UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CAMPUS DE BAURU

SÉRGIO HENRIQUE SANTA ROSA

APRESENÇA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP DE BOTUCATU NA IMPRENSA LOCAL: O CASO DO "DIÁRIO DA SERRA"

Bauru

2006

SÉRGIO HENRIQUE SANTA ROSA

A PRESENÇA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP DE BOTUCATU NA IMPRENSA LOCAL: O CASO DO "DIÁRIO DA SERRA"

Dissertação de Mestrado apresentada junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho".

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho

Bauru

2006

SÉRGIO HENRIQUE SANTA ROSA

A PRESENÇA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP DE BOTUCATU NA IMPRENSA LOCAL: O CASO DO "DIÁRIO DA SERRA"

Dissertação de Mestrado apresentada junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho".

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho - Orientador
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Unesp

Prof. Dr. Sydnei Ferreira Leite
Fundação Getúlio Vargas

Prof. Dr. Ricardo Alexino Ferreira
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Unesp

Bauru, agosto de 2006

Para Aline, *por compartilhar comigo idéias, trabalho, sonhos, vida.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor Cláudio Bertolli Filho pela orientação e confiança;

Aos servidores da Seção de Pós-Graduação da FAAC, Helder e Silvio, pela colaboração constante;

Aos servidores da Biblioteca Municipal de Botucatu pelo apoio durante a coleta de dados para o trabalho;

Agradeço também à professora Dalva Aleixo Dias pelas dicas e o material fornecido.

Agradeço especialmente aos meus tios, Marilena e Leonardo, e aos meus avós, Dirce e Antonio, pelo carinho de sempre.

Aos meus pais Marineide e Benedito. Fundamentais.

Resumo

O presente trabalho pretende analisar a presença da produção científica das unidades da Universidade Estadual Paulista (Unesp) na imprensa da cidade de Botucatu, localidade onde elas estão implantadas. Para tanto, foi realizada uma análise do espaço conferido a essa produção nas páginas do jornal “Diário da Serra”, o único veículo impresso de circulação diária produzido no município citado e, no atual momento, a principal referência jornalística da cidade. Presente em 23 municípios paulistas, a Unesp tem um peso social e econômico muito expressivo em Botucatu. A partir da coleta de dados sobre a presença de matérias abordando as atividades pesquisa científica realizadas nas unidades da Unesp, em Botucatu, analisaremos aspectos da relação entre a mídia local e a instituição, que influem na prática do jornalismo científico, bem como o compromisso social da Universidade com relação à divulgação do conhecimento que produz.

Palavras-chave: Jornalismo Científico. Comunicação Institucional. Imprensa Regional.

Abstract

The present study aims to analyze the presence of scientific production of the Universidade Estadual Paulista (Unesp) units on the press in Botucatu, the city where such units are located. In order to do so, an analysis of the space assigned to this production on the pages of "Diário da Serra", a newspaper which is the only printed daily media produced in the city, and currently, its main journalistic reference, was performed. Present in 23 cities of São Paulo state, Unesp has a very expressive social and economical relevance in Botucatu. From the data collection about the presence of articles concerning the scientific research activies performed at Unesp units, in Botucatu, we will analyze aspects of the relationship between the local media and the institution, which influence the practice of the scientific journalism, as well as the social commitment of the university regarding the publication of the knowledge it produces.

Key words: Scientific journalism. Institutional communication. Regional press.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 11

1 - UM DIÁLOGO DE CAMPOS 15

1.1 - O Jornalismo científico 15

1.1.1 - A importância da divulgação na Idade da Ciência 16

1.1.2 - O conhecimento como poder na concepção de Fourez 19

1.1.3 - Conceitos e funções do jornalismo científico 27

1.1.4 – Difusão, disseminação e divulgação 28

1.1.5 – Conceito de jornalismo científico 30

1.1.6 – Funções e objetivos do jornalismo científico 31

1.1.7- Alguns dilemas da prática do jornalismo científico 38

1.1.8 – A postura do jornalista e das empresas de mídia 41

1.2 – Comunicação institucional 53

1.2.1 – A comunicação no âmbito público 56

1.2.2 – Comunicação institucional e jornalismo institucional 60

1.2.3 – A assessoria de comunicação: elemento chave para a comunicação institucional 62

1.3 – Considerações finais sobre a confluência de campos 65

2 – CONTEXTUALIZAÇÃO: A UNESP – CÂMPUS DE BOTUCATU – E O JORNAL "DIÁRIO DA SERRA" 81

2.1 – A Unesp em Botucatu 81

2.1.1 – A estrutura de comunicação da Unesp 84

2.2 – Escolhas metodológicas: o “Diário da Serra” 87

2.2.1 – Esclarecimentos sobre a metodologia utilizada 89

2.3 – Método de pesquisa 93

2.3.1 – Da elaboração de categorias para análise 93

3 – A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP NA COBERTURA DO “DIÁRIO DA SERRA” 103

3.1 – A Unesp na imprensa de Botucatu 103

3.2 – Resultados da coleta de dados 104

3.2.1 – O discurso de valorização institucional da comunicação social na Unesp 105

3.3 – Problemas identificados no jornal analisado 112

3.4 – Os problemas no pólo gerador da informação científica 116

3.5 – Estímulo à reflexão como compromisso social 125

4- A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP NO “DIÁRIO DA SERRA”: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO 129

4.1 – Metodologia 129

4.2 – Análise das matérias 130

4.2.1 – Chamadas de primeira página 130

4.2.2 – Focos de interesse 131

4.2.3 – A alocação das matérias científicas 132

4.2.4 – Apresentação das matérias 133

4.2.5 – Visões positivas 134

4.2.6 – A acessibilidade dos textos 135

4.2.7 – As fontes 137

4.2.8 – Elementos gráficos 138

4.3- Considerações finais 138

CONCLUSÃO 142

REFERÊNCIAS 157

INTRODUÇÃO

É sobejamente conhecida a importância que a ciência tem em todos os setores da vida contemporânea. É inegável que seus desdobramentos influenciam, inclusive, os processos de transformação política, social e econômica por que passam Estados e nações. Exemplo contundente da afirmação acima é a própria ascensão da chamada “sociedade do conhecimento”, que tem estabelecido novos padrões sociais e econômicos a partir do desenvolvimento tecnológico. Esse valor do fazer científico acaba por transformar temas e questões, outrora concernentes especificamente a especialistas, em tópicos de amplo interesse social.

Ainda assim, as possibilidades e questões controversas que surgem ao longo da busca pelo saber científico, ainda afiguram-se distantes do conhecimento do cidadão médio. As atividades científicas ainda são, ocasionalmente, associadas a práticas misteriosas e inacessíveis dadas a poucos cérebros privilegiadíssimos. Concomitantemente, porém, tais atividades são responsáveis pelo funcionamento de quase todos os elementos da vida cotidiana. Tudo isso confere à ciência a representação de algo dotado de poder ilimitado e antinatural e, ao mesmo tempo, tangível e presente em qualquer lugar para onde a atenção se volte.

Diante desse cenário, é possível admitir que a compreensão de aspectos do fazer científico gera um determinado nível de conhecimento que, por sua vez, permite o exercício de um certo poder: o poder de decisão, seja ela tomada a partir de critérios políticos ou éticos. O conhecimento, ainda que generalista, sobre as implicações dos atividades científicas pode fornecer ao indivíduo subsídios para o debate e a inquirição dos setores especializados, negociações e, fundamentalmente, para escolhas.

As escolhas dos rumos a serem tomados com base nos avanços da ciência e da tecnologia cabem à sociedade, por atingi-la diretamente. Para que o indivíduo possa participar de tais discussões e negociações, ele necessita de meios para a compreensão dos temas e suas possíveis decorrências. É esse o papel social da chamada divulgação científica.

Voltando o foco para a área da comunicação, surgem inúmeras questões. De que forma a imprensa, como um dos principais vetores dessa divulgação, tem colaborado para a edificação de uma alfabetização científica da sociedade? O quanto de informação a sociedade recebe sobre os temas de ciência? É suficiente? De que tipo é essa informação? Essa informação lhe fornece uma contextualização razoável, capaz de solucionar suas dúvidas? Ou ainda, lhe abastece de elementos para a reflexão que lhe permitam ter tais dúvidas?

O presente trabalho procura refletir sobre algumas dessas questões, utilizando como recorte um cenário muito específico: as relações entre uma instituição geradora de conhecimento científico e a imprensa da comunidade em que ela está implantada. No caso em tela, tomaremos a presença da produção científica da Unesp de Botucatu, no principal órgão de imprensa da cidade: o jornal “Diário da Serra”. Na análise dessas relações, procuraremos investigar o papel de cada um dos atores envolvidos na produção da notícia de cunho científico e seu caminho até o público.

Entendemos que a análise dessa situação específica nos fornecerá alguns elementos para a reflexão sobre questões como: o jornalismo científico praticado fora dos grandes centros e da grande imprensa; a presença natural das instituições produtoras de ciência como fontes e sua responsabilidade na divulgação, através da

mídia, do conhecimento produzido em seus laboratórios; a necessidade de facilitar o trânsito da informação, via imprensa, desde a instituição fonte até o público leigo.

No Capítulo primeiro, abordaremos a questão metodológica fundamental da pesquisa: o objeto, que entendemos situado na confluência entre os campos de estudo da comunicação institucional e do jornalismo científico. Observe-se que esse enfoque foi surgindo e ganhando força ao longo do desenvolvimento do trabalho. Notamos que, diante das circunstâncias em que o jornalismo científico do veículo analisado é produzido, não haveria como deixar de estudar o funcionamento da estrutura de comunicação da instituição que lhe serve de fonte primordial.

O Capítulo segundo apresentará, de maneira mais aproximada, a instituição e o jornal estudados. Para tanto, tentará elucidar aspectos muito específicos da relação entre a Unesp de Botucatu e a imprensa local e apresentará as escolhas metodológicas feitas para a coleta e análise de dados. Partiremos, portanto, de uma contextualização do cenário onde essa relação se desenvolve através de um breve histórico da instituição, sua presença atual no município e sua estrutura de comunicação. Chegaremos até uma apresentação das categorias construídas para permitir a coleta e a interpretação dos dados, utilizando exemplos dentre as matérias publicadas.

O Capítulo terceiro apresentará os dados coletados através de texto e tabelas. Nessa etapa, serão interpretados os números obtidos, posteriormente confrontados com o discurso da própria Universidade a respeito do seu compromisso com a comunicação social. Surgirão aqui, questões relativas à atuação da imprensa local e também da Unesp, enquanto pólo gerador da informação de conteúdo científico.

O Capítulo quarto descreverá, de maneira sucinta, os tipos de matérias de cunho científico publicadas pelo jornal analisado, com relação à sua apresentação, seus elementos gráficos, alocação, linguagem e conteúdo. Serão utilizados elementos da técnica de análise de conteúdo, objetivando gerar conhecimentos relativos às condições de produção do material analisado.

A conclusão tentará alinhavar as observações feitas nos capítulos anteriores. A partir dessa síntese, procurar-se-á sugerir propostas para amainar e mesmo superar os entraves apontados na relação entre Unesp e imprensa local.

1 – UM DIÁLOGO DE CAMPOS

Ao falarmos de jornalismo científico em nosso país, temos de nos ater ao fato de que as instituições que respondem pela imensa maioria das pesquisas científicas aqui desenvolvidas são públicas.

Para alcançarmos o objetivo de estudar a presença da produção científica da Unesp de Botucatu na imprensa local, nos utilizaremos de aspectos teóricos e análises que compreendem tanto o campo do jornalismo científico como o da comunicação institucional.

Na exposição que se segue, procuramos apresentar alguns dos aspectos mais relevantes das duas áreas para, em seguida, tratarmos da necessidade, que entendemos existir, de tratarmos os dois campos conjuntamente, com seus aspectos dialógicos e conflitantes, para uma maior amplitude das análises de fundo comunicacional.

1.1 – O JORNALISMO CIENTÍFICO

Para refletir acerca da prática do jornalismo científico, optamos por partir de uma breve contextualização da importância da ciência e a tecnologia nas sociedades contemporâneas, estudo fundamental para a compreensão da dimensão que o jornalismo científico pode alcançar na constituição dos valores democráticos em determinados contextos. Em seguida nos debruçamos sobre os conceitos de difusão, disseminação, divulgação e jornalismo científico, bem como sobre as funções e objetivos desse último, na perspectiva de Wilson Bueno e Manuel Calvo Hernando. Para ampliar um pouco o nosso olhar sobre o tema incluímos nesse capítulo um breve histórico do desenvolvimento do jornalismo científico no Brasil e

no mundo. Por fim, buscando oferecer um panorama, ao menos razoável, sobre como a prática do jornalismo científico se consolida, descrevemos alguns dos dilemas mais comuns em tal prática, como a questão da linguagem, o relacionamento entre cientistas e pesquisadores, a postura das empresas de mídia e outros temas.

1.1.1 – A importância da divulgação na Idade da Ciência

A importância que a ciência tem hoje em praticamente todos os momentos da vida cotidiana dos indivíduos e das sociedades é inegável. Trata-se de uma atividade intelectual fundamental no processo de civilização, com implicações diretas em todos os âmbitos da existência humana. Conhecer os aspectos mais imediatos dos avanços científicos parece ser, mais do que uma necessidade, uma prática intrínseca e automática da convivência em sociedades razoavelmente desenvolvidas, em que pese o conhecimento científico ter algum grau de influência em todos os países do globo. Informar-se sobre as conquistas científicas, por mais que pareçam fantásticas, misteriosas ou inalcançáveis; colocar-se como dependente direto das transformações científicas e tecnológicas; inquietar-se com as possibilidades aparentemente ilimitadas e confrontar-se com obstáculos éticos, religiosos ou econômicos do fazer científico, são posturas que, cada vez mais, fazem parte da existência dos indivíduos, ainda que eles, eventualmente, não se apercebam disso.

Gilles-Gaston Granger situa essa ascensão da ciência ao nível dos temas mais presentes de nosso tempo a partir do pós-Segunda Guerra Mundial, com a penetração repentina e intensa das aplicações científicas como a bomba atômica, as máquinas de guerra e a própria energia nuclear na vida das pessoas. Cabe lembrar

que, além de orientar o sentido da pesquisa científica aplicada para o objetivo da supremacia bélica das potências envolvidas no conflito, é com a Segunda Guerra Mundial que o Estado assume a posição de principal financiador da ciência, o que impulsionará intensamente o desenvolvimento do setor. Num segundo momento, a corrida espacial, o desenvolvimento dos meios de comunicação e a informática aceleraram significativamente o processo. Nos últimos anos, questões ambientais e os dilemas da engenharia genética contribuíram para a consolidação desse panorama.

Sem olvidar a importância e o desenvolvimento alcançado pela ciência nos séculos anteriores, notadamente do século XVII ao século XIX, os últimos cem anos apresentaram um crescimento significativo das conquistas científicas e sua aproximação com a vida cotidiana das pessoas. Granger afirma ser possível qualificar a segunda metade do século XX como Idade da Ciência.

> Mas o período em que vivemos não é só herdeiro dessas conquistas fundamentais, mas também oferece o espetáculo de renovações e de desenvolvimento sem precedentes na história da ciência, pelo número e pela diversidade. Além disso, acontece que um tão prodigioso desabrochar de novos saberes tem repercussão nunca antes atestadas na vida individual e social dos homens (GRANGER, 1994, p. 11).

Tal repercussão é facilmente constatável a partir de uma breve observação à nossa volta. Estamos imersos num universo de instrumentos e aparelhos, utilizados seja para o trabalho ou para entretenimento, que são aplicações do desenvolvimento do pensamento científico. Dependemos de objetos que estão “impregnados” de pensamento científico para as ações mais corriqueiras do nosso dia-a-dia, como máquinas automáticas de lavar roupas, telefones celulares, controles remotos de televisão, máquinas fotográficas digitais, aparelhos de DVD ou o computador

doméstico. Ferramentas que os indivíduos acabam tendo que conhecer, pelo menos em nível operacional.

A dependência que nossas civilizações têm em relação à ciência é tanta que nossa própria concepção de “real” está calcada naquilo que é cientificamente demonstrável. A sociedade atual é marcada e, por que não dizer, definida pelos desdobramentos científicos e tecnológicos. Segundo a própria abordagem do tema no Livro Verde, do Ministério da Ciência e Tecnologia do Brasil, as convergências de base tecnológica de computação e de comunicação, com os conteúdos de dados e informações, acabam por provocar uma transformação bastante significativa na tecnologia e na organização social. O novo paradigma técnico-econômico que emerge desta mudança também tem o condão de gerar inéditas e diferenciadas dimensões políticas, sociais e econômicas, inseridas num fenômeno global. Por ser caracterizada como o espaço onde se dão essas transformações, a sociedade atual passa a ser denominada de sociedade do conhecimento ou da informação.

Na medida em que a ciência permite que o homem transforme a natureza e passe a dominar o ambiente em que vive, ela passa a se configurar também como um poder que o indivíduo pode utilizar para fazer valer seus interesses em relação ao outro. Embora o homem contemporâneo seja um usuário constante e dependente dos avanços científicos, pode-se afirmar que ele é quase inconsciente com relação aos modos de produção dos objetos desenvolvidos a partir das pesquisas científicas.

A relação que a maioria das pessoas mantém com o fazer científico, por mais presente que ele esteja nas residências ou nos ambientes profissionais, é marcada pela exclusão dos cidadãos comuns das informações sobre seus modos de

realização e desenvolvimento real. A postura da maioria de nós é de espanto ou deslumbramento frente às propriedades técnicas ou à capacidade de atuação dos objetos. Deslumbramento, porém, que acaba por ser rapidamente atenuado ou diluído pelo hábito. Portanto, as fantásticas propriedades e múltiplas funções do objeto técnico não são relacionadas, pela maioria das pessoas, com a essência da pesquisa e do desenvolvimento científico, que continua pairando num lugar reservado para o imaginário mítico e inacessível.

1.1.2 - O conhecimento como poder na concepção de Fourez

Como dissemos, essa dependência do homem contemporâneo com relação aos avanços da ciência e da tecnologia confere um caráter de poder ao conhecimento, porque ele representa “o que pode ser feito”, a concretização de fatos que podem transformar a vida e o ambiente e que, numa perspectiva democrática, deveriam resultar de uma decisão de toda a sociedade. Assim, ao admitirmos que existem escolhas a serem feitas e decisões coletivas a serem tomadas, admitimos o necessário estreitamento entre a sociedade e o meio científico. Habermas, citado por Fourez, classifica três modelos conceituais de relação entre sociedade e ciência: modelo tecnocrático; modelo decisionista e modelo pragmático-político.

Bastante difundido em nossa sociedade, o modelo tecnocrático é aquele em que todas as decisões políticas, sejam elas examinadas do ponto de vista dos objetivos ou os meios de alcançá-los, são tomadas por especialistas. Pressupõe-se que os “sábios”, os que “detêm o conhecimento” estão mais capacitados para tomar todas as decisões necessárias do que o cidadão comum.

Já o modelo decisionista prevê uma distinção entre técnicos e tomadores de decisão e, portanto, entre fins e meios. Nesse caso, a sociedade, ou as instituições políticas que a representam, é responsável pelas decisões, que serão tomadas observando seus valores e seus objetivos, de maneira livre e independente do julgamento do especialista técnico. Nesse caso, a dependência em relação aos técnicos é menor, pois a eles caberia tão somente o emprego dos meios apropriados para atingir os objetivos determinados pela sociedade.

O modelo pragmático-político, por sua vez, privilegia a permanente discussão e negociação entre técnicos e sociedade. Há, de fato, uma grande semelhança com o modelo decisionista, configurando-se a perpetuação do debate entre sociedade e técnicos, no qual se levam em consideração tanto o saber científico quanto os valores gerados a partir de negociações sociopolíticas, como a característica que o diferencia do decisionista.

Um exemplo utilizado por Fourez, sobre como esses modelos desenvolvidos por Habermas se aplicam a fatores que afetam o modo de vida de uma coletividade, refere-se às decisões a serem tomadas diante da epidemia de uma doença grave, como a Aids. O que fazer diante de uma situação tão grave quanto uma epidemia dessa doença, até o momento incurável. As opções seriam recorrer aos especialistas em epidemiologia, ou mesmo a uma equipe interdisciplinar de especialistas (modelo tecnocrático); tomar certas decisões políticas sobre a questão e só então solicitar aos especialistas que as executem nos termos estabelecidos (modelo decisionista); ou então instituir-se um diálogo e uma negociação permanentes entre os que têm a atribuição tomar as decisões e os especialistas, visando a melhor solução para o problema (modelo pragmático- político).

Para Fourez, quando se adota o modelo tecnocrático há uma percepção de que o cientista ao tomar suas decisões o faz exclusivamente a partir da racionalidade científica, sendo estas, portanto, absolutamente neutras. De acordo com sua visão, o enfoque tecnocrático cometeria um abuso de poder ao tentar estabelecer todas as escolhas a partir do conhecimento científico, afinal de contas, este jamais pode ser considerado neutro, estando necessariamente atrelado a um projeto e uma ideologia anteriores, nascidas a partir de pontos de vista ou interesses particulares e obedecendo a paradigmas e métodos previamente estabelecidos.

Ainda segundo o filósofo francês, o próprio estatuto de especialista carrega em si uma ambigüidade fundamental. Tantas vezes chamado a decidir questões, o especialista parece se investir dessa responsabilidade em razão de uma pretensa capacidade advinda de seu domínio do conhecimento científico. No entanto, o saber do especialista está amparado num determinado paradigma, e somente será aplicável de acordo com as condições previamente definidas por esse paradigma e pelo laboratório ao qual está ligado. Porém, em grande parte das vezes a questão que se espera ver dirimida pelo especialista é de ordem social, política ou econômica, transcendendo a ordem estritamente técnica da ciência. Portanto, a especialidade não está ligada apenas às disciplinas científicas, mas também ao modo como o especialista opera a tradução daquele determinado problema do cotidiano aos termos do paradigma disciplinar que ele adota. Vale lembrar, porém, que essa tradução dependerá muito mais do que o senso comum interpreta como "adequado" do que dos parâmetros estabelecidos pelo seu paradigma. "De um modo paradoxal, poder-se ia dizer que um especialista é alguém a quem se pede que tome uma decisão em nome de sua disciplina, sobre algo que não diz respeito exatamente à sua disciplina" (FOUREZ,1995, p. 214).

Em suma, podemos afirmar que os modelos decisionista e pragmático-político são modelos mais democráticos. No caso decisionista porque prevê que cada indivíduo possa fazer suas escolhas a partir de valores e observações que são seus, adquiridos a partir da sua própria vivência cotidiana. Por sua vez, o modelo pragmático-político estabelece estruturas de debate entre atores diversos que resultarão em negociações sociopolíticas para as tomadas de decisão. Ressalte-se que o papel dos cientistas (especialistas), nesse caso, não é diminuído. Ele apenas não o exerce com exclusividade, cabendo ao cidadão comum o direito de opinar e participar dos processos decisórios.

Nesse ponto, cumpre relembrar que além de um conjunto de elementos materiais, as tecnologias também configuram um sistema social. Nesse sentido, qualquer escolha que se faça a respeito das tecnologias jamais vai se estabelecer de forma neutra, mas será sempre dotada de um caráter social, afetando as organizações sociais e o contexto onde ela se dará. Da mesma forma, as ciências (ou tecnologias intelectuais), também determinam organizações sociais e também são desenvolvidas a partir de valores, interesses e visões de mundo. A relação que as pessoas estabelecem com as tecnologias obedece à lógica de um quase determinismo que exige adaptação rápida dos modos de trabalho e produção aos objetos técnicos atuais.

> Diante disso, o discurso que pretende separar as tecnologias de suas aplicações parece vazio, pois o discurso concreto mostra que é preciso adaptar o seu modo de vida condicionado à tecnologia.
>
> O mesmo ocorre em relação ao conhecimento. A adaptação de nossos modos de conhecimento à estrutura da ciência moderna não é percebida como uma possibilidade deixada à livre escolha; ela é, pelo contrário, apresentada como uma necessidade concreta, caso se queira manter o seu lugar na sociedade (FOUREZ, 1995, p. 220).

Levando-se esse cenário em conta e admitindo-se que vivemos hoje dentro dos padrões daquilo que tem se convencionado chamar de sociedade da informação, observamos a urgência de um tratamento da informação sobre ciência como ferramenta fundamental para o desenvolvimento científico-tecnológico, econômico, cultural, institucional e social. A mídia, ao atuar como agente difusor da informação junto aos mais diversos segmentos sociais, exerce um papel decisivo. Mais do que a simples cobertura informativa das instituições e dos avanços científicos, ela deve colaborar para o fornecimento de elementos capazes de permitir as reflexões sobre a ciência e suas aplicações à vida cotidiana. Diante da presença intensa da ciência, de sua complexidade e dos dilemas éticos que ela suscita, a responsabilidade da mídia na execução dessas tarefas aumenta significativamente.

A ciência, entendida como o acervo de conhecimento sobre a natureza, o homem e a sociedade, mais do que nunca, revela um caráter essencialmente dinâmico, porém, sujeito a toda a sorte de fatores de ordem social e humana. As renovações e ampliações constantes por que passa, validadas pelos integrantes da própria comunidade científica e apoiadas na investigação rigorosa e na utilização de métodos, ao mesmo tempo que aproximam cada vez mais os indivíduos dos objetos técnicos, resultantes de sua aplicação, podem colocar em cheque valores éticos ou religiosos já solidificados, construindo (ou desconstruindo), de forma simbólica, a realidade, a partir dos parâmetros éticos determinados pela própria comunidade científica internacional.

> Hoje, no teatro desmedidamente extenso das representações de nosso mundo oferecidas a todos pelos textos e pelas imagens, a ciência certamente aparece como uma personagem essencial. Misteriosa, porque o pormenor de sua figura não está ao alcance dos próprios cientistas; tutelar, porque dela dependem as maravilhosas máquinas que povoam os lugares que vivemos; inquietante, porque estamos conscientes dos poderes antinaturais e aparentemente ilimitados que um tal saber foi e será capaz de desencadear (GRANGER, 1994, p.9).

Isto posto, vale atentar para o texto em que Granger exemplifica a gravidade dos problemas éticos decorrentes da investigação científica.

> Citemos, a título de exemplo, os problemas provocados pela segurança das instalações nucleares, a proliferação do lixo atômico, a existência de um "buraco de ozônio", a engenharia genética, a procriação com auxílio médico, os transplantes de órgãos, o prolongamento artificial da vida por aparelhos. Deve-se notar que, em cada um desses casos, o fenômeno em questão diz respeito diretamente a certas aplicações do conhecimento, mais do que ao próprio conhecimento, ficando subentendido o postulado de que, em nossas sociedades, um conhecimento, uma vez estabelecido, encontrará necessariamente, para o mal ou para o bem, quem o aplique. Entende-se que a idéia de uma restrição ou, pelo menos, de uma regulamentação da própria pesquisa possa, então, nascer no interior da sociedade (op.cit).

Os problemas éticos se acentuam e são colocados para cada vez mais gente, uma vez que a ciência constitui-se no pano de fundo do cotidiano do cidadão comum. Ao longo do século passado, o número de pesquisadores profissionais cresceu e consolidou sua importância social nos países industrialmente avançados e, mais vagarosamente, também nos países em desenvolvimento.

No caso do Brasil, a produção científica nacional cresceu 54% entre 1998 e 2002, enquanto no mesmo período a produção mundial aumentou em 8,7%. A produção científica publicada atinge 1,5% do total mundial, de acordo com os artigos indexados pelo Institute of Scientific Information, o que pode ser considerado satisfatório, em razão da atenção relativamente recente dada às políticas de desenvolvimento científico, e coloca o país à frente de outras nações latino-americanas. Tais números, divulgados na terceira edição dos *Indicadores de ciência, tecnologia e inovação em São Paulo – Fapesp 2004*, atestam que há uma inegável vitalidade no setor acadêmico e uma tendência de crescimento para a pesquisa brasileira (CASTRO, 2005, p. 3).

Essa vitalidade confirma a realidade da penetração bastante significativa das ciências também nas sociedades em desenvolvimento e ressalta a importância da mídia na difusão da informação científica para auxiliar na compreensão, pelo indivíduo, a respeito de todas as implicações dos temas abordados e a contextualização de todos os avanços científicos diante da sua realidade cultural, social e econômica. Ao cidadão que se pretende informado e sabedor de seus direitos não basta apenas estar ciente das últimas novidades no campo das ciências, mas é necessário também ter compreensão, opinião e posicionamento frente aos avanços que vão se concretizando. O ideal de uma sociedade democrática seria que a ampla maioria da população conseguisse manter-se informada e fosse capaz de formular opiniões sobre os fatos científicos, o que, em geral, não ocorre. Porém, faz parte do papel social tanto de quem produz conhecimento científico como de quem atua com a comunicação, trabalhar para mudar esse panorama, afinal, a ciência é algo por demais importante para que o conhecimento sobre seus processos de produção esteja restrito somente aos estratos sociais mais favorecidos.

Nesse momento em que se admite tanto a importância quanto a não-neutralidade da ciência e das tecnologias, elucida-se o papel social do que Fourez chama de vulgarização científica, mormente se admitirmos como desejável a articulação entre ciência e sociedade nos termos em que é descrita pelo modelo pragmático-político. Ressalvemos primeiramente que utilizaremos aqui o termo divulgação científica, que tem o mesmo sentido de vulgarização para o filósofo francês, ou mesmo a sua modalidade conhecida por jornalismo científico.

Portanto, considerando o modelo pragmático-político, temos que admitir que a divulgação da informação científica passa a ser um imperativo. O próprio Gerard Fourez, no entanto, admite que a divulgação científica pode se dar de duas formas. A primeira delas é a que simplesmente transfere aos receptores as informações sobre os últimos grandes feitos das ciências e, não raramente, alimenta o deslumbramento com a ciência e consolida os mitos enumerados por Pracontal. Essa forma de divulgação teria um compromisso apenas com a função operacional ou utilitária dos objetos técnicos e, ao inibir maiores reflexões sobre o mundo natural, acabaria por afastar os indivíduos da dimensão do real e provocar a aceitação cega de certo determinismo tecnológico. Segundo Fourez, à medida que, nesse formato de divulgação chamado por ele de "efeito vitrine", não se transfere conhecimento sólido, que torne o receptor das informações capacitado para agir, também não se pode falar em transferência de poder. Ocorre, na prevalência desse modelo, uma consolidação da sociedade tecnocrática.

Somente uma divulgação contextualizada, elaborada a partir do olhar sobre todas as facetas do processo de produção científica e operada de uma maneira que transfira um conhecimento num grau que permita escolhas fundamentadas e ação consciente e segura por parte dos receptores dessa informação, pode alterar sua existência coletiva e sua vida individual. Ao possibilitar a ação, essa maneira de divulgação pode ser considerada, em certa medida, uma transferência de poder à medida que permite alguma autonomia aos leigos, que podem decidir com independência em relação aos técnicos.

> Em uma sociedade fortemente baseada na ciência e na tecnologia, a vulgarização científica tem implicações sociopolíticas bem importantes. Se o conjunto da população não compreende nada de ciência, ou se permanece muda de admiração diante das maravilhas que podem realizar os cientistas, ela será pouco capaz de participar dos debates relativos às

> decisões que lhes dizem respeito. Se, pelo contrário, a vulgarização científica der às pessoas conhecimentos suficientemente práticos para que elas possam ponderar sobre as decisões com melhor conhecimento de causa, ou pelo menos saber em que "especialista" eles podem confiar, essa vulgarização é uma transmissão de poder (FOUREZ, 1995, p. 222).

No sentido do raciocínio de Fourez temos que a divulgação científica e mais especificamente o próprio jornalismo científico servirão como ferramentas para construir a alfabetização científica, auxiliando e complementando a própria educação formal recebida pelo indivíduo.

1.1.3 – Conceitos e funções do jornalismo científico

Além de marcar presença no nosso dia-a-dia através dos objetos técnicos, a ciência, ou suas representações, está também muito presente no nosso cotidiano através dos meios de comunicação. Fontes de vulgarização ou de divulgação como rádio, jornais, revistas, livros, cinema, televisão e internet abordam com freqüência temas científicos com diferentes níveis de qualidade, aprofundamento, exatidão e sensacionalismo.

Nas palavras de José Reis, reconhecidamente o divulgador pioneiro no país, divulgação científica é:

> É a veiculação em termos simples da ciência como processo, dos princípios estabelecidos, das metodologias que emprega. Durante muito tempo, a divulgação se limitou a contar ao público os encantos e os aspectos interessantes e revolucionários da ciência. Aos poucos, passou a refletir também a intensidade dos problemas sociais implícitos nessa atividade (REIS, 2002, p.76).

Antes, porém, de começarmos a analisar as características da divulgação científica e iniciar a abordagem do jornalismo científico, afigura-se necessário lembrar as distinções entre os termos difusão, disseminação e divulgação, tantas vezes utilizados equivocadamente como sinônimos. Neste ponto, exploraremos os

conceitos de difusão, disseminação, divulgação e jornalismo científico, bem como as funções desse último, desenvolvidas por Wilson Bueno.

1.1.4– Difusão, disseminação e divulgação

Bueno entende que difusão é um termo mais adequado para abarcar todo e qualquer processo ou recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas. Portanto, a difusão contém o que chamamos as atividades de divulgação e também de disseminação.

A difusão, nestas condições, estaria dividida em dois níveis, de acordo com a linguagem em que suas informações são produzidas e o público a quem se destinam. Dá-se o nome de disseminação à difusão feita para especialistas, ou seja, a transferência de informações utilizando os códigos especializados de cada área e dirigidas a um público seleto, também ele especializado, formado por membros da própria comunidade científica. Bueno ainda propõe a subdivisão da disseminação em dois níveis: intrapares e extrapares. A expressão disseminação intrapares se refere à circulação das informações científicas entre especialistas pertencentes a uma mesma área ou áreas conexas. Nesta categoria estão incluídos as reuniões científicas ou os periódicos especializados direcionados para o universo restrito de estudiosos ou profissionais de uma área determinada. A informação transmitida dessa forma é normalmente construída a partir de códigos fechados e conteúdos específicos que dificilmente encontrariam espaço em meios de comunicação de massa. Já a divulgação extrapares caracteriza-se pela circulação de informações de conteúdo científico e tecnológico entre cientistas que atuam em áreas diversas da área objeto da disseminação. Seu público alvo é também especializado, embora não necessariamente naquele domínio do conhecimento especificamente abordado.

Bueno oferece os exemplos de cursos de especialização em homeopatia voltados para médicos alopatas. Mesmo sendo um pouco mais abrangente do ponto de vista do conteúdo especificamente científico, tais informações ainda se valem de um código fechado e sua assimilação está descartada, a priori, para os não especialistas (BUENO,1988, p.22).

Por sua vez, a chamada divulgação científica seria a espécie de difusão voltada para o público em geral, ou seja, a utilização de recursos, processos e técnicas para a veiculação de informações científicas e tecnológicas para o maior número de pessoas possível. Num primeiro momento, as atividades de divulgação pressupunham que as mensagens, pelo seu próprio conteúdo, dotadas de um certo grau de complexidade fossem transmitidas mediante a recodificação de linguagens mais específicas para outras capazes de serem compreendidas pelo receptor médio, com um inegável viés didático. Hoje, porém, fala-se em comunicar a um público amplo as informações sobre temas científicos de maneira completa, contextualizada e interpretativa. Ou seja, mais do que tradução ou recodificação de termos próprios do jargão de cada área, a divulgação científica está alicerçada na interpretação, capaz de promover a inserção dos temas científicos num contexto cultural mais amplo. A divulgação científica não está restrita apenas à imprensa. Pode incluir uma imensa gama de veículos como histórias em quadrinhos, cursos de extensão, filmes, livros, campanhas, museus e feiras de ciência e outros tantos exemplos. No entanto, o jornalismo científico talvez constitua sua face mais atuante na comunicação com um público amplo.

Granger aponta o papel dos meios de comunicação responsáveis pela divulgação científica na consolidação das representações do pensamento científico, tão presentes em nossa vida cotidiana.

> Essas idéias que uma grande parte de nossos contemporâneos têm de ciência provêm de fontes de vulgarização ou, se se preferir, de divulgação, de níveis muito diferentes. Seus veículos são os jornais, as revistas, o rádio, a televisão, na maioria das vezes por meio da notícia de uma descoberta, mais ou menos atestada e de maior ou menos importância, mas também um grande número de livros e de revistas especializadas, destinados a atingir públicos de variados graus de preparação (GRANGER,1994, p.17).

1.1.5 – Conceito de jornalismo científico

Embora o próprio José Reis trate, muitas vezes, o jornalismo científico e a divulgação científica de maneira indiscriminada, o rigor conceitual obriga a pensarmos o jornalismo científico como uma das espécies da divulgação científica. Wilson Bueno define jornalismo científico a partir do conceito mais geral de jornalismo elaborado por José Marques de Melo:

> processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna), entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividade (públicos/receptores) através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) e de natureza científica e tecnológica em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (BUENO,1988, p.24).

Note-se a presença das características básicas do jornalismo enunciadas por Otto Groth, como atualidade, periodicidade, universalidade e difusão. Ademais, trata-se de uma concepção que se pretende inclusiva, abarcando todas as áreas (inclusive as ciências humanas) do conhecimento e abrangente, não excluindo nenhum nível de comunicação. A partir desse conceito, resta claro tratar-se de uma ferramenta valiosa para a difusão do conhecimento científico e para o reconhecimento social das atividades de pesquisa que, em última instância, contribuem para consolidar a democracia e a soberania dos povos. Afinal, produzir

conhecimento e utilizá-lo amplamente na educação da população e no desenvolvimento das nações são pressupostos fundamentais das sociedades democráticas.

Trata-se, portanto, de um processo social embasado na relação entre o detentor da informação de caráter científico e seu público, que será, na maioria das vezes, amplo e heterogêneo, com demandas as mais diversas. Tal relação se estabelece a partir da circulação da informação científica operada através dos meios de comunicação.

1.1.6 - Funções e objetivos do jornalismo científico

O jornalismo científico não é o único ator responsável pelo esforço no sentido da livre circulação de idéias e informações sobre as inovações científicas. Também não deve ser responsabilizado exclusivamente pela preparação dos cidadãos para o exame das implicações éticas do fazer científico, ou mesmo pela educação que permitirá uma reflexão sobre os impactos dos avanços. No entanto, está na sua essência contribuir em todos esses processos, assumindo o que Wilson Bueno chama de funções informativa, educativa, social, cultural, econômica e político-ideológica.

Em linhas gerais, a função informativa é aquela intrínseca ao próprio conceito de jornalismo, ou seja, divulgar fatos e informações. Sua especificidade, no caso estudado, é ater-se a fatos e informações de natureza científica-tecnológica. Trata-se de uma função bastante básica, mas de grande importância. Afinal, mesmo exercido no simples âmbito da função informativa, o jornalismo científico pode até contribuir para salvar vidas. As informações a respeito de uma epidemia, suas

formas de transmissão e prevenção exemplificam a importância do noticiário científico. O mesmo poderia se dar com um risco ambiental ou uma ocorrência meteorológica.

> (...) o desempenho desta função não implica, necessariamente, a transformação do processo de comunicação em uma mera transferência de informações e conhecimentos. Ao ato de informar incorpora-se, dialeticamente, o interesse e a necessidade do cidadão de estar informado e o compromisso do divulgador, no caso o jornalista científico, de trabalhar em prol da coletividade, divulgando o que vai ao encontro de seu universo de expectativas e necessidades (BUENO, 1988, p. 27).

A função educativa é uma das mais importantes e, por conseguinte, das mais estudadas recebendo bastante atenção de pesquisadores da área de comunicação, entre eles José Reis, Wilson Bueno e Manuel Calvo Hernando. Este último fala na necessidade de criar uma consciência pública sobre o valor da ciência e Reis, por sua vez, salienta a importância de um cuidado especial com o tema nos países pobres.

Na concepção de Bueno, trata-se da obrigação de contribuir para a formação do pensamento crítico nos receptores, efetivada ao desnudar aos olhos de quem lê todas as implicações e desdobramentos ocultos na prática científica. O jornalismo científico, dessa forma, pode ser um complemento para a educação que evitará a exclusão da maioria dos cidadãos comuns dos benefícios proporcionados pelos avanços científicos. Por outro lado, também forneceria ao cidadão alguns elementos para sua decisão sobre os limites desses mesmos avanços, como por exemplo, os impactos que a tecnologia pode provocar no meio ambiente. Esta função pode ser prejudicada por certos vícios, que segundo Calvo Hernando, destituem o jornalismo científico de sua qualidade de prática educativa. Dentre esses vícios estariam: o almanaquismo, a ausência de uma mensagem didática significativa nas matérias, a falta de comprometimento com o rigor científico, superficialidade, falta de

documentação, improvisação e atropelo no aproveitamento das fontes. Porém, se realizado de maneira cuidadosa e séria, divulgando os resultados das pesquisas e também suas implicações éticas e os interesses envolvidos no seu desenvolvimento, o jornalismo cientifico contribui para o fortalecimento da educação e, dessa forma, acaba colaborando para o próprio avanço da ciência.

A presença de temas polêmicos na mídia, tais como os alimentos geneticamente modificados, a clonagem, a energia nuclear e os danos no meio ambiente, com potencial de influenciar em valores éticos e na própria segurança da vida humana, nos fazem ver que a sociedade não pode mais prescindir da discussão crítica sobre os temas de ciência e tecnologia e da participação do cidadão, inclusive nos processos decisórios sobre políticas públicas de ciência e tecnologia. Para tanto, o cidadão deve ter uma formação sólida o suficiente que lhe permita compreender e decidir sobre tais temas. Reis, citado por Gloria Kreinz, atribui tal importância à função educativa da divulgação científica (e por extensão do jornalismo científico) que chega a dizer:

> (...) a divulgação científica realiza duas funções que se completam: em primeiro lugar, a função de ensinar, suprindo e ampliando a função da própria escola; em segundo lugar, a função de fomentar o ensino (KREINZ, 2000, p.72).

Como se pode observar, para todos os estudiosos do tema, os programas de difusão científica abarcando, portanto, a divulgação e o jornalismo científico, têm um importante papel social a cumprir, inclusive no sentido de auxiliar estudantes a conhecer os avanços científicos e tecnológicos com um dinamismo apropriado para a velocidade de tais transformações que as grades curriculares das escolas não conseguem acompanhar.

> Nesse cenário, os programas de difusão científica parecem assumir um novo papel social. Se antes eram atividades que permitiam dar conhecimento para um grupo dominante para saciar suas curiosidades, hoje os programas de difusão surgem como importantes alternativas para cobrir a defasagem entre o saber escolar e o produzido nos laboratórios e centros de pesquisa e que as escolas não podem dar conta.(...) Para agravar a situação, o ensino formal não dá conta da permanente atualização que se faz necessária para que um profissional já formado e exercendo as suas funções na sociedade possa manter-se inserido no processo de transformação social (BARROS, 2002, pág. 29).

Evidentemente, a função educativa dos programas de difusão e do próprio jornalismo científico tem caráter complementar em relação à educação formal a ser recebida pelo cidadão. Ainda assim, são fatores importantes para integrar os indivíduos a um modo de vida que é cada vez mais dependente e ao mesmo tempo gerador de avanços científicos. Essa integração é que proporcionará a verdadeira inclusão do indivíduo no movimento de desenvolvimento social.

No caso do Brasil, vale lembrar os dados citados anteriormente que mostram um crescimento da produção científica nacional da ordem de 54% entre 1998 e 2002, enquanto no mesmo período a produção mundial aumentou em 8,7%, mostrando a tendência de expansão da nossa pesquisa e a efervescência do meio acadêmico nacional. Nesse panorama, aumenta a importância do jornalismo científico e das outras modalidades de divulgação como complementos ao ensino formal, capaz de ampliar os conhecimentos fornecidos pelas escolas e até de colaborar para um aperfeiçoamento e uma atualização no conteúdo pedagógico.

No entanto, para que isso se dê em sua plenitude, Barros fala na necessidade de uma alfabetização científica que, em última instância seria fundamental para uma sociedade comprometida com a “espiral do progresso”.

> Para isso alguns aspectos são essenciais: a chamada alfabetização científica que, cada vez está mais claro tratar-se da própria alfabetização de um indivíduo inserido socialmente, assim como a não discriminação de nenhum dos indivíduos socialmente ativos tornam-se essenciais para a

> proposta de uma sociedade democrática com a participação de todos os cidadãos no processo de construção social (BARROS, 2002, p. 37).

Partindo dessa alfabetização, temos o jornalismo científico como uma ferramenta auxiliar para fornecer conhecimento à sociedade afim de que esta seja capaz de exercer seu poder de decisão sobre os avanços científicos e tecnológicos que cada vez mais se colocam para o cidadão comum. Somente a conjunção de uma formação sólida e de uma informação contextualizada e precisa fará com que o cidadão tenha elementos suficientes para compreender as implicações e os desdobramentos de certos aspectos do fazer científico com relação ao mundo, cada vez mais complexo e dinâmico, em que vive. Barros chega a afirmar que o conhecimento das questões científicas é um fator fundamental para a inserção do indivíduo no seu grupo social. Segundo ele, questões científicas cada vez mais extravasam seus espaços e tornam-se elementos necessários à compreensão do mundo exterior.

Além das deficiências na educação formal e da própria diferença de velocidade entre o funcionamento da escola e o ritmo dos progressos científicos, a função educativa do jornalismo científico pode ser prejudicada por certos vícios nascidos nas redações e que, segundo Calvo Hernando, destituem essa prática de sua qualidade educativa. Dentre esses vícios, muitos deles ainda freqüentes na nossa imprensa, estariam: a) o almanaquismo, que reduz a informação científica a mera curiosidade; b) a ausência de uma mensagem didática significativa nas matérias; c) a falta de comprometimento com o rigor e a exatidão científicos, seja na apresentação de dados ou na elaboração de conceitos; d) a atenção desproporcional a elementos secundários da pesquisa, na tentativa de apenas causar impacto no receptor da informação; e) superficialidade, falta de

documentação, improvisação e atropelo no aproveitamento das fontes. Outros autores corroboram as críticas de Calvo Hernando.

> De uma maneira geral, o jornalismo científico brasileiro ainda é, em grande parte, calcado em uma visão mistificada da atividade científica, com ênfase nos aspectos espetaculares ou na performance genial de determinados cientistas. A ênfase nas aplicações imediatas da ciência é também generalizada. Raramente são considerados aspectos importantes na construção de uma visão realista sobre a ciência, como as questões de risco e incertezas ou o funcionamento real da ciência com suas controvérsias e sua profunda inserção no meio cultural e socioeconômico (MOREIRA, 2002, p. 63).

Nesse ponto, cabe apresentar a chamada função social do jornalismo científico. Segundo Wilson Bueno, “manifesta-se pela preocupação em situar a informação científica e tecnológica num contexto mais amplo”. Essa função está diretamente ligada à idéia de humanização da ciência e admite que a mídia tem condições de ser intermediária na necessária relação entre cientistas e sociedade. A idéia de que os avanços científicos deveriam servir apenas ao bem estar do homem, uma vez confrontada com a realidade, faz com que essa função ganhe mais importância e, paralelamente, tenha sua eficácia na prática diária contestada.

Nossa condição secundária perante os países do chamado primeiro mundo, inclusive no campo da produção científica, faz com que a chamada função cultural do jornalismo científico seja particularmente importante entre nós. A ciência não é neutra, como às vezes a mitologia em torno do tema faz parecer ao público leigo, e quando produzida por pesquisadores de potências econômicas, financiados pelo Estado, muitas vezes a partir de interesses militares, financeiros ou estratégicos de qualquer outra ordem, ela é indissociavelmente ligada aos interesses e valores dessas nações, portanto, requer um olhar crítico e investigativo sobre suas iniciativas e suas realizações.

> A função cultural do jornalismo científico extrapola os limites da mera transmissão de fatos e resultados da ciência para contemplar uma visão crítica de sua difusão por diferentes ambientes culturais (BUENO, 1988, p. 29).

Segundo Wilson Bueno, o jornalismo científico ao elucidar as relações entre o desenvolvimento e a divulgação da ciência e os interesses do setor produtivo, ou do chamado mercado, estaria exercendo também uma função econômica, que também se estabeleceria a partir da sua atuação como um agente capaz de contribuir para aproximar a iniciativa privada das entidades públicas que realizam pesquisas científicas. Podemos acrescentar ainda, nesse tópico, o papel do jornalismo como ferramenta apta a divulgar os benefícios científicos junto à sociedade, que por sua vez compreenderá o contexto em que se dão tais benefícios e poderá até pressionar seus representantes pela dotação de mais recursos às pesquisas científicas. O jornalismo científico pode exercer esse papel de convencimento, capaz de transformar a pesquisa em prioridade social e, por sua vez, conferir mais poder de negociação às entidades de pesquisa na busca por recursos financeiros.

Finalmente, Bueno afirma que todas as funções acima se relacionam, confundem-se e convergem para uma função político-ideológica do jornalismo, que o coloca como atividade essencialmente voltada para a democratização do conhecimento e construção da cidadania. A proposta, no caso, vai ao encontro do ideal de vulgarização proposto por Fourez e contempla um jornalismo científico compromissado com os valores democráticos, que não seja um mero transmissor de valores pré-estabelecidos. Uma prática realizada com a intenção de que os receptores das mensagens sejam capazes de acumular conhecimento suficiente para participar de debates públicos, discutir, examinar e decidir sobre assuntos que podem ter efeitos diretos em seu modo de viver. Ou seja, um jornalismo que, em

alguma medida, opere uma transferência de poder, como dito anteriormente por Fourez.

Calvo Hernando também enumera objetivos e funções da prática do jornalismo científico. O eminente pesquisador aponta em primeiro lugar a criação de uma consciência nacional e continental de apoio e estímulo à pesquisa; em seguida, a divulgação dos novos conhecimentos e técnicas para o desfrute de toda a população. Note-se que Hernando não deixa de salientar a preocupação com o sistema de ensino que vai fornecer os recursos humanos que levarão a efeito as pesquisas; também é objetivo do jornalismo científico, segundo ele, o estabelecimento de infra-estrutura de comunicação e consideração das novas tecnologias e conhecimentos como bens culturais, democratizando assim o acesso aos avanços científicos; por fim, Hernando sugere o incremento da comunicação entre os investigadores (HERNANDO apud BUENO,1988, p. 26).

O jornalismo científico, portanto, tem um caráter que transcende o mero fornecimento de informação para a compreensão do mundo que conhecemos. Trata-se de uma prática que se pretende inclusiva, atenta à necessidade de compartilhamento de informações capaz de consolidar a própria democracia.

1.1.7 – Alguns dilemas da prática do jornalismo científico

Para nos introduzir no tema enunciado no título acima, temos que nos reportar à parte final do capítulo anterior. Atualmente, segundo o exposto acima, é possível dizer que ciência e tecnologia freqüentam a mídia brasileira de maneira crescente e, embora ainda limitado, o espaço para matérias de cunho científico apresenta uma tendência de expansão. Podemos até questionar a qualidade das

coberturas científicas. De fato, elas podem ser fragmentadas, sensacionalistas, estereotipadas ou simplificadoras. Porém, existe um espaço consolidado para as matérias científicas na mídia e que ainda pode ser ampliado. Essa importante tendência de expansão do jornalismo científico se dá muito significativamente na imprensa popular e do mercado para publicações especializadas em ciência. Afinal, nunca os avanços científicos e suas conseqüências na vida cotidiana das pessoas necessitaram de tantas explicações e despertaram tanto interesse quanto nos dias atuais.

> Hoje talvez fosse possível estimar em cinco milhões o número de pessoas – perto de 2,5% da população brasileira – que de alguma forma lêem assuntos relativos à C & T (VOGT, 2004, p. 60).

Apesar da tendência de crescimento, é impossível prever até onde vão chegar os produtos gerados nessa expansão. A vulnerabilidade das empresas jornalísticas às constantes crises econômicas nos impede de vislumbrar os desdobramentos do panorama do jornalismo científico e da divulgação científica no país. Mas, abstendo-nos das tentativas de prever os destinos do jornalismo científico no Brasil, vamos procurar expor os principais dilemas dessa prática, conforme enunciado no título do presente capítulo, com a atenção fixa apenas no cenário presente.

Em capítulo anterior deste trabalho, mencionamos a classificação elaborada por Wilson Bueno para explicar as funções do jornalismo científico (funções informativa, educativa, social, cultural, econômica e político-ideológica). Para cumprir suas funções, a divulgação científica e, mais especificamente, o jornalismo científico devem veicular, de maneira direta, objetiva, porém, ao mesmo tempo precisa e contextualizada informações sobre a ciência como processo, suas metodologias e os interesses que regem sua dinâmica. Não basta o relato deslumbrado ou

espantado sobre os fatos isolados. Está na essência da atividade o estímulo à reflexão e o fornecimento de elementos que a permitam.

Para José Reis, nos países do chamado terceiro mundo essas funções vêm acompanhadas de uma dose extra de responsabilidade.

> Considero que a divulgação pela imprensa é muito importante, principalmente em países como o Brasil, onde as dificuldades e as precariedades das escolas fazem com que os estudantes e professores obtenham informações sobre ciência através de artigos de jornais (REIS, 2002, p. 73).

Essa visão do jornalismo científico como ferramenta auxiliar na busca pela diminuição das distâncias entre ciência/tecnologia e sociedade faz parte de uma concepção calcada na prestação de contas à sociedade e na democratização do conhecimento, que exige que as principais decisões tomadas nessa complexidade e velocidade de transformações em que o planeta está mergulhado não se dêem à revelia da sociedade. Num mundo em que, cada vez mais, todos precisam estar preparados para tomar decisões, o processo de difusão tem uma importância significativa e ainda em expansão.

No entanto, para Manuel Calvo Hernando, o jornalismo científico na América Latina não vem cumprindo plenamente suas funções e, na essência, não tem contribuído para consolidar uma educação científica capaz de promover a conscientização e capacitação dos cidadãos para as tomadas de decisão sobre temas científicos.

> En lo que se refiere al periodismo cientifico, los problemas y lãs necesidades em América Latina son hoy más graves que nunca, y nos parece que el periodismo cientifico no contribuye hoy a satisfacer lãs necesidades básicas de nuestros países, em orden a la educaion permanente y a la participácion de los pueblos en el quehacer científico y em la toma de decisiones.

> Por uma parte, las poblaciones no satisfacen su derecho a ser informadas sobre aspectos tan decisivos para su vida cotidiana y para su futuro y el de sus descendientes. Por outra, faltan debates públicos sobre estos temas y uma actitud crítica de los ciudadanos ante las prioridades en la invérsion pública em ciência y tecnologia (HERNANDO, 2005, p. 1).

Hernando aponta diversas questões sintomáticas do problema enfrentado pela atividade do jornalismo científico. Desde problemas que minam a atividade pela base, como a falta de interesse e sensibilidade por parte das classes dirigentes e também dos proprietários de meios de comunicação, até questões práticas como a dificuldade de acesso às fontes e a escassez de profissionais especializados em cobertura científica. Como se não bastasse esse panorama pleno de obstáculos, Hernando identifica ainda uma falta de cooperação por parte da comunidade científica e de seus organismos representativos. Tudo isso, somado à situação de grande parte da população dos países latino-americanos, que ainda encontra dificuldades de acesso à informação, especialmente a impressa.

O presente trabalho não pretende esmiuçar cada um desses problemas enfrentados pelo jornalismo científico, que individualmente mereceriam estudos mais detalhados. Porém, a título de ilustração, podemos citar especificamente alguns dos dilemas que envolvem essa prática.

1.1.8 - A postura do jornalista e das empresas de mídia

Os jornalistas precisam atuar conscientes de que o jornalismo científico realizado de maneira inadequada, ou seja, imprecisa e descontextualizada, obedecendo apenas às regras de atratividade do texto sem preocupação com a exatidão das informações pode contribuir para a criação de um mito tecnológico que desvia a atenção da reflexão sobre o mundo. Qualquer abordagem menos cuidadosa das ciências pode ajudar a reforçar os mitos que, segundo o matemático

e jornalista francês Michel de Pracontal, seduzem o grande público: o mito de que em ciência tudo é possível; o mito da revolução científica e o mito do gênio desconhecido (PRACONTAL, 2004, p. 134).

De acordo com Pracontal, o mito de que em ciência tudo é possível é reforçado pela apresentação simplista que a mídia faz dos temas científicos. Se descobertas fantásticas são anunciadas diariamente, afirmações fantasiosas geradas por impostores também podem ser consideradas verdadeiras. Já o mito da revolução científica ignora a história das ciências e atribui as revoluções científicas à iluminação de seres humanos geniais que, em determinado momento, resolvem jogar por terra todo o conhecimento produzido até então e produzir novos paradigmas. Por fim, o mito do gênio desconhecido é aquele que permite ao impostor invocar casos do passado para se defender da alegação de que seu trabalho não é importante. Seu argumento é que suas descobertas são inovadoras demais para a compreensão de seus pares naquele momento.

Maurice Goldsmith, citado por Sanchez Mora, elaborou uma síntese daquilo que, em sua concepção, seriam as características ideais de um bom divulgador científico ou, na terminologia adotada por ele, um crítico da ciência. São características que poderíamos adaptar com tranqüilidade para compor o perfil ideal do jornalista especializado em ciência. Em primeiro lugar, uma visão geral das coisas; em seguida, a capacidade de visualizar o futuro a partir da compreensão do passado; em terceiro lugar, a capacidade de reconhecer as semelhanças nas diversas experiências científicas; defender a integridade da ciência; interpretar a ciência e, por fim, comunicar a ciência de modo a aproximar as pessoas de sua

poética. Perpassando todas essas características, está a capacidade de exercer a crítica da ciência.

> A esse divulgador profissional, por comparação com o centauro, dei o nome de "ser mítico", porque deve reunir capacidades que não costumam andar juntas: a boa escrita e o conhecimento amplo da ciência. Como esses indivíduos são raros, na prática, costuma-se apelar para a parceria entre divulgadores e cientistas (GOLDSMITH apud SANCHEZ MORA, 2003,p.34).

Para Granger, o "jornalista científico" atua como verdadeiro vetor da idéia de ciência que a população em geral irá formular, para o bem ou para o mal. Ele exerce esse papel, tanto quando age de forma responsável e conscienciosa, quanto nas ocasiões em que apela para o sensacionalismo pintando as descobertas científicas com as cores do maravilhoso e do fantástico.

Diante dessa responsabilidade, surge então um outro problema enumerado por Manuel Calvo Hernando e bastante presente nas discussões sobre a qualidade do jornalismo científico: a questão da formação do jornalista. É comum apontar como centro do problema a falta da especialização do profissional de mídia em ciências. Não há dúvida de que o aprimoramento da formação do jornalista, não apenas daquele que pretende trabalhar com ciência, é de fundamental importância e deveria ser mais bem cuidado ainda nos bancos e laboratórios das universidades. No caso das ciências, pela sua importância para o desenvolvimento social do país, a necessidade de uma competência na execução das suas tarefas, escorada na boa formação, acaba sendo ressaltada. Mas a questão que surge imediatamente é: como formar um jornalista profissional que possa se considerar especialista em ciências, diante da vastidão abrangida pelo termo ciências? Como considerar um jornalista especialista em, por exemplo, ciências agrárias ou biologia, se mesmo

dentro dessas áreas existem diversas sub-áreas dotadas de uma especificidade extrema?

A princípio admite-se que alguém com conhecimento prévio de uma área poderá sair-se melhor ao tentar escrever sobre ela e fazer-se entender pelos leigos. No entanto, ainda que se admita que o jornalista possa se especializar numa área bastante específica do conhecimento, nanotecnologia, por exemplo, é questionável admitir que alguém possa ser considerado especialista em ciências tamanha a complexidade que essa formação especializada requereria. Talvez, mais do que saber sobre todos os assuntos, o jornalista necessite saber perguntar sobre eles, conhecer os métodos mais adequados (busca às fontes, prática do contraditório, pesquisa sobre o tema) que lhe permitam construir uma versão consistente dos fatos que pretende narrar. Além disso, um repertório cultural sólido e conhecimentos básicos de história e filosofia das ciências. Observados esses critérios, mais do que um especialista em ciência teremos um especialista em praticar o bom jornalismo.

Não cabe, no entanto, criticar a conduta do jornalista de forma dissociada da postura das empresas de mídia que, como aponta Calvo Hernando, atuam com falta de interesse e sensibilidade com relação à importância dos temas científicos. Embora venha aumentando o espaço reservado às ciências nos grandes jornais ou revistas semanais do país, podemos dizer que ele ainda é limitado. Além disso, é em grande parte ocupado por material proveniente de agências de notícias ou publicações estrangeiras, muitas vezes tratando de pesquisas curiosas ou inusitadas. São raros os trabalhos de reportagem cobrindo a pesquisa nacional, esmiuçando seus contextos e seus desdobramentos. Além disso, os meios de comunicação nacionais apostam freqüentemente num “modelo de déficit” que parte

do pressuposto de que a população é totalmente desprovida de informação sobre ciência e que qualquer conteúdo oferecido, ainda que descontextualizado e dissociado da sua realidade cultural, terá a capacidade de preencher esse vazio de conhecimento.

As novas tecnologias aceleraram o ritmo do funcionamento da mídia fazendo com que a precisão e a boa qualidade da informação figurassem como critérios secundários na produção da notícia. O imediatismo da informação passa a ser o critério mais importante, num mundo onde a divulgação dos fatos em “tempo real” é supervalorizada. Trata-se de um problema que se impõe aos estudos da comunicação contemporânea, e com reflexos ainda mais graves no âmbito do jornalismo científico que, pela própria natureza dos temas que aborda e pela importância desse temas para a sociedade, exigiria matérias feitas cuidadosamente, observando uma perspectiva crítica do processo de produção científica. Certamente, um jornalismo científico compromissado apenas com a velocidade da veiculação de informações será mais vulnerável a equívocos, gerando o que Wilson Bueno chama de “informação desqualificada” (BUENO, 2003, p.143).

O jornalismo, notadamente o de cunho científico, ainda enfrenta essas dificuldades, que são geradas no seio da indústria da comunicação, e aqui relembramos, a título de exemplo, a questão da adequação da linguagem à simplicidade sem perder a capacidade de aprofundar a abordagem dos temas. Uma questão polêmica que naturalmente se impõe é como responder a necessidade de gerar reflexões mais profundas, atuando dentro de empresas de mídia que trabalham pautadas por tal imediatismo num grau em que é capaz até mesmo de

impedir a prática do contraditório, ou seja, o ato de coletar opiniões diversas sobre determinado tema.

Além de dificultada pela velocidade exigida na captação da informação e produção da notícia, a prática do contraditório nas matérias científicas é desencorajada, uma vez que o próprio jornalista está habituado a enxergar no discurso do cientista não uma versão dos fatos, mas a própria verdade chancelada pelo método científico. A ciência, afinal de contas, será contraditada ao longo do tempo, com a superação de paradigmas e o estabelecimento de novos valores. O jornalista habituou-se a considerar a voz do pesquisador que lhe serve de fonte como a própria voz da ciência, ou seja, a melhor e mais acabada expressão do conhecimento científico, ou seja, a verdade.

Mas ao deixar de exercer uma postura crítica, o jornalista, aprisionado pelo hábito e pela dinâmica de trabalho das empresas, ajuda a reforçar a idéia de que a ciência é detentora de verdades absolutas e inquestionáveis e não contribui para a contextualização, a reflexão e a compreensão de todas as implicações do trabalho científico. Dessa forma, ele vai se colocar apenas como um transmissor de informações, devidamente filtradas pela necessidade de serem recentes, atraentes, curiosas ou utilitárias.

Ou ainda, nas palavras de Henrique Lins de Barros:

> (...) quando se inverte o vetor e se prioriza a abrangência de um determinado programa em detrimento do conteúdo, que se pode esbarrar num dos pontos cada vez mais comuns na divulgação da ciência: a sua vulgarização no sentido pejorativo, ou seja, a apresentação da ciência, ou de alguns aspectos que a ciência trabalha, de forma reduzida e banalizada (BARROS, 2002, p.30*).*

Ao divulgador, portanto, além do papel de realizar a transição entre a linguagem altamente especializada do pesquisador e a linguagem de caráter público necessária à divulgação científica, cabe também disseminar o conhecimento de uma maneira eficiente, responsável e embasada. Para tanto, ele deve procurar fugir da superficialidade. Mas é possível fazê-lo dentro dos parâmetros estabelecidos pelo primado do imediatismo e da concisão?

Frota-Pessoa, biólogo e renomado divulgador, citado por Kreinz, traça algumas considerações sobre as características ideais do texto de divulgação científica.

> a) coragem para dispensar a precisão e apelar para analogias, generalizações e aproximações e coragem, para parecer, por isso, ignorante.
>
> b) ser simples, direto e nobre (como Homero), pois, sem a nobreza cai-se na caricatura da ciência, no sensacionalismo.
>
> c) escrever como se falássemos à infância: como se falássemos a nós mesmos quando crianças.
>
> (...)
>
> h) abdicar do jargão científico: o que interessa são fatos e conceitos, não palavras (FROTA PESSOA apud KLEIN, 1999, p.18).

Esses parâmetros descritos para a divulgação científica estão contidos numa concepção surgida com o extremo desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, chamada de difusão, popularização ou democratização do conhecimento. Trata-se de uma idéia, em tese, inclusiva que parte da intenção de que a difusão do conhecimento se faça da maneira mais ampla possível. Na prática, porém, o conhecimento difundido acaba por encontrar algum eco somente junto à população com maior poder aquisitivo e melhor formação escolar.

O procedimento de simplificar para facilitar o acesso às informações envolve um risco real de provocar o surgimento de imprecisões e de uma abordagem que não ultrapasse o senso comum.

> Mas, como na música a simplificação para tornar acessível "mata" a proposta, e a ciência que é apresentada não tem mais a grandeza nem a profundidade da proposta original (BARROS, 2002, p. 34).

Essas falhas na construção de uma notícia, frequentemente podem fazer com que, mesmo pesquisadores que são favoráveis e conscientes sobre a importância da ampla difusão da ciência pela imprensa, desenvolvam desconfianças com relação ao trabalho executado pelos jornalistas. O problema torna-se de difícil resolução, pois envolve a fonte das informações, no caso o pesquisador e as instituições, os mediadores de sua relação com a sociedade, no caso o jornalista e as empresas de mídia e, por fim, o próprio receptor das informações, leigo, que por não estar familiarizado com o jargão científico, não terá subsídios para exercer uma visão crítica com relação ao enfoque dado aos temas sobre os quais ele lê. Um indivíduo que não tem amplo conhecimento sobre uma determinada área, ao receber informações incompletas, parciais, distorcidas ou simplesmente superficiais passa a integrar um circuito fechado, verdadeiro círculo vicioso onde as informações científicas revelam fenômenos, mas não explicam todas as implicações envolvidas no processo. Ele desenvolverá então noções incompletas, distorcidas ou muito superficiais sobre os temas e continuará incapaz de ter uma visão crítica.

Outro obstáculo ao cumprimento dos objetivos do jornalismo científico seria o fenômeno chamado de segmentação da mídia, que Wilson Bueno interpreta como parte das exigências e estratégias da indústria cultural. Para ele, a tendência de proliferação de produtos direcionados a públicos específicos sugere um risco de elitização de veículos e conteúdos, capaz de alimentar ainda mais a exclusão.

> Na medida em que os veículos, internamente, a partir de cadernos e editorias, especializam seus conteúdos, buscando favorecer os leitores assíduos, ainda que facilitem, para este público, a busca por assuntos e a sua leitura, segregam a informação, retirando-a do espaço habitualmente percorrido pelos leitores não iniciados. Uma parcela considerável de leitores de jornais e revistas, de radiouvintes e telespectadores não se aventura a consultar esses espaços especializados, exatamente porque não vê, de imediato, qualquer identificação com eles (BUENO, 2003, p.146).

Sem essa possibilidade, o potencial receptor acaba não tendo sequer o contato com a informação, que muitas vezes o auxiliaria na compreensão do mundo em que vive. A informação científica que chegará até ele será apenas aquela relativa a fatos espetaculares, curiosos ou impactantes, possivelmente relatados de forma descontextualizada e despreocupada em detalhar as nuances e os interesses decorrentes contidos no processo de produção científica. Além disso, segundo Wilson Bueno, a segmentação excessiva leva a uma fragmentação do conhecimento, por se ater ao detalhe em detrimento do processo e acaba por distanciar ainda mais os que dominam e produzem o conhecimento e os que estão à sua margem.

Outra tendência detectada por Wilson Bueno é a relação estreita entre informação e *marketing*. Para sustentar a tendência de crescimento das empresas de mídia, cada vez mais integradas em conglomerados internacionais de comunicação, são necessários grandes aportes financeiros provenientes dos anunciantes. Essa relação de dependência extrema acaba aproximando os setores financeiro e editorial de uma empresa de forma mais estreita do que seria desejável. Isso dá margem para que a própria produção de informações seja contaminada por interesses comerciais ou políticos e esteja mais sujeita a manipulações, dificultando o surgimento de uma informação dotada de olhar crítico e independente.

> A concentração das agências de propaganda, fenômeno observado em todo o mundo, já citada neste artigo, contribui para que a pressão externa

> aos veículos jornalísticos seja cada vez mais intensa, aumentando o poder de fogo dos anunciantes e a vulnerabilidade da independência editorial (op.cit).

A disputa cada vez mais acirrada entre ciência e outros saberes como, por exemplo, a religião e as explicações desvinculadas do conhecimento científico, como as terapias alternativas, seria uma outra tendência para a qual alerta Wilson Bueno. O pesquisador chama a atenção para os perigos de uma escalada de fanatismo religioso, refratário ao conhecimento científico, que pode ter reflexos graves no jornalismo e na divulgação da ciência à medida que grupos religiosos cada vez mais se apoderam de meios de comunicação. Com a continuidade dessas duas tendências, ou seja, a concentração de mídia sob controle de comunidades religiosas e o recrudescimento do conservadorismo, vislumbra-se o surgimento de obstáculos para a divulgação do conhecimento que questione valores defendidos por esses grupos.

Um outro aspecto desse problema é a invasão dos espaços da mídia, em tese, reservados à ciência por matérias de cunho pseudocienífico, como curas e terapias alternativas. O risco dessa ocupação é a promoção do fantástico travestido de científico, com a valorização de explicações e atitudes contrárias à ciência. E, subjacente a isso, a dificuldade de uma pesquisa séria que mereça reflexões e, portanto, uma abordagem crítica e contextualizada, fazer-se visível ao público mais geral, através da presença nos meios de comunicação.

Por fim, o que Bueno chama de biologização do social e é uma tendência decorrente da crescente importância e polêmica suscitada pela biotecnologia nos últimos tempos. Para o pesquisador o tratamento dado pela imprensa ao tema resvala muitas vezes na irresponsabilidade e no sensacionalismo, abrindo espaço para pesquisas despropositadas que nada acrescentam ao conhecimento científico.

> É o caso da insistência em estabelecer correlações estreitas entre genética e comportamento humano, propalando a descoberta do gene da felicidade, da depressão, da inteligência, etc, como se o ser humano fosse apenas uma programação genética, e a cultura e o meio ambiente meros acessórios da existência humana (BUENO, 2003, p.152).

Certamente, o espaço reservado a esse tipo de matéria está associado a uma habitual atitude dos meios de comunicação de privilegiar temas curiosos e impactantes, notadamente se transformados em assunto do momento em razão de fatos que despertam polêmica junto ao público, numa postura prejudicial aos verdadeiros interesses do jornalismo científico. Enquanto isso ocorre, permanece como um ideal a ser atingido, a existência de uma imprensa interessada em colaborar para a formação de uma consciência científica do público, reservando amplo espaço para temas de ciência e tratando-os de forma mais contextualizada e menos sensacionalista, estimulando, portanto a reflexão.

Portanto, ao buscarmos realizar um apanhado dos principais dilemas que surgem da na prática do jornalismo científico, notamos a configuração de um circuito que se realimenta constantemente a partir das deficiências nos pólos da relação entre instituições responsáveis pela produção científica e a sociedade, mediada pela imprensa. Enquanto o indivíduo leigo, carente de uma educação de base, que chamaremos aqui de alfabetização científica, tem dificuldades para exercitar um olhar crítico em relação ao jornalismo e aos próprios avanços científicos, a imprensa também lhe fornece material insuficiente para que ele possa se considerar realmente informado sobre os temas e os cientistas ainda não adquiriram o hábito e a consciência da importância social de levar a compreensão do seu trabalho a todas as camadas da população.

Realizada na Argentina, Brasil, Uruguai e Espanha, a pesquisa sobre a percepção pública da ciência de Vogt e Polino fornece alguns indicadores de que a

interação entre a sociedade e a ciência, executada através dos meios de comunicação, ainda não se dá de maneira plena. As respostas majoritárias à pergunta se as pessoas se consideravam informadas sobre ciência situaram-se nas categorias “nada informada” ou “pouco informada” (80% na Argentina, 71% no Brasil e 67% na Espanha, o Uruguai constitui uma exceção nesse tópico, com as respostas divididas pela metade).

A questão sobre a oferta da informação científica revelou que a maioria dos entrevistados, 81% nos jornais e 85% na televisão, consideram que a oferta de notícias sobre ciência e tecnologia é escassa. A pesquisa revela ainda que os entrevistados ao receberem informações sobre temas como energia nuclear ou biotecnologia confiam mais em outras categorias profissionais do que nos jornalistas. Na Argentina, por exemplo, quase 70% dos entrevistados acreditam que o jornalista não tem formação suficiente para tratar das notícias de ciência e tecnologia.

Ao responder sobre quais seriam os principais obstáculos para a participação nas questões de ciência e tecnologia, um dos principais problemas apontados nos quatro países, sempre com uma freqüência superior a 50% da amostra, é a falta de conhecimento para tal prática. No Brasil, segundo 46,3% dos entrevistados – o segundo motivo mais apontado - há um desinteresse da população em participar.

Como se pode concluir, as dificuldades e os dilemas do jornalismo científico não são originados apenas pela linguagem ou pelo conflito de interesses e métodos de trabalho de jornalistas e cientistas. Atuam, na base do problema, fatores até mais poderosos como os ideológicos e os mercadológicos já citados, refletidos na falta de políticas de comunicação eficientes adotadas pelas instituições que geram

conhecimento científico e nas linhas editoriais assumidas pelos meios de comunicação. Por fim, o problema passa até mesmo pela falta de formação dos possíveis receptores das informações. Ante o exposto, fica clara a necessidade da criação do que Hernando chama de uma "consciência científica coletiva", que fosse capaz de fortalecer a sociedade democrática a partir de uma informação certa, precisa e contextualizada das implicações do fazer científico, seus interesses e processos na vida do cidadão comum, construída com a colaboração de cientistas e jornalistas e capaz de ser assimilada pela população.

1.2 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

De maneira sucinta, podemos definir as instituições como organizações, públicas ou privadas, que atuam a partir de objetivos específicos, sejam eles político-ideológicos, político-econômicos, político-culturais, político-administrativos, e assim por diante. Instituição significa algo instituído, criado, estabelecido, por vontade política. Partidos políticos, universidades, igrejas, associações profissionais e não profissionais e órgãos do governo, são alguns exemplos de instituições. Portanto, uma característica essencial de uma instituição é sua atuação baseada numa determinação política do seu corpo diretor.

Diante da proposta do presente trabalho, faz-se necessário alinhavar alguns aspectos teóricos da comunicação institucional. Nosso intuito é apresentar um panorama teórico da área, de modo a configurar-lhe as singularidades, para que possamos compreender melhor o diálogo e as tensões que entendemos haver entre essa área e o jornalismo científico.

Lançando nosso olhar sobre a história, observamos que a comunicação realizada nos primórdios das sociedades agrárias ocorria de forma interpessoal ou intergrupal. A própria distância entre os comunicantes era um elemento fundamental para a efetivação da comunicação, pois a capacidade do aparelho fonador e da audição humanas, bem como a capacidade das pernas para se locomoverem nos mais variados territórios, eram limitadas.

Com o aumento das populações, começaram a surgir grandes aglomerações de indivíduos, capazes de formar um público. Passa então a existir a possibilidade da comunicação “de um para muitos”, utilizada principalmente pelos líderes das comunidades. Com as multidões, surge também a necessidade de utilizar instrumentos para ampliar, ainda que de maneira rústica, o alcance da voz humana. Os espaços diferenciados para o comunicador, como o palco, o púlpito ou o palanque, também são conseqüências dessa necessidade de estabelecer a comunicação entre um homem e vários ouvintes.

O advento das sociedades industriais foi acompanhado de um aumento da necessidade de cobrir distâncias mais amplas entre emissores e receptores. Para tanto, todo um aparato de meios de comunicação passa a ser desenvolvido: os correios, os jornais, telégrafos, revistas, telefone, rádio e televisão. Os meios de comunicação avançam, no sentido de permitir a transmissão da mensagem sem a obrigatoriedade da presença física do seu portador.

A multidão, que nas sociedades agrárias despertava medo nos governantes, devido à possibilidade de sua mobilização para ações agressivas, passa a ser considerada cada vez mais como massa, capaz de ser domesticada e manipulada por técnicas de persuasão difundidas pelos meios de comunicação, até o ponto da

passividade. Surge, portanto, o conceito de comunicação de massa, caracterizada pela emissão de uma mensagem padrão, destinada a atingir o público médio e, dessa forma, alcançar o maior número de indivíduos possível, no menor espaço de tempo, sem levar em conta qualquer tipo de contato entre os receptores.

Porém, o contato entre os receptores aumentou naturalmente nas sociedades chamadas pós-industriais, em razão do aumento populacional e conseqüente redução dos espaços físicos nas grandes cidades. Esse aumento de população foi acompanhado de uma explosão no desenvolvimento de tecnologias voltadas para a armazenagem e a transmissão da informação, diminuindo ainda mais as distâncias entre emissor e receptor e também o tempo necessário para a transmissão das mensagens.

Acompanhando a segmentação do processo produtivo, também ocorre um fenômeno de segmentação da chamada massa, fazendo emergir o conceito de comunicação dirigida, que se vale de estratégias adequadas para despertar a atenção de cada tipo específico de público que pretende atingir.

Por fim, no seio da era pós-industrial também se dá o surgimento da chamada comunicação virtual, com impactos significativos em vários aspectos da existência individual e coletiva, como a alteração da percepção humana de espaço e tempo. Com relação especificamente a aspectos da comunicação dirigida, há um aumento da autonomia do receptor que, em certa medida, passa a ser capaz de selecionar conteúdos e filtrar mensagens, de acordo com seus interesses.

O desenvolvimento histórico da comunicação institucional se dá atrelado à consolidação do poder do Estado; afinal o próprio desenvolvimento das instituições

públicas está baseado também nas formas de exercício do poder levadas a efeito em diferentes contextos.

Tomemos como exemplo o início do período moderno, marcado pela Revolução Francesa. A ascensão da burguesia e sua necessidade de difundir seus valores e interesses está na origem do que se convencionou chamar de Comunicação de Massas. Trata-se de um projeto de difusão de valores predominantes que eram transmitidos por instituições como a família, a igreja e a escola.

No período contemporâneo há um verdadeiro desdobramento dos processos de fragmentação do processo produtivo e descentralização do poder do Estado. A comunicação, portanto, também sofre uma fragmentação e adaptação aos princípios da comunicação dirigida. Exige-se, dentro das suas características atuais, que a comunicação pública atue com a mesma velocidade, eficiência e qualidade encontradas nas instituições privadas.

1.2.1 – A comunicação no âmbito público

Ao tratarmos de comunicação institucional, não podemos nos furtar a analisar os modelos de comunicação pública existentes, mormente porque tratamos nesse trabalho de aspectos da comunicação institucional pública. Primeiramente, citaremos os modelos instituídos de acordo com o fluxo de informações, segundo a concepção de Hunt e Grunig.

O primeiro modelo, considerado o mais antigo deles, e ainda predominante é o chamado “Modelo de agência/assessoria de imprensa ou divulgação jornalística”. Trata-se de um modelo de mão única, caracterizado pelo fluxo da informação no

sentido da fonte para o receptor. Por ter como escopo a publicação de notícias sobre a instituição/organização, de forma a despertar a atenção da mídia, esse modelo prescinde das informações completas, ou seja, divulgar e promover a organização interessa mais do que a exatidão dos fatos. Trata-se, portanto, de um modelo que faz uso das técnicas de propaganda em busca da promoção da imagem desejada da organização.

Revestido de características mais próximas do jornalismo, o chamado "Modelo de difusão ou de informações ao público", busca também a disseminação de informações através da mídia em geral e dos meios específicos, porém, de maneira mais objetiva que no primeiro modelo. Assim como no modelo anterior, caracteriza-se pelo fluxo da informação no sentido da fonte para o receptor, mas ao contrário daquele, confere mais transparência às ações das instituições, pois tende a seguir as regras básicas do jornalismo e dar mais importância à versão completa dos fatos.

O terceiro modelo, chamado "Modelo de persuasão ou assimétrico de duas mãos", utiliza a pesquisa e outros métodos de comunicação para alcançar o objetivo da persuasão. Ao utilizar tais ferramentas, esse modelo tenta conhecer as expectativas e medir o nível de satisfação do público para, com base nesses dados, criar mensagens capazes de manipular e persuadir esse público.

Como o próprio nome diz, trata-se de um modelo de mão dupla, que prevê a participação do receptor das mensagens. Há sempre o "feedback", do receptor para a fonte. No entanto, essa participação só se dá para facilitar a consecução dos objetivos da instituição, através da avaliação das atitudes do público e do planejamento de estratégias para modificá-las. Por isso, embora de mão dupla, esse

modelo também é chamado de “assimétrico”, uma vez que a maior parte das informações e os canais para a sua emissão permanecem sob o controle do emissor.

Já o quarto modelo representa uma concepção mais moderna de relação entre instituição e público. É chamado de “Modelo de participação ou simétrico de duas mãos”, pois busca um equilíbrio entre os interesses da instituição e do público. Utiliza ainda a pesquisa como ferramenta para avaliar a compreensão do público, porém, seu objetivo último é a resolução de conflitos e problemas entre a instituição e os receptores da mensagem.

A compreensão mútua e o equilíbrio entre os interesses da instituição e do público são as metas desse modelo que está baseado no diálogo e na negociação direta entre os dois pólos, diminuindo a importância da mídia.

Além desses modelos estabelecidos seguindo o fluxo das informações, também podemos enumerar alguns tipos de comunicação pública, segundo os objetivos estabelecidos para essa comunicação.

Um exemplo seria a comunicação instituída com o objetivo de propaganda ideológica que, na maioria das vezes, busca promover determinados valores étnicos ou culturais a partir da construção de um cenário de confronto, que é transformado em identidade coletiva, contra determinadas idéias ou grupos. Por isso mesmo é bastante exercitada em governos autoritários e utiliza-se das ferramentas da Psicologia das Massas e da chamada Comunicação de Massas.

Nesse modelo, a comunicação tenta “vender” suas idéias para um público amplo e indiferenciado. Por isso, mesmo, no que tange aos fluxos, ela estará mais

próxima do “Modelo de agência/assessoria de imprensa ou divulgação jornalística”, por se constituir numa comunicação de mão única, sem troca de informações.

A comunicação governamental também é uma das formas praticadas em âmbito público, caracterizada pelo uso do marketing e da propaganda para garantir a boa imagem de um determinado governo e sua conseqüente manutenção no poder. Dessa forma, com relação ao fluxo, esse tipo de comunicação se vale muito do “Modelo de difusão ou informações ao público” por envolver os veículos de comunicação de massa para a transmissão das informações num sentido da fonte para o receptor.

O objetivo fundamental da comunicação governamental é difundir junto à opinião pública os temas de maior interesse do governo, prestar contas à população e estimular a adesão do público às diretrizes adotadas pelo governo. Além disso, através das informações levadas ao público, a comunicação governamental procura obter o reconhecimento do trabalho efetivado pelo governo.

Outro tipo de comunicação pública é a comunicação política, que visa obter convencimento e impacto junto à opinião pública através da persuasão. Segundo os fluxos, utiliza prioritariamente o “Modelo de persuasão ou assimétrico de duas mãos”, pois a comunicação se faz da fonte para o receptor e há, necessariamente, o “feedback” para que a fonte possa avaliar a eficácia da informação transmitida. Também envolve a propaganda e o marketing político para convencer os eleitores das qualidades de um determinado político.

O “Modelo de persuasão ou assimétrico de duas mãos” também é prioritário nas ações de comunicação social, aquela praticada pela instituição com

preocupação didática e ênfase no retorno da mensagem. A intenção, portanto, também é persuadir ou “educar” os receptores para assimilarem determinados comportamentos.

Não podemos nos furtar a citar, dentre os tipos de comunicação realizadas em âmbito público, a que chamaremos de comunicação pública propriamente dita, ou seja, aquele processo de comunicação que inclui toda a esfera pública, o mercado e a sociedade civil no debate democrático sobre algum tema relevante, como as discussões sobre determinadas políticas públicas. Trata-se, portanto, de um modelo em que emissor e receptor confundem-se, pois estão permanentemente negociando a tomada de decisões.

Nesse caso, a ênfase não se dá apenas na atuação dos meios de comunicação de massa, mas sim na interação entre os variados segmentos sociais, privilegiando a democracia, a transparência e a descentralização na tomada de decisões. Espera-se desse tipo de comunicação a concepção de que a informação auxilia na construção da cidadania, fornecendo ao cidadão a capacidade de compreender e realizar escolhas que defendam o interesse público.

1.2.2 – Comunicação institucional e jornalismo institucional

A comunicação institucional e o jornalismo institucional são produzidos por empresas ou instituições públicas que não têm a comunicação como sua atividade fim. No caso em tela, vamos nos ater às instituições públicas, mais especificamente, as universidades.

A comunicação institucional caracteriza-se pela transmissão de conteúdos que não seguem as regras jornalísticas, ou seja, a produção e difusão de notícias a

partir de fatos ocorridos. As atividades publicitárias, por exemplo, também constituem uma forma de comunicação, assim como programas de entretenimento na televisão ou no rádio.

Vale lembrar que tanto as instituições como as empresas são organizações, daí o uso freqüente de expressões como “Comunicação Organizacional” ou “Jornalismo Empresarial”. Kopplin e Ferrareto argumentam que, apesar de muitos autores utilizarem a expressão “jornalismo empresarial” para designar atividades dessa natureza, o termo é totalmente inadequado. A expressão utilizada dessa maneira é restritiva por não abranger organizações que não sejam empresas como sindicatos, instituições de ensino, clubes, agremiações esportivas, instituições culturais e tantas outras. No entanto, para que possamos diferenciar e nos ater somente aos aspectos da comunicação institucional, podemos classificar empresas como organizações voltadas a fins econômicos, enquanto que as instituições estariam voltadas para fins de ordem política.

Embora haja essa diferenciação entre os termos, os objetivos da comunicação institucional e da comunicação empresarial são os mesmos, ou seja, tornar a organização conhecida e valorizá-la a ponto de obter uma opinião pública sempre favorável às suas atividades. Além disso, a comunicação procura buscar a adesão do público para as atividades da organização. O público alvo desse tipo de comunicação é formado por membros da organização e o público externo, em toda a sua diversidade. No caso da comunicação elaborada por uma universidade, como a analisada no trabalho, ela estará dirigida tanto à comunidade de alunos, docentes e servidores técnico-administrativos da Universidade, como à comunidade extramuros, interessada em conhecer as atividades desenvolvidas pela instituição.

Diante da exposição dos objetivos, resta claro que a construção de uma boa imagem da instituição é o que justifica a necessidade de existir uma comunicação/jornalismo institucional. O prestígio de uma instituição depende do sucesso que ela alcança na busca pelos seus objetivos. Para a construção e a difusão de uma imagem positiva, o suporte mais eficaz é a comunicação institucional.

Nos dia atuais, a imagem tem se constituído como a parte mais valiosa do patrimônio de empresas e instituições. No caso específico das universidades, a exposição na mídia é um fator fundamental no processo de consolidação da representação da instituição como "de ponta" na sua área de atuação.

1.2.3 – A assessoria de comunicação: elemento chave para a comunicação institucional.

Para a consecução desses objetivos da assessoria de comunicação, ou de imprensa, ocupa uma posição de destaque dentro das instituições, como vimos pela exposição dos próprios modelos de comunicação pública. No glossário da obra "Assessoria de imprensa: teoria e prática", Elisa Koplin e Luiz Ferrareto conceituam "assessoria de imprensa" como:

> Um dos principais serviços dentro da assessoria de comunicação social, que divulga as atividades e opiniões do cliente junto à imprensa, facilitando o fluxo de informações entre a empresa ou instituição atendida e seus públicos. Para que isso ocorra, a assessoria de imprensa elabora textos para os veículos de comunicação, organiza entrevistas coletivas, faz contatos para a participação do cliente em programas de rádio e televisão, atende aos jornalistas, além de planejar e executar outras estratégias necessárias (KOPLIN, 2001, p. 144).

Atribui-se à função de facilitar o fluxo de informações, portanto, de ampliar a comunicação, uma importância cada vez maior. Para Gaudêncio Torquato, a

comunicação está ligada a conceitos como influência, poder, consentimento, cooperação, participação, liderança, solidariedade, persuasão e atração.

Além disso, no âmbito da comunicação realizada internamente, informação tem o condão de homogeneizar idéias, integrar propósitos, contribuindo para tornar uma determinada instituição mais eficaz e produtiva. (TORQUATO, 2002, p.162) São, portanto, condições que servem cada vez mais aos objetivos das empresas ou organizações que exercem um papel relevante junto à sociedade, como sindicatos, entidades de classe, instituições de ensino, agremiações esportivas, órgãos públicos, instituições culturais e assim por diante.

Cabe, portanto, a uma assessoria de imprensa ou de comunicação, garantir o bom contato entre a instituição assessorada e a sociedade, facilitando a divulgação de fatos, realizações ou opiniões institucionais.

Sem pretendermos adentrar os aspectos históricos da atividade de assessoria de imprensa, podemos mencionar que, a partir da década de 80, passa a existir um fenômeno, chamado por Manuel Chaparro de “revolução das fontes”, que indica uma mudança de atitude das instituições, que passaram a produzir conteúdos jornalísticos de maneira constante e ostensiva.

> Para isso se capacitaram profissionalmente, apropriando-se das habilidades técnicas do jornalismo. E usam essas habilidades em estratégias e táticas propagandísticas, tirando proveito da credibilidade da linguagem jornalística (CHAPARRO, p. 49, 2002).

Do ponto de vista da imprensa, a presença de jornalistas atuando nas assessorias gerou boas condições de diálogo e aumentou o entrosamento com as instituições.

> Os assessores tornaram-se efetivo ponto de apoio a repórteres e editores (como um tipo de extensão das redações) ao agirem como intermediários qualificados, estabelecendo aproximação eficiente entre fontes de informação e imprensa. De um lado, auxiliaram os jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e facilitar o acesso. De outro, orientaram fontes na compreensão sobre as características da imprensa, a necessidade e as vantagens de um relacionamento transparente. (Duarte, p.89, 2002)

Nos dias de hoje, porém, em que as mudanças acontecem rapidamente, aumenta a cada dia a valorização das informações transparentes e precisas, o que faz com que as instituições busquem utilizar mão-de-obra cada vez mais qualificada e tecnologias avançadas para promover o fluxo de informações com eficácia e exatidão.

Estatísticas relativamente recentes, citadas por Boanerges Lopes, apontam uma expansão no mercado de trabalho na área de comunicação institucional e empresarial, que hoje é o segundo bloco de absorção de profissionais de comunicação com cerca de 40% do mercado, superando o rádio e a televisão, atualmente com 20% (LOPES,1999, p.13).

O Manual de Assessoria de Imprensa da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (FENAJ) prevê que o trabalho do assessor de imprensa compreende o "serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa" (FENAJ,1986, p.10).

Cabe também ao assessor de imprensa a edição de boletins, revistas ou jornais. Evidentemente, a publicação de jornais, revistas ou boletins internos não pode ser confundida com o total do processo de comunicação de uma instituição. Existem outras formas, meios e recursos. Porém, é inegável o fato de que houve uma forte expansão na produção impressa, em razão da profissionalização e amadurecimento do setor.

Ainda de acordo com Kopplin e Ferrareto (2001, p.13), de forma resumida, as tarefas do assessor de imprensa são as seguintes:

- relacionamento com os veículos de Comunicação Social, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado (através de releases, press-kits, sugestões de pauta e outros produtos), intermediando as relações de ambos e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgãos de imprensa;

- controle e arquivo de informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação, bem como avaliação de dados provenientes do exterior da organização e que possam interessar a seus dirigentes;

- organização e constante atualização de um mailing–list (relação de veículos de comunicação, com nomes de diretores e editores, endereço, telefone, fax e e-mail);

- edição de periódicos destinados aos públicos externo e interno (boletins, revistas ou jornais);

- elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio e televisão;

- participação na definição de estratégias de comunicação.

1.3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A CONFLUÊNCIA DE CAMPOS

No Brasil, as principais fontes de pesquisa científica são instituições públicas, dentre elas as universidades. Se pensarmos na compreensão dos desdobramentos do desenvolvimento científico como um fator necessário à cidadania, em razão das condições da época em que vivemos, temos que considerar que, no processo de legitimação da universidade pública frente à sociedade, que através do pagamento de impostos, garante sua existência, está em jogo também o papel social da

instituição de fornecer conhecimentos aos cidadãos para que eles possam enfrentar os desafios éticos que se colocam de maneira cada vez mais intensa nesse princípio de século, no âmbito da ciência. A compreensão dos problemas que podem afetá-los e as informações para que os cidadãos tenham consciência de sua responsabilidade e saibam escolher os caminhos depende de quem produz o conhecimento e da importância que esse ator atribui à divulgação desse conteúdo.

Nesse cenário, o jornalismo científico, atividade que cresce em reconhecimento, mas que continua a ter que superar diversas dificuldades, entre elas a de relacionamento com suas principais fontes, os membros da comunidade científica e as instituições às quais pertencem, seria uma das ferramentas mais efetivas para a consecução dos objetivos acima descritos.

Dentre as possibilidades de que dispúnhamos para estudar a presença da produção científica nacional na mídia e todos os aspectos que dela decorrem, optamos por arriscar estabelecer nossas reflexões numa seara situada na confluência entre dois campos de estudo aparentemente distintos.

O cerne do problema parece estar justamente no nascedouro da informação científica, a instituição de pesquisa, e na sua relação com o agente mediador de tal conteúdo junto ao público, ou seja, a imprensa. Partimos de uma percepção de que não pode ser acertado pensar na consolidação dos meios de comunicação como agentes eficazes na construção de uma imagem da realidade que será estruturada pelos receptores, notadamente em casos como o da informação científica, investida de inegável relevância social, se no caso em tela, a informação capaz de promover tal construção não atinge, ou atinge em quantidades insuficientes, as páginas dos jornais e, portanto, o receptor. Dessa forma, não é o objetivo do presente trabalho a

elaboração de um estudo sobre o impacto direto dos meios de comunicação junto aos destinatários da informação científica.

Entendemos que o objeto de estudo do presente trabalho está situado na confluência entre o jornalismo científico e a comunicação institucional, imbricado entre o estudo dos gêneros e formatos e da gestão da informação. Essa abordagem inclusiva reflete necessidades prementes de estudos nos moldes em que pretendemos realizar, em que termos como valorização do diálogo, participação, troca, globalização e cidadania estão cada vez mais presentes no cotidiano de quem trabalha em qualquer uma das duas áreas citadas.

Esse roteiro que tencionamos percorrer está alicerçado na percepção de que a prática do jornalismo científico, caso pretenda cobrir minimamente a produção científica nacional, terá que se utilizar do aparato comunicacional (quando ele existe) das instituições que produzem ciência. Essa proposição, portanto, leva em conta dois fatores intrínsecos à cobertura da produção científica do país: a) o fato de que essa produção nasce, em sua maior parte, dentro de instituições públicas; b) o jornalismo científico, em razão da especificidade dos temas abordados, sempre proporcionará uma dificuldade a mais para o profissional de comunicação, que na imensa maioria das vezes escreve sobre assuntos que não domina.

Existe, portanto, ao mesmo tempo, um inegável diálogo entre os atores da prática do jornalismo científico (repórteres) e os da comunicação ou jornalismo institucional (assessores de imprensa ou comunicação) e uma tensão constante entre eles.

Portanto, entendemos que diante da pesquisa que nos propusemos a desenvolver, a possibilidade de pensar os campos isoladamente, no momento de estudar os processos de produção da notícia de cunho científico, acaba sendo redutora. Ousamos considerar que o diálogo entre os campos permite uma maior amplitude das reflexões e das análises de natureza comunicacional.

Entendemos, como já exposto acima, haver, mais do que um interesse, uma necessidade de contato entre as empresas jornalísticas e as instituições produtoras de ciência, mediado pelos profissionais atuantes em cada uma delas. Esse contato visa a consecução de um objetivo comum aos dois pólos: a comunicação com a sociedade. Logicamente, para que os benefícios dessa relação alcancem o público com a eficácia desejada, há a necessidade de haver transparência, confiança e honestidade por parte dos atores envolvidos, dessa forma, a qualidade da informação levada ao público estará assegurada.

Do ponto de vista do jornalismo científico, um contato mais estreito tende a aumentar a capacidade que as assessorias têm de influenciar agendas, e por conseguinte, a dependência dos jornalistas das informações fornecidas pela instituição. Ao mesmo tempo que esse tipo de relacionamento implica na necessidade de um entrosamento nos modos de atuação, também pode acentuar tensões e dilemas que surgem cotidianamente e são indissociáveis dos objetivos profissionais e interesses de cada um dos pólos.

Vejamos a lição do professor Manuel Chaparro:

> O jornalismo tornou-se, pois, espaço público de socialização dos discursos particulares, para os confrontos da atualidade, em todos os campos da atividade humana organizados sob a lógica da competição – e isso se traduz, com particular intensidade, nos conflitos da política, dos negócios,

> das idéias, da cultura, dos esportes e das crenças, que recheiam o noticiário de cada dia.
>
> E por que noticiar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir, as relações com a imprensa passaram a constituir preocupação prioritária na estratégia das instituições, tanto as empresariais quanto as governamentais, para as interações com a sociedade – à qual se ligam, hoje, mais por teias comunicativas do que por atividades ou ações de materialidade objetiva (CHAPARRO, p.33, 2002).

Daí a possibilidade da própria colaboração entre os dois pólos, a princípio extremamente positiva, gerar um dilema prático do jornalismo científico. Não estaria a imprensa sujeita a uma renúncia à sua obrigação de investigar e criticar? Não estariam os jornalistas expostos à tentação da simples reprodução dos press-releases, sem apuração independente e objetiva, notadamente pelas dificuldades inerentes ao tratamento das informações científicas?

> O fenômeno não é novo. A idéia da declaração oficial mascarando como "fato" um pseudo-evento transformou-se na faceta central da forma narrativa da "notícia". Chomsky explica essa prática como exigência econômica ditada pela necessidade de notícias por parte da mídia que é explorada pelas assessorias que sabem quando e como usar a informação em vantagem própria e para obter melhor cobertura (AMARAL, 2002, p. 62).

Logicamente, ao sugerir um melhor contato entre mídia e instituições, não estamos pensando em aceitação acrítica de todas as informações que o assessor transmite. Um rigoroso exame com a intenção de transmitir uma informação exata e imparcial é um aspecto imprescindível do processo. De qualquer forma, temos nessa questão um exemplo de como os campos são interdependentes, e de como nessa relação existem afinidades e tensões.

A questão da dificuldade de transmissão de informações de ordem essencialmente técnica ou científica, citada acima, também é geradora de tensões no contato entre imprensa e fontes. A melhor teoria jornalística recomenda, para os casos em que não bastam os termos universalmente compreensíveis, o esforço de interpretação das mensagens. Se um leigo receber uma informação científica não

totalmente “traduzida” ou “interpretada”, além de contextualizada, pode ser que não haja comunicação. A informação científica deve sempre ser tratada com extremo cuidado para que não gere distorções. Mesmo assim, esse é um ponto constante de divergências entre jornalistas e suas fontes: os cientistas.

Grande parte das pessoas que em algum momento se coloca na posição de fonte de informação não se sente preparada para o contato com os jornalistas. Fatores como a exposição pública, a auto-estima e mesmo a incerteza sobre o modo de reprodução das suas declarações, colaboram para essa sensação de despreparo. Segundo Jorge Duarte e Wilson Correa da Fonseca Júnior, “a fonte procura apresentar informações de acordo com seus objetivos; o jornalista adapta-as com base em critérios que fogem ao controle da fonte” (2002, p.326).

Sabemos que o relacionamento entre cientistas que ocupam a posição de fontes de informação e jornalistas é, muitas vezes, tenso. Acusados pelos cientistas de superficiais ou manipuladores, os jornalistas tacham os cientistas de arrogantes e pouco preocupados com a prestação de contas à sociedade. Porém, ainda que lhes falte a compreensão e a tolerância com as diferenças dos processos de produção e do cotidiano de trabalho de cada área, ambas as profissões se embasam na busca do conhecimento. Também são categorias cujo trabalho tem uma grande importância social, dotando-os de uma posição de agentes transformadores da sociedade.

> Embora as óticas possam ser diversas quanto à forma, linguagem e abrangência do conteúdo, não resta dúvida alguma da responsabilidade social que tanto os jornalistas quanto os cientistas têm no processo de democratização da informação científica. Cabe a ambos, portanto, uma postura educativa na comunicação pública da ciência. (CALDAS, 2003, p. 222)

No entanto, é fato que os problemas de relacionamento existem e a origem dessas tensões, como já mencionado anteriormente, provavelmente decorre da própria especialização da atividade científica na virada do século XIX para o século XX, que trouxe consigo a valorização do cientista como um ator social merecedor de respeito e admiração em sua comunidade, por ser detentor da "verdade", ou seja, do conhecimento cientificamente comprovado, que passou, em certa medida, a substituir a doutrina religiosa como fonte de saber. Além disso, a especialização das atividades científicas também causou a especialização da linguagem, que desde então se constituiu num importante fator de isolamento dos cientistas e fonte constante de divergências entre estes e os jornalistas.

> Como já dissemos, a dificuldade de comunicação entre cientistas e leigos geralmente reside na ausência de uma linguagem comum que permita a ambas as partes falarem sobre idéias científicas.
>
> (...) a linguagem científica contém uma carga teórica que revela uma visão muito particular do mundo. Quanto mais desenvolvida estiver uma ciência, como acontece com a física, tanto maior será o grau de abstração e a carga teórica da linguagem. (SANCHEZ MORA, 2003, p.21)

Portanto, se o nascedouro das divergências parece estar na virada do século XIX para o XX, é fato que até o momento a questão ainda não se resolveu de forma plena, continuando a suscitar debates. Como tantos outros estudiosos, Ziman trata dessas divergências:

> Há uma contradição real entre o sensacionalismo e a prudência científica, entre o exagero multicolorido e a precisão cética, entre a modesta impessoalidade considerada apropriada pelo cientista e o culto da personalidade, cultivado pela imprensa. Constitui uma deficiência da ciência moderna o fato de que o cientista se esquive desse tipo de divulgação, dando assim a impressão de um esoterismo arrogante, mas é preciso compreender sua reação genuína contra o tipo de personalidade e o estilo de redação que se espera que ele adote nos veículos de comunicação de massa. É essencial que se reconheça a profundidade desse golfo psicológico, se alguém se dispuser a transpô-lo com sucesso. (ZIMAN, 1981, p. 34)

Dentre as muitas arestas existentes nessa relação, a antiga questão da linguagem ainda continua sendo importante. Por se dar necessariamente em espaços não formais de educação, a divulgação da ciência deve utilizar a linguagem mais simples, capaz de facilitar a compreensão de um público mais abrangente. No entanto, oferecer a informação sobre temas altamente especializados, numa linguagem clara, com uma abordagem simples, capaz de tornar os conteúdos compreensíveis pelo público médio acaba sendo uma tarefa das mais espinhosas. A linha que separa a simplificação da imprecisão ou da distorção pode ser muito tênue. Nesse limite, o pesquisador acostumado a escrever artigos para publicações exclusivamente científicas pode ter, muitas vezes, a sensação de que a "tradução" de certos termos técnicos para uma linguagem coloquial diminui a importância do seu trabalho. Lendo um texto produzido para leigos, o pesquisador pode sentir a necessidade de recuperar certos termos técnicos, o que dificulta a compreensão de pessoas não familiarizadas com o assunto. "Não basta que os dados sejam científicos: é preciso que pareçam científicos. E o prejuízo recai no processo comunicativo" (FEITOSA, 2001, p.25).

Por mais conhecida que seja a questão, sempre constitui um desafio buscar uma linguagem capaz de superar dificuldades e complexidades inerentes ao mundo dos pesquisadores, tratados por alguns como a "elite do saber". O pequeno grupo de pessoas que "detêm resultados laboratoriais como forma de dominação social" (KREINZ, 2000, p. 16).

Utilizando, apenas a título de ilustração, algumas categorias provenientes do campo da lingüística, sem a pretensão de adentrarmos outra seara teórica, podemos dizer que os cientistas, na busca pela legitimação conferida pelos seus pares

utilizam a linguagem técnica, ou seja, estabelecem uma comunicação primária, de sentido unívoco, relativamente carente de recursos retóricos, utilizando gráficos ou funções matemáticas, carregada de termos e conceitos específicos de cada área que, muitas vezes, a tornam impenetrável para os leigos. Já a comunicação voltada para o público geral é denominada comunicação secundária.

Tomando por base as classificações de Jakobson para as funções da comunicação verbal, podemos dizer que a comunicação que os pesquisadores estabelecem com seus pares utiliza prioritariamente a chamada função referencial, voltada para o sentido denotativo da mensagem. Por sua vez, os textos de divulgação científica lançariam mão de outros recursos como as funções fática (utilizada mais para expressar sociabilidade do que para transmitir informações), emotiva (apela ás emoções do leitor), e poética (privilegiando o significante da mensagem). Dito de outra forma, os textos de divulgação (os jornalísticos incluídos) necessitam privilegiar a atratividade e a persuasão, recorrendo muitas vezes na construção do texto a elementos que evocam a atualidade, a proximidade geográfica, o apelo à emoção, conflitos e até mesmo a proeminência dos atores envolvidos.

Muitas outras distinções se interpõem entre as duas atividades. A diferença de ritmos de trabalho é uma delas, enquanto o pesquisador normalmente se empenha por muitos anos para atingir um resultado nas suas investigações, os jornalistas trabalham cada vez mais com o imediatismo, necessitando construir suas versões da verdade da maneira mais veloz, visando a transmissão dessas versões como notícias “quentes”. Essas dinâmicas na atuação de cada uma dessas

profissões já se constituem em traços culturais fazendo parte da formação dos profissionais.

> Vale chamar a atenção para um aspecto que, apesar de quase nunca ser lembrado, é determinante no diagnóstico dos erros do jornalismo científico: as diferentes visões de mundo de repórteres e pesquisadores. Nelson (1994, p.41) avalia que "(...) os cientistas e os jornalistas são orientados por princípios diferentes. Os cientistas procuram a verdade, enquanto os jornalistas procuram a verdade e, também a notícia (grifo do autor) (GOMES, 2002, 188).

A própria noção de novidade, tão cara a ambas atividades, pode ser muito distinta para cada uma das áreas. É comum que nas páginas dos cadernos de ciência dos jornais, os temas mais "quentes" ou "da moda", ou seja, aqueles que vêm causando algumas polêmicas momentâneas, ocupem um espaço maior. Portanto, a face da ciência que se tornará mais visível ao receptor das informações será aquela determinada pela presença do tema nas páginas das editorias correlatas, fenômeno explicado pela teoria do "agenda setting". Segundo essa teoria, o total da visibilidade do real é composto pelos elementos dados pela mídia e, freqüentemente, nessa dinâmica as opiniões do cientista se chocam com a abordagem dada pelo jornalista na sua ânsia por obter novidades. Essa distinção de ritmos ilustra o exposto acima de que muitas das tensões surgidas no relacionamento desses profissionais derivam da incompreensão das diferenças existentes entre estas culturas profissionais e das práticas habituais dos envolvidos.

Num primeiro momento, a intermediação de assessores de comunicação seria o instrumento mais eficiente para diminuir algumas dessas antigas barreiras entre os jornalistas e os cientistas.

Lembremos que o cientista sempre buscou a legitimação para seu trabalho através do reconhecimento dos seus pares, sendo esse inegavelmente o processo tradicional de verificação da qualidade do trabalho desenvolvido pelo pesquisador.

> Envolve a submissão a uma revista especializada primária de um artigo, na forma de um documento escrito, contendo um relato sobre determinada pesquisa. O conteúdo desse artigo é então enviado para um ou mais especialistas que aconselham o editor sobre a adequação e qualidade do artigo com respeito a sua possível aceitação ou recusa para a publicação. Este procedimento pode envolver também posteriores negociações com o autor para determinadas modificações, andamento este que pode consumir alguns meses. Uma outra utilização da revisão pelos pares é o julgamento de pedido feito, por cientistas a agências de fomento, de subsídio para sua pesquisa (EPSTEIN, 2002, p. 239).

A sociedade, nesse processo, seja com relação à publicação de um trabalho em revista especializada, seja com relação à destinação de verbas das agências de fomento para subsidiar as pesquisas, sempre esteve em segundo plano. Isto ocorre apesar de o Estado, na maioria das vezes, figurar como o principal financiador das atividades de pesquisa.

Além disso, muitos pesquisadores tinham, e outros tantos ainda têm, uma certa dificuldade em aceitar que alguém, sem formação específica na sua área de atuação, poderá compreender e escrever com clareza e exatidão a respeito do objeto e as conseqüências de sua pesquisa. A resistência criada pelos pesquisadores, a partir dessa concepção, constitui-se numa das maiores dificuldades encontradas pelos jornalistas que atuam na área específica. Porém, ao mesmo tempo em que o contexto atual acabou por despertar uma atenção cada vez maior dos profissionais de comunicação para com a relevância dos temas científicos, muitos pesquisadores também parecem abandonar gradativamente antigas e inconvenientes posições isolacionistas. José Reis já havia observado o fenômeno e sentenciado:

> Se os jornalistas, algumas vezes por despreparo, outra pela ânsia do sensacionalismo, contribuíram para aquela situação, os cientistas não ficam absolvidos, pois muitos deles se negaram sistematicamente a dialogar com os repórteres ou atender aos pedidos de colaboração em termos simples. Felizmente as coisas mudaram dos dois lados. Melhor preparo e senso profissional do jornalista e mais aguda consciência social do cientista criaram a situação presente de bom entendimento. (REIS, 2002, p. 75)

Esses movimentos de aproximação são muito bem vindos num momento em que a atividade científica repercute mais intensamente em toda a existência humana e, até como decorrência disso, os meios de comunicação apresentam recursos fantásticos, e ainda em expansão, permitindo que os conteúdos possam ser oferecidos a um número cada vez maior de pessoas. Há uma maior compreensão por parte dos cientistas de que expor seu trabalho é fundamental para o próprio reconhecimento social da sua atividade.

> Como quase todo apoio à ciência vem dos cofres públicos, seria um estranho flerte com o suicídio se os cientistas se opusessem a uma divulgação competente. O público fica mais inclinado a apoiar aquilo que compreende e aprecia. (...) Estou falando de tentativas de comunicar a substância e o enfoque da ciência em jornais, em revistas, no rádio e na televisão, em palestras para o público em geral e nos livros didáticos das escolas primária e secundária. (SAGAN, 1996, p. 325)

Vivenciamos um cenário em que as conquistas científicas e tecnológicas alcançadas pelos pesquisadores precisam fazer parte do cotidiano da sociedade o mais rapidamente possível, para gerar o progresso social que as justifica. A maior justificativa para o financiamento público de uma pesquisa é a possibilidade do surgimento de novos fatos ou procedimentos que melhorem a vida das pessoas. É nesse sentido que contribuem a clareza e a eficiência na transmissão das informações sobre os avanços científicos.

Manuel Calvo Hernando, ao apontar os problemas para a boa prática do jornalismo científico, também elenca a pouca colaboração ou interesse das instituições de pesquisa pela comunicação mais ampla dos trabalhos desenvolvidos

por seus membros. Realmente, do ponto de vista da geração da informação sobre o conhecimento científico, a responsabilidade pela boa comunicação da ciência não pode recair exclusivamente sobre os ombros dos pesquisadores. Caberia às instituições a colaboração nesse processo, procurando disponibilizar ferramentas para que o cientista encontrasse mais facilmente os caminhos da comunicação com a sociedade extra muros. Na realidade, porém, são comuns instituições de pesquisa com estrutura de comunicação deficiente, incapazes, portanto, de divulgar o conhecimento produzido em seus laboratórios junto a um público mais amplo.

> Deixar essa responsabilidade aos indivíduos, mesmo que cientistas respeitáveis, seria abandonar a possibilidade de preservar, em nossos ideais, o de construir um mundo mais justo e igualitário. Por mais que as pressões hoje sejam contrárias, o papel do Estado e seus institutos na definição, no controle e na execução da política da ciência é fundamental (CANDOTTI, 2002, 18).

Sem dúvida que aumentou, no meio acadêmico, a percepção de que divulgar as atividades de pesquisa desenvolvidas é importante, senão para auxiliar na consolidação da cidadania dos receptores da informação, ao menos como modo de prestação de contas à sociedade. No entanto, a divulgação do trabalho do pesquisador junto à população, por exemplo, não figura entre os critérios de avaliação das suas atividades. Agências de fomento e instituições de pesquisa, em grande parte das vezes, praticam uma divulgação equivalente ao marketing científico. Portanto, em que pese seu imenso potencial de realização e de articulação, nas instituições de pesquisa e nas próprias agências de fomento, muito frequentemente as políticas de divulgação são frágeis.

Com tudo isso, resta alertar e insistir na importância da formação de pesquisadores conscientes da importância de abrirem as portas de seus laboratórios e interagirem com a sociedade, utilizando para isso todos os recursos que os meios

de comunicação disponibilizam. Dessa forma, cientistas e instituições de pesquisa além de colaborarem para estimular a reflexão entre o público, alcançariam cada vez mais uma legitimação diante da população, angariando apoio social, político e financeiro para prosseguirem na trilha do desenvolvimento científico.

Vale lembrar que a função do jornalista é sempre a de elaborar uma síntese das informações que recolheu das mais diversas fontes e interpretá-las da maneira mais acessível ao seu público. Portanto, a notícia é uma reconstrução dos fatos a partir das informações prestadas pelas fontes e nunca poderá ser considerada obra de um único autor. Como ao jornalista cabe sintetizar, interpretar e transmitir as informações, no caso do jornalismo científico podemos dizer que ele divide a autoria da notícia com o cientista, que por sua vez tem a função de elucidar ao entrevistador todas as nuances de sua pesquisa, as perspectivas, desdobramentos, interesses que vai atender, eventuais riscos que o trabalho pode gerar, principalmente ao tratar de temas muitas vezes bastante específicos. Por tudo isso, podemos dizer que o jornalismo científico depende mais do que do jornalista ou do cientista, da união entre esses dois atores para esclarecer o tema abordado ao público. No entanto, muitos cientistas, embora dividam com o jornalista a posição de autor da notícia no âmbito do jornalismo científico, ainda não parecem à vontade com essa situação.

Diante desse panorama, aumenta a responsabilidade social que o cientista começa a assumir de divulgar o conhecimento que ele produz junto a camadas cada vez mais amplas da população. Segundo o físico Ênio Candotti, o ato de divulgar guarda uma significativa dimensão ética, afinal provocar o exercício da reflexão, mais do que útil, torna-se urgente, em se tratando de fatos que geram impactos sociais, econômicos e culturais.

> A divulgação de pesquisas científicas para o público, deveria ser vista como parte das responsabilidades do pesquisador, de modo semelhante à publicação de suas pesquisas em revistas especializadas. Os caminhos da divulgação têm hoje outros rumos. Passam pelos estreitos vales traçados pelos meios de comunicação globais e seus mercadores. Os imperativos éticos (se os há) desse mercado raramente coincidem com os da educação e da ciência (CANDOTTI, 2002, p.16).

Não há, portanto, como não reconhecer que as relações entre instituições e imprensa são tão necessárias e enriquecedoras, como conflitantes. Por tudo isso, nossa opção por situar o presente trabalho na confluência entre o jornalismo científico e a comunicação institucional.

Do ponto de vista metodológico, entendemos que essa abordagem, que se pretende inclusiva, não prejudica o desenvolvimento da pesquisa. Nossa intenção é articular experiências e referenciais teóricos de ambos os campos, para que possamos obter um conhecimento relevante sobre o objeto de estudo. Vale lembrar que a própria Comunicação é tida como um campo interdisciplinar por natureza, capaz de gerar discursos que sempre estão em contato com os mais diversos campos sociais.

> Os estudos de comunicação claramente se originam do aporte de diversas disciplinas; as práticas comunicativas suscitaram o olhar – e se transformaram em objeto de estudo de várias ciências. Sua natureza interdisciplinar, fundada no cruzamento de diferentes contribuições é indiscutível (FRANÇA, 2001, p. 4).

Mais do que isso, o aporte de diversas disciplinas e distintas filiações teóricas tem se expandido cada vez mais. Portanto, uma proposta de trabalho embasada na confluência de duas subáreas da própria comunicação, com seus aspectos teóricos, práticos e metodológicos, afigura-se coerente com a própria natureza interdisciplinar da Comunicação.

Além do exposto acima, a utilização conjunta de referenciais teóricos e análises de aspectos práticos do jornalismo científico e da comunicação institucional,

possibilitará uma maior amplitude das reflexões a respeito do problema colocado, aumentando as chances de gerar uma contribuição valiosa.

2 - CONTEXTUALIZAÇÃO: A UNESP - CÂMPUS DE BOTUCATU - E O JORNAL "DIÁRIO DA SERRA".

Examinamos alguns aspectos que nos impeliram a tratar do diálogo de campos entre o jornalismo científico e a comunicação institucional para a melhor abordagem do nosso objeto de estudo. A análise das características da produção das notícias de cunho científico, notadamente aquelas geradas a partir de pesquisas desenvolvidas na universidade públicas, nos levaram a concluir pela necessidade de pensar os campos citados acima, de maneira conjunta. Dessa forma, pretendemos nos remeter às questões surgidas no âmbito da relação entre universidade e imprensa, de maneira mais completa.

A partir desse momento, passamos a contextualizar o objeto e ajustar o foco de nossas observações sobre a presença da produção científica da Unesp de Botucatu nas páginas do Diário da Serra, única publicação diária produzida na cidade.

2.1 – A UNESP EM BOTUCATU

O município de Botucatu fica localizado a aproximadamente 225 km da cidade de São Paulo pela Rodovia Castelo Branco, numa região relativamente central do Estado. A população em 2005, ano em que a cidade comemorou 150 anos da sua fundação, estava próxima dos 120 mil habitantes. Conhecida inicialmente como "a cidade dos bons ares", em virtude do seu clima ameno (temperaturas médias de 22º C) e altitude relativamente elevada, que chega a 920 m no ponto mais alto, a cidade, ao longo dos anos, incorporou ao apelido a expressão "e das boas escolas". O novo epíteto foi criado em razão do prestígio obtido por antigas instituições de ensino que

atendiam estudantes de toda a região como a Escola Normal, colégios arquidiocesanos e outros voltados para o ensino técnico e se consolidou nos anos 60 com a chegada da Universidade, que na década seguinte se tornaria a Unesp.

Quem visitar o site oficial do município vai encontrar o nome da cidade secundado pela alcunha “cidade dos bons ares, boas escolas e boas indústrias”, realçando a recente estratégia de *marketing* do poder público municipal, que pretende transmitir uma imagem de cidade com “perfil industrial diversificado e condições propícias para investidores”. No entanto, o que marca de maneira mais significativa a imagem que a cidade tem, tanto junto aos seus habitantes como junto ao público de outras localidades, é a presença do câmpus da Unesp no município, que contribui para construção da identidade de “cidade universitária”.

A Unesp constitui-se atualmente em uma das maiores e mais importantes universidades públicas brasileiras. Assim como a USP (Universidade de São Paulo) e Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) é mantida com recursos oriundos do Governo do Estado de São Paulo. Porém, diferencia-se das suas co-irmãs pela sua estrutura multicampi, que a faz presente em 23 municípios paulistas, oferecendo 168 opções de cursos de graduação nas áreas de ciências humanas, exatas e biológicas, que contemplam o bacharelado e a licenciatura.

Segundo o site oficial da universidade, mais de 85% dos professores trabalham em regime de dedicação integral à docência, pesquisa e extensão de serviços à comunidade, e cerca de 75% deles têm, no mínimo, título de doutor. Somados todos os cursos, são mais de 39 mil alunos e um orçamento estimado em R$ 948, 5 milhões, no ano de 2005.

Em Botucatu, a Unesp chegou no dia 22 de julho de 1962 como Faculdade de Ciências Médicas e Biológicas de Botucatu (FCMBB) e, em sua primeira configuração, oferecia os cursos de Medicina Humana, Medicina Veterinária e Biologia. Três anos depois foi criado também o curso de Agronomia. Somente em 1976 foi criada, através da Lei 952 - de 30 de janeiro, a Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), que agregava os antigos Institutos Isolados de Ensino Superior do Estado de São Paulo. Em Botucatu, a FCMBB foi desmembrada em quatro unidades, que se somaram ao quadro de unidades universitárias da Unesp. Esse desmembramento formou a configuração atual das unidades da Unesp em Botucatu, composta pela Faculdade de Medicina, pelo Instituto de Biociências, Faculdade de Ciências Agronômicas e pela Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia.

Atualmente, a Unesp de Botucatu oferece cursos de graduação em Medicina, Enfermagem, Ciências Biológicas, Física Médica, Nutrição, Agronomia, Engenharia Florestal, Medicina Veterinária e Zootecnia, além de diversos programas de pós-graduação nas quatro unidades. A estrutura que atende esses cursos é formada por um câmpus, no bairro de Rubião Júnior, onde se localiza o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina, que atende diariamente a milhares de pacientes vindos de toda a região; a Fazenda Experimental Lageado, uma vasta área que na prática constitui-se como um segundo câmpus e que abriga as salas de aula, laboratórios, campos de cultivo e áreas de confinamento para animais, utilizadas pelos cursos de Agronomia, Engenharia Florestal e Zootecnia. Além disso, o Lageado, como é conhecido pelos botucatuenses e pelos universitários, é o principal ponto turístico da cidade por manter uma área de construções ainda do século XIX, relativamente bem conservadas. Completando essa estrutura, há ainda outras duas fazendas

experimentais, a Fazenda Edegárdia, em Botucatu, e a Fazenda São Manuel, localizada no município vizinho de São Manuel, ao lado da Rodovia Marechal Rondon.

2.1.1 - A estrutura de comunicação da Unesp

Apesar da magnitude das instalações e dos bons conceitos que cada um dos cursos oferecidos pelas unidades da Unesp mantém em suas respectivas áreas de atuação, o aparato comunicacional fica muito aquém do ideal. Apenas uma das unidades, a Faculdade de Medicina (FM), mantém um assessor de imprensa. Das quatro unidades, três possuem *house-organs*. São elas a Faculdade de Ciências Agronômicas (FCA), a Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia (FMVZ) e a FM. O jornal da FM é feito pelo seu assessor, já as outras duas unidades (FCA e FMVZ) contratam empresas de comunicação apenas para confeccionar os *house-organs*, sem compromisso de assessorar a unidade. Até o momento da redação deste trabalho, o Instituto de Biociências (IB) ainda não tinha um *house-organ* publicado. São jornais de tiragem pequena, entre 1.200 e 2000 exemplares, e direcionados principalmente para o público interno. Dois deles abordam pesquisas científicas (FCA e FMVZ) enquanto no outro (FM) predominam as matérias sobre eventos, homenagens e questões administrativas. Apenas um deles (FCA) é distribuído junto à comunidade extramuros, através da Seção de Comunicação da unidade, que envia exemplares para as rádios, jornais e televisões da região, Prefeitura Municipal, além de outras instituições de ciências agrárias, demais unidades da Unesp e a Reitoria. A tiragem de 2000 exemplares, no entanto, só permite que seja mandado um exemplar para cada instituição ou veículo de

imprensa, sendo que o restante é distribuído aos alunos, docentes e servidores técnico-administrativos.

Além disso, cada unidade mantém seu site na internet, onde são disponibilizadas “notícias” sobre suas atividades. Esse espaço é ocupado quase em sua totalidade por material de divulgação de eventos, ou seja, programação e informações sobre os diversos cursos, simpósios e congressos oferecidos mensalmente pelas unidades. A Unesp de Botucatu também não conta com uma unidade complementar voltada especificamente para a comunicação, nos moldes da Rádio Unesp Fm, localizada em Bauru.

Circula também em Botucatu o jornal “Campus & Cidade”, distribuído gratuitamente em vários pontos da cidade. Trata-se de um informativo de oito páginas, sem tiragem declarada, produzido por uma empresa de publicidade da cidade. Por trazer em seu cabeçalho em caixa alta a palavra “Campus”, muitas pessoas pensam tratar-se de uma publicação oficial institucional, vinculada à Administração Geral da Unesp de Botucatu. A publicação, normalmente, tem mais de 50% do seu espaço ocupado por publicidade e é complementada com artigos de pessoas ligadas à Unesp, notícias fornecidas pelos sites das unidades, notadamente eventos e premiações, publicadas ao lado de “colunas” assinadas por profissionais liberais da cidade, como dentistas, advogados, psicólogos e nutricionistas. O fato é que, apesar do seu tamanho e da sua importância para o desenvolvimento do município de Botucatu e da própria Unesp, o câmpus de Botucatu não tem uma assessoria de comunicação, um jornal impresso ou mesmo um site oficial com notícias especialmente produzidas.

Embora a Unesp tenha como característica marcante sua estrutura descentralizada, multicampi, o órgão responsável pela assessoria de comunicação da Universidade, denominado Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI), tem toda sua estrutura localizada na Reitoria, em São Paulo. As atribuições da ACI, segundo o Anexo II da Resolução Unesp-4, de 1º de fevereiro de 1993, publicada no DOE em 2 de fevereiro de 1993 e que fixa a estrutura administrativa da Reitoria, em decorrência de alteração estatutária, são as seguintes:

> 1 - Prestar assessoramento em assuntos relacionados com a imprensa e demais órgãos de comunicação.
>
> 2 - Cuidar da imagem e da promoção da Universidade frente aos diversos segmentos da sociedade.
>
> 3 - Divulgar os trabalhos que se realizam no âmbito da Universidade, por meio de diversos instrumentos de comunicação social, promovendo o conhecimento e o reconhecimento da instituição, interna e externamente.
>
> 4 - Fornecer apoio logístico a eventos promovidos pela Universidade ou em que ela participe.
>
> 5 - Promover, na área de sua competência, novas formas de inserção da Universidade na vida acadêmica e cultural do País. (site: www.unesp.br, em 26 de outubro de 2004)

Cabe, portanto, à ACI também o trabalho de divulgação das pesquisas desenvolvidas nas unidades da Unesp. Para tanto, até o momento da redação deste trabalho, a Assessoria produz três veículos de comunicação internos, - o *Jornal da UNESP*, o *Boletim UNESP* e o *Portal UNESP* – e também executa o trabalho de divulgação junto à mídia externa através do envio de sugestões de pauta para jornais, revistas, *sites*, rádios e emissoras de televisão. Conforme as recomendações constantes do site da Unesp, o pesquisador de qualquer unidade da Unesp interessado em divulgar seu trabalho deve procurar a ACI,

> Caso você tenha interesse em divulgar sua pesquisa, envie um e-mail para a ACI com um resumo de seu trabalho, informando seu nome, faculdade, departamento e telefone para contato. A ACI tentará atender a sua solicitação o mais breve possível. Lembramos que a divulgação de

> qualquer assunto passa por uma avaliação da equipe de jornalistas, visando determinar a melhor estratégia de comunicação, que é baseada exclusivamente em critérios jornalísticos. (idem)

Para cumprir essas atribuições, a Assessoria de Comunicação e Imprensa contava, no momento da redação deste texto, com uma equipe de onze pessoas divididas nas funções de assessor-chefe; secretária; *marketing*; projetos especiais; secretaria gráfica; coordenador de imprensa; atendimento à imprensa; reportagem e edição do Jornal Unesp; conteúdo editorial e webdesign do Portal Unesp e apoio administrativo.

2.2 - ESCOLHAS METODOLÓGICAS: O "DIÁRIO DA SERRA"

Até a década de 30 do século XX, o jornal diário era praticamente a única ferramenta que o cidadão dispunha para manter-se informado sobre os acontecimentos locais ou mundiais. Os adventos do rádio e, posteriormente, da televisão tiraram do jornal impresso essa exclusividade. A intensa massificação dos meios de comunicação diminuiu consideravelmente a importância dos meios impressos, como os jornais diários, para o grande público.

No entanto, ao pretendermos analisar como se dá a presença da produção científica da Unesp de Botucatu na imprensa da comunidade em que está inserida, o "Diário da Serra", surgiu como a melhor opção. Além do fato de ser o único jornal diário da cidade, a aferição dos resultados baseados na sua análise tende a ser mais segura uma vez que as outras opções de mídia, da maneira como são produzidas na cidade, dificilmente seriam boas fontes para a obtenção dos dados buscados pelo presente trabalho. As rádios da cidade possuem programação jornalística bastante modesta, muitas vezes escorada na veiculação de notícias

publicadas na mídia impressa (notadamente, o jornal analisado) e preenchidas por opiniões dos apresentadores.

Os canais de televisão que têm em sua programação uma parcela de sua produção na cidade, também não se afiguram como os melhores objetos de análise. A TV Serrana, com a totalidade de sua produção gerada no município, não dispõe de um aparato tecnológico capaz de garantir a regularidade e a qualidade de sua transmissão. São relativamente comuns os períodos em que o canal sai do ar, a qualidade irregular do sinal e a reprise de programas. Já a TV Tem, que mantém um escritório na cidade, cobre uma região bastante vasta do Estado, englobando inclusive outras cidades consideradas pólos universitários e provavelmente a aferição da presença de matérias relativas à produção científica da Unesp de Botucatu produziria resultados inexpressivos.

Além disso, tomamos como referência a opinião de McClure e Patterson sobre as distinções no poder de agenda-*setting* dos diferentes meios de comunicação. Para eles, a informação escrita "fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível" (apud WOLF, 1987, p. 131).

Nas páginas do "Diário da Serra", a Unesp aparece com grande freqüência sendo que o conteúdo relativo à produção científica da universidade aparece em meio a inúmeras matérias sobre os mais diversos fatos envolvendo a instituição. Dentre as inúmeras possibilidades de matérias publicadas envolvendo a Unesp, temos: campanhas de saúde e vacinação voltadas para a população e outros serviços extensionistas; eleições para cargos nas associações de servidores e nas próprias unidades; artigos escritos por servidores; concursos e premiações; eventos esportivos envolvendo servidores e estudantes; questões administrativas; eventos

acadêmicos (palestras, simpósios, congressos e cursos); visitas de políticos e personalidades; matérias policiais relativas a delitos praticados dentro do câmpus; vestibular; matérias sobre curiosidades como a vida nas repúblicas de estudantes; livros e outras publicações; matérias comemorativas (aniversários de unidades, laboratórios); convênios e parcerias com a comunidade e instituições extramuros; além de, é claro, as pesquisas científicas.

2.2.1 – Esclarecimentos sobre a metodologia utilizada

O trabalho de campo foi realizado a partir da leitura, avaliação e fichamento de todas as edições do "Diário da Serra" publicadas no período de sexta-feira, 1º de outubro de 2004, até sexta-feira, 30 de setembro de 2005. O critério para a determinação desse período de análise foi a possibilidade de avaliar o conteúdo da publicação em todos os meses do ano, partindo-se do momento em que esse trabalho começou a ser escrito até os doze meses anteriores.

Neste ponto, um parêntese se faz necessário. A pesquisa que passamos a expor prioriza a quantidade e o conteúdo das matérias publicadas em um dos veículos de comunicação atuantes no município como base para as estratégias de análise a serem feitas a seguir. Portanto, as informações apresentadas no presente trabalho exibem um caráter de indicador provisório. Embora não possa ser considerado como um diagnóstico exato e definitivo sobre o tema das relações entre a Unesp de Botucatu e os habitantes da cidade, mas tão somente um exame da mediação operada pelo jornal estudado no âmbito dessa relação e com ênfase no noticiário científico, entendemos que algumas singularidades indicadas pela presente pesquisa podem fornecer resultados interessantes para a análise de problemas existentes nessas relações.

O pressuposto de que a freqüência com que um determinado tema ou assunto ocupa espaço nas páginas de um jornal reflete a importância desses temas para os leitores é, provavelmente, redutor em relação à vasta gama de fatores que podem influir nessa avaliação. Mauro Wolf, ao tratar da natureza e dos processos do "agenda-setting" acaba por se referir à questão da avaliação da importância de um assunto medida pelo número de vezes em que é citado na imprensa. Para ele, esse procedimento resulta mais de um processo metodológico de observação da agenda dos meios de comunicação do que de uma reflexão teórica sobre o problema. Ele ainda complementa:

> Conceptualizar apenas a variável da freqüência como índice da percepção da importância dos temas, parece largamente insuficiente. A idéia de que uma grande freqüência define uma grande importância associa-se a um modelo comunicativo hipersimplificado, pré-semiótico. O pressuposto de que a freqüência da exposição de um assunto nos mass media seja a indicação utilizada pelos destinatários para se aperceberem do seu significado, implica uma idéia de mensagem em que estejam explicitamente contidos todos os elementos necessários para a sua compreensão e interpretação (WOLF, 1987, p.147).

É evidente que a interpretação e a compreensão, por parte do leitor, dos temas que foram objeto das matérias se dão a partir de uma série de processos cognitivos em que influem diversos fatores, que vão muito além da mera oferta daquela determinada informação nas páginas de um jornal, revista ou nos meios eletrônicos. Entre eles estão a qualidade da própria informação, as experiências pessoais vivenciadas individualmente, bem como os conhecimentos prévios e a capacidade de interpretação dos receptores.

No entanto, a intenção deste trabalho não é a de elaborar um estudo da qualidade da recepção do material de cunho científico produzido pelo jornal, mas antes oferecer um panorama de como se dá a relação entre a universidade, ocupando seu papel de instituição produtora de conhecimento científico, e a

comunidade do local onde ela está inserida, a partir da mediação operada pelo jornalismo de cunho científico praticado pelo "Diário da Serra". Ou seja, a questão que se observa é a de como o jornalismo científico ajuda a construir a imagem de centro de excelência que a Unesp pretende manter. Qual é a colaboração da própria Universidade para a construção dessa representação pública através da imprensa? E, por fim, se a divulgação via mídia impressa, da forma como é feita, tem potencial para firmar essa imagem da Universidade como instituição produtora de saber e, portanto, compromissada com o desenvolvimento da sociedade?

A hipótese do agenda-setting defende que:

> em conseqüência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descura, realça ou negilencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, ás pessoas (SHAW, apud WOLF, 1987, p.128).

Os conteúdos oferecidos pelos meios de comunicação, portanto, teriam a capacidade de apresentar ao público temas sobre os quais seria necessário estar informado. Os meios de comunicação seriam fornecedores de boa parte da compreensão que o público tem da realidade social.

No entanto, a formulação do presente trabalho não se enquadra plenamente nos termos das pesquisas que buscam comprovar a hipótese do "agenda-setting" á medida em que não busca aferir seus resultados junto aos receptores da informação publicada pelo jornal analisado. Segundo Wolf, a própria hipótese do agenda-setting ainda carece de uma maior uniformidade teórica e metodológica.

> No estado actual, a hipótese do agenda-setting é, portanto, mais um núcleo de temas e de conhecimentos parciais, susceptível de ser, posteriormente,

> organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos *mass media*, do que um modelo de pesquisa definido e estável (op.cit)

Partindo, porém, do pressuposto contido na hipótese do agendamento, de que a imprensa tem a capacidade de elevar certos temas ao círculo de interesse do público, introduzimos dois fatores que diferenciam especificamente o presente objeto de estudo. O primeiro é a identidade de instituição pública produtora de conhecimento científico que tem a Unesp e que, portanto, a coloca como uma entidade teoricamente preocupada com a disseminação do saber que ela produz.

Lembremos que, mais do que a legitimação da Universidade frente á sociedade que, através do pagamento de impostos, garante sua existência, está em jogo também o papel social da instituição de fornecer conhecimentos aos cidadãos para que eles possam enfrentar os desafios éticos que se colocam de maneira cada vez mais intensa nesse princípio de século, no âmbito da ciência. A compreensão dos problemas gravíssimos que podem afetá-los e as ferramentas para que os cidadãos tenham consciência de sua responsabilidade e saibam escolher os caminhos depende de quem produz o conhecimento e da importância que esse ator atribui à divulgação desse conteúdo.

O outro fator é o jornalismo científico, atividade que cresce em reconhecimento, mas que continua a ter que superar dificuldades, entre elas a de relacionamento com suas principais fontes, os membros da comunidade científica e as instituições às quais pertencem, representadas no caso em tela, pela Unesp.

Diante disso, o objetivo do presente trabalho não é a elaboração de um estudo sobre o impacto direto dos meios de comunicação junto aos destinatários da informação, porque entendemos que o cerne do problema parece estar justamente

no nascedouro da informação científica e na sua relação com o agente mediador de tal conteúdo junto ao público, ou seja, a mídia local, representada, no caso, pelo jornal “Diário da Serra”.

Entendemos não ser acertado pensar na consolidação dos meios de comunicação como agentes eficazes na construção de uma imagem da realidade que será estruturada pelos receptores, notadamente em casos como o da informação científica, investida de inegável relevância social, se no caso em tela a informação capaz de promover tal construção não atinge ou atinge em quantidades insuficientes as páginas dos jornais e, portanto, o receptor.

2.3 – MÉTODO DE PESQUISA

No âmbito da estratégia de investigação definida pela pesquisa, interessa realmente a quantidade do material específico sobre pesquisa científica publicado no “Diário da Serra”. No entanto, até mesmo como forma de apresentar uma distinção clara e precisa sobre o que consideraríamos como matérias de conteúdo científico e matérias sobre fatos diversos de alguma forma relacionados com a Universidade, procuramos explicitar os critérios para a seleção de cada texto.

2.3.1 – Da elaboração de categorias para análise

Elaborou-se, para tanto, um quadro de referência subdividindo os diversos tipos de informação, observando-se a natureza do material publicado, nas seguintes categorias:1) pesquisa; 2) extensão e serviços; 3) ensino/alunos; 4) eventos acadêmicos; 5) colunas; 6) administração/política/finanças; 7) diversos. É importante explicitar nesse momento o que compõe cada uma das categorias e, na medida do possível, ilustrá-las com exemplos. Através dessa configuração, objetivando a

máxima confiabilidade dos resultados, buscamos apresentar categorias que fossem exaustivas, ou seja, que dessem conta de abarcar qualquer tipo de matéria publicada no “Diário da Serra” sobre a Unesp de Botucatu. Além disso, buscamos construir categorias mutuamente exclusivas, de maneira que as classificações elaboradas não gerassem dúvidas e, finalmente, confiáveis. Teremos então:

1) pesquisa - consideramos como matérias de conteúdo científico as que tratavam especificamente de pesquisas científicas desenvolvidas em alguma das unidades da Unesp de Botucatu. Restringimos essa categoria, no entanto, aos textos que se adequavam às definições de divulgação científica oferecidas por nós em momentos anteriores do trabalho, ou seja, matérias que buscam a transmissão de informações de natureza científica e tecnológica em função de interesses e expectativas, não apenas citando determinado trabalho, mas realmente procurando, ainda que de modo simplificado, contextualizar sua realização e citar suas possíveis conseqüências. Enfim, matérias que procurassem descrever determinada pesquisa científica com o escopo de levar o leitor a uma compreensão do conteúdo de cunho científico.

Não foram incluídas nessa categoria matérias que, embora fazendo referência à produção científica da universidade, não servissem para a difusão do contexto e dos resultados de um determinado conhecimento científico obtido através de pesquisas realizadas na Unesp. Notas sobre lançamentos de livros ou revistas científicas e também matérias sobre premiações a determinados trabalhos de pesquisa que não tratassem minimamente do conteúdo da pesquisa também foram incluídos em outras categorias. Textos sobre estruturas físicas, construções de laboratórios, questões administrativas ou financeiras, mesmo que relativas a

Programas de Pós-Graduação e, portanto, à pesquisa científica, também foram colocados na categoria 7 (administração/política/finanças), não sendo considerados como divulgação de conhecimento científico.

Como exemplo de matéria incluída na categoria "pesquisa" podemos citar o texto publicado na página A4 da edição de quinta-feira, 21 de outubro de 2004: "Unesp atesta qualidade de contraceptivo adesivo". Nesse texto, não assinado, foram relatados os resultados de um estudo realizado no Departamento de Ginecologia e Obstetrícia da Faculdade de Medicina, que atestaram a eficácia de um novo método contraceptivo. Além dos resultados, o texto trouxe dados sobre a metodologia das pesquisas, possíveis efeitos colaterais do produto e informações sobre a aprovação do adesivo pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). Trata-se, na verdade, de texto produzido pela Agência Unesp e que se adequa aos critérios que privilegiam a divulgação junto à comunidade de informações sobre o trabalho científico realizado na Universidade.

Por sua vez, a matéria "Medicina da Unesp lança obra sobre proteção miocárdia", publicada na página A2, da edição de 22 de outubro de 2004, embora trate da produção científica da Universidade, não foi incluída na categoria de "pesquisa". O texto trata essencialmente do lançamento de um livro que reúne artigos de pesquisadores da Unesp e de outras instituições sobre o tema. A matéria, no entanto, em nenhum momento forneceu aos leitores alguma informação sobre as pesquisas realizadas sobre esse tema e sequer ofereceu uma explicação para a expressão "proteção miocárdia". Consideramos, portanto, e o próprio lead da matéria confirma isso, que o tema principal do texto foi o lançamento da obra e não

alguma pesquisa propriamente dita sobre o tema “proteção miocárdia”. A citada matéria foi, portanto, incluída na categoria “diversos”.

2) extensão/serviços – optamos por constituir essa categoria com uma dimensão mais ampla, incluindo não apenas os programas de extensão desenvolvidos nas unidades da Unesp, mas também todo e qualquer serviço prestado à comunidade botucatuense. Vale lembrar que, em razão do funcionamento do Hospital das Clínicas, e também do Hospital Veterinário, no câmpus de Botucatu, muitas matérias que apareciam nas sessões de cotidiano do jornal tratavam de extensão ou serviços prestados de alguma forma pela Universidade.

Citamos como exemplo a matéria publicada em 04 de dezembro de 2004, na página A2: “Curso de horta doméstica”. O texto trata de um projeto de extensão desenvolvido por pós-graduandos da Faculdade de Ciências Agronômicas que ofereceu informações sobre como fazer e manter hortas domésticas, realizado em escolas da periferia da cidade. Ou ainda: “Identificados morcegos com raiva”, matéria publicada na edição de 18 de dezembro de 2004, na página A5, que tratava da constatação de que um morcego encontrado numa residência do centro da cidade estava contaminado pela raiva. O texto relatava que uma família encontrou o animal em sua casa e chamou o Centro de Zoonoses da Secretaria Municipal da Saúde, que por sua vez encaminhou o animal à Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, onde foram realizados os exames que constataram a doença. Portanto, textos sobre programas de extensão organizados (como no primeiro caso) e também os relativos a serviços eventuais prestados à comunidade (como no segundo caso) foram incluídos nessa categoria.

3) ensino/alunos – O conjunto de matérias incluído nessa categoria trata de assuntos que têm os alunos da universidade como personagens centrais, bem como das questões relativas ao ensino na universidade. Em razão da pouca ocorrência de matérias especificamente sobre questões de ensino na universidade, resolvemos abranger com esta categoria tudo que fosse relativo ao cotidiano dos estudantes. Incluímos aqui, portanto, tanto discussões sobre reformas curriculares quanto matérias sobre o cotidiano dos estudantes, incluindo festas e competições esportivas.

A título de exemplo podemos citar as matérias "Unesp recorre ao trote solidário para evitar violência aos calouros" (sic), publicada na edição do dia 02 de fevereiro de 2005, na página A5, como também "Unesp vai contratar 119 professores", publicada no dia 5 de março, na página A5, que tratam de questões internas relativas ao ensino ou, no caso da primeira matéria, da segurança dos estudantes. Outras como "Biologia da Unesp promove a Festa da Rapidinha na noite de hoje", publicada na edição do dia 12 de abril de 2005, na página A11, referem-se a atividades cotidianas ou de lazer praticadas pelos estudantes.

4) eventos acadêmicos – está incluído nessa categoria todo o material publicado pelo "Diário da Serra" relativo a congressos, encontros, seminários, simpósios, cursos, palestras e outros eventos que reúnem estudantes, pesquisadores, docentes ou profissionais, organizados ou co-organizados pela Unesp de Botucatu para a discussão, o debate e a transmissão de conhecimento. Não foram incluídos na categoria "eventos", e por isso optamos pela distinção "acadêmicos", matérias sobre homenagens a docentes ou servidores, comemorações de datas festivas, premiações e inaugurações de obras.

Um exemplo claro de matéria que foi incluída nessa categoria foi a publicada na edição de terça-feira, 10 de maio de 2005, página A5: “Unesp de Botucatu sedia Fórum Internacional de Bioética”. Por outro lado matérias como “Nova diretoria da FMB será empossada hoje”, publicada na edição de quinta-feira, 9 de junho de 2005, embora trate-se de uma sessão solene, um evento portanto, não atende aos critérios determinados por essa categoria e foi, portanto, incluída na categoria “diversos”.

5) colunas – na presente categoria inserimos todos os textos assinados produzidos por alunos, docentes ou servidores técnico-administrativos da Unesp publicados no “Diário da Serra”. Os textos tratam dos assuntos mais diversos indo desde informações sobre saúde até textos de ficção, passando por comentários sobre a administração da Universidade e homenagens.

Alguns exemplos da diversidade de temas abordados nas colunas do jornal podem ser citados como: “Sejam bem vindos, novos comandantes”, coluna assinada por Rubens Almeida, o Alemão, presidente da Associação dos Servidores da Unesp e colunista fixo do “Diário da Serra”. No texto, o autor saúda os comandantes da Polícia Militar recém-empossados na região de Botucatu. A partir da edição de quinta-feira, 18 de agosto de 2005, até o final do período pesquisado, o jornal passou a publicar semanalmente a coluna “Índice de variação da cesta básica em Botucatu” assinada por uma pós-graduanda e um docente da área de Economia da Faculdade de Ciências Agronômicas. A coluna traz tabelas que apresentam a variação de preços de determinados produtos no comércio de Botucatu, com um texto de poucas linhas que traduz aqueles números para o leitor. Ou ainda, os textos denominados “Sistema nervoso”, publicados em cinco partes, de 06 a 11 de

setembro de 2005 e assinados por um docente da área de Neurologia da Faculdade de Medicina, que se tratavam, ao contrário do que o título e a profissão do autor sugeririam, de capítulos de um texto de ficção.

6) administração/política/finanças – nessa categoria incluímos todas as matérias relativas a questões administrativas, financeiras e políticas, não apenas no tocante às unidades da Unesp de Botucatu, mas também sobre a administração central da Universidade. Todos os textos sobre greve, eleições ou recursos financeiros se inserem nessa categoria.

Como exemplo de matéria incluída mencionamos o texto publicado na edição do dia 27 de agosto, página A5: “FMB consegue aprovação para ter unidade de pesquisa clínica”. O texto trata da aprovação pelo Finep de um projeto visando a construção de uma unidade de pesquisa clínica que funcionaria numa estrutura a ser construída ao lado do Hospital das Clínicas. A implantação dessa unidade, segundo a reportagem, permitiria um atendimento diferenciado aos voluntários das pesquisas clínicas e a padronização dos experimentos trazendo mais confiabilidade para os trabalhos. Importante ressaltar que esse texto não poderia ser incluído na categoria “pesquisa” por ter como tema principal a aprovação do projeto pelo órgão federal responsável e não o desenvolvimento de algum trabalho de pesquisa propriamente dito.

Matérias como “Direção clínica do HC toma posse”, publicada na edição de 22 de junho de 2005 ou “Cruesp oferece 4% de reajuste, unespianos ficam indignados”, da edição de 15 de maio de 2005, página A4, são outros exemplos de matérias incluídas nessa categoria.

7) diversos – categoria mais abrangente dentre as estabelecidas, cobre um leque vastíssimo de temas que, se contabilizados de maneira exclusiva produziriam números pouco significativos. São notícias sobre inaugurações; notícias policiais; eventos artísticos; notícias sobre o trânsito; informações sobre o vestibular; visitas ao câmpus; assuntos relativos aos servidores técnico-administrativos, desde que não atendam as condições exigidas pelas categorias anteriores. E como exemplo do material classificado nessa categoria podemos citar a matéria "Parceria perfeita: ASU, Sicredi e Sudameris", publicada em 22 de março de 2005, na página A6. O texto, que provavelmente ocupa espaço pago, embora não identificado dessa forma, traz informações sobre um novo convênio firmado pela Associação dos Servidores da Unesp, a ASU referida no título da matéria.

Outra matéria que, ao que tudo indica, foi publicada mediante pagamento, embora também não esteja identificada dessa forma é "Cidade Universitária: lar, doce lar", publicada em 27 de fevereiro de 2005, na página B1. Esse texto fez parte de uma série publicada por vários dias no jornal, coincidindo com o início do período letivo, tratando de um novo condomínio de moradias pequenas, no padrão adotado pela maioria das repúblicas de estudantes, situado próximo à entrada principal do câmpus da Unesp de Rubião Júnior. Embora boa parte dessa série de textos seja voltada para os alunos, citando inclusive a convivência entre os estudantes que vivem no condomínio, preferimos incluí-los na categoria "diversos", afinal o seu tema principal era a "grande qualidade e baixo preço" das moradias, muito mais que a vida cotidiana dos estudantes na cidade.

Importante ressaltar que na presente categoria não estão incluídos apenas textos com esse caráter de publicidade, embora não identificados como tal. Matérias

sobre temas diversos, onde estão incluídas opiniões de profissionais que trabalham na Unesp, foram colocadas nessa categoria. É o exemplo de “Relatório dá prazo de 10 anos para aquecimento global irreversível”, publicado na página A12, da edição de 30 de janeiro de 2005. A matéria trata da divulgação dos resultados de um relatório elaborado pela instituição Public Policy Research sobre a questão do aquecimento global e traz opiniões do professor Dinival Martins, especialista em Climatologia da Faculdade de Ciências Agronômicas. Portanto, sempre que profissionais ligados à Unesp aparecem comentando ou auxiliando na compreensão de algum fato, as matérias foram incluídas na categoria “diversos”.

Cumpre lembrar que possíveis dúvidas, sobre a adequação de determinadas matérias às categorias estabelecidas, foram dirimidas pela observância dos critérios acima explicitados, no tocante ao conteúdo principal da matéria. A título de exemplo, podemos citar: “Mostra reúne pesquisas em Veterinária e Zootecnia”, publicada na edição de 26 de outubro de 2004, na página A4. O texto trata de uma mostra científica, portanto, um evento onde serão apresentados exemplos da produção científica da Universidade. A matéria trazia informações sobre local, data, número de trabalhos que deveriam ser apresentados, mas não tratava especificamente de nenhuma pesquisa. Nossa opção, portanto, foi por inseri-la na categoria “eventos”, uma vez que tratava-se claramente de um texto informativo, com a finalidade de agenda e que, em última instância, não se prestava a tentar fazer o leitor compreender algum conhecimento derivado de uma determinada pesquisa, seus resultados e possíveis aplicações.

Outro exemplo que podemos citar é a matéria “DST é constatada em garota de um ano durante consulta na Unesp”, publicada na página A5, da edição de 10 de

dezembro de 2004. Nossa opção ao classificar essa matéria foi incluí-la na categoria “diversos”, onde relacionamos todas as matérias de cunho policial. Embora a reportagem trate do caso de um atendimento realizado no Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina, atividade essencialmente de extensão universitária, optamos por obedecer ao conteúdo predominante na matéria. Desde o *lead*, o destaque no texto era dado a uma possível ocorrência policial anterior em que a vítima teria se contaminado com uma DST, sem trazer maiores informações sobre os serviços realizados pelo Hospital das Clínicas do que aquelas necessárias ao relato do possível ato ilícito. A principal fonte da matéria parece ser a Delegacia da Mulher de Botucatu.

O exemplo citado acima ilustra o principal critério utilizado para dissipar as dúvidas que porventura pudessem surgir na classificação das matérias. O exame dos textos e a definição sobre qual era o conteúdo predominante em cada um deles partia desde o exame do *lead* das matérias até a leitura do seu corpo como um todo. A matéria “Internacionalizar é uma das metas do novo diretor da FCA”, publicada em 30 de janeiro de 2005, na página A4, pode sugerir que se trata de uma matéria onde predominam as informações sobre ensino, o que, necessariamente, colocaria tal matéria dentro da categoria com essa denominação. No entanto, trata-se de uma entrevista com o professor Leonardo Büll, que estava prestes a assumir a direção da Faculdade de Ciências Agronômicas, onde ele aborda diversas questões administrativas, falando das metas de sua gestão, sendo a internacionalização do ensino apenas uma delas. Portanto, entendemos que, em que pese o título, a matéria deveria ser colocada na categoria “administração/política e finanças” e não em “ensino/alunos”.

3- A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP NA COBERTURA DO "DIÁRIO DA SERRA"

Trataremos, a partir de agora, mais especificamente da relação entre a Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" (Unesp) e a cidade de Botucatu, através da análise do jornalismo científico praticado pelo jornal "Diário da Serra", único veículo impresso de circulação diária na cidade.

3.1 – A UNESP NA IMPRENSA DE BOTUCATU

A Unesp aparece com freqüência nos veículos de comunicação de Botucatu. São relativamente comuns as visitas de profissionais ligados à Universidade aos estúdios das duas rádios AM e de duas das três rádios FM (uma delas tem programação exclusivamente religiosa desde o final de 2004). Na maioria dos casos, os profissionais da área de saúde são convidados para tirar dúvidas dos ouvintes sobre alguma doença específica ou divulgar alguma campanha ou serviço de extensão promovido pela própria Universidade. Médicos veterinários também aparecem, embora com menos freqüência, principalmente para tratar de questões da área de higiene veterinária e saúde pública. Profissionais ligados a outras áreas têm presença bem mais discreta. O canal local de televisão, a "TV Serrana", exibiu entre 2002 e 2004 um programa chamado "Unesp na TV", com produção bastante modesta, apresentado por um docente da Faculdade de Ciências Agronômicas, que se constituía numa entrevista semanal com algum docente da Universidade.

No presente trabalho, no entanto, trataremos apenas da presença da universidade, notadamente sua produção científica, no único jornal diário que circula em Botucatu: "O Diário da Serra", escolhido em virtude de sua penetração junto à

população de Botucatu, constituindo-se atualmente na principal referência jornalística da cidade. Criado em 1992, o jornal em questão temi tiragem da ordem de três mil e quinhentos exemplares, conta com 45 funcionários, sendo 10 trabalhando na redação (incluindo repórteres, fotógrafos e diagramadores). Ressalte-se ainda o fato de o jornal ter gráfica própria.

3.2 – RESULTADOS DA COLETA DE DADOS

Aplicando-se os critérios de quantificação e as categorias estabelecidas acima no exame das matérias publicadas pelo jornal no período analisado temos o seguinte resultado:

TABELA 1 - Resultado total anual – 1/10/ de 2004 a 30/09/ 2005

Categorias	**Quantidade**	**Porcentagem**
Pesquisa	**31**	**5,06%**
Extensão/Serviços	153	25%
Ensino/Alunos	41	6,69%
Eventos	71	11,6%
Administração/Política/Finanças	118	19,28%
Diversos	134	21,84%
Colunas	64	10,45%
Total	612	99,92 %

Como já informamos acima, a exposição de todas as categorias se deveu à intenção de melhorar a explicitação dos critérios utilizados para classificar as matérias. A partir dessa etapa, pretendemos nos ater à análise dos resultados

referentes à presença das matérias relativas à pesquisa científica desenvolvida pela Universidade que representam 5,06% do total.

3.2.1 – O discurso de valorização institucional da comunicação social na Unesp

A universidade costuma atribuir importância significativa à pesquisa científica. Atualmente, muitos docentes pertencentes a universidades públicas privilegiam as atividades de pesquisa em detrimento das atividades de ensino e extensão, numa busca incessante, trabalhosa e demorada por recursos externos que permitam a execução dos projetos e a conseqüente publicação dos resultados em periódicos indexados.

O processo é circular, afinal ao submeter seus projetos às instituições financiadoras da pesquisa, o cientista é avaliado por seus pares e um dos critérios determinantes para a aprovação do projeto é a sua produção científica. A aprovação dos projetos, por sua vez, depende muito do currículo do pesquisador, que é construído a partir de suas publicações em periódicos indexados. Por outro lado, para que se possa publicar é necessário desenvolver os projetos de pesquisa. Embora a pesquisa gere conhecimentos que poderão ser retransmitidos aos alunos nas salas de aula, essa dinâmica de trabalho que indubitavelmente privilegia as atividades de pesquisa gera críticas por parte de alguns.

> No meio acadêmico, o bom professor não é aquele que sabe dar uma boa aula, prepara com esmero a metodologia e didática, ou aquele que oferece bom e adequado conteúdo e se importa se o aluno está interessado ou não em sua aula. O bom professor é aquele que tem um bom currículo, balizado por sua produção científica, quase que exclusivamente.
>
> Procure consultar a base dos currículos no CNPq (Lattes), ou mesmo a súmula curricular da FAPESP dos professores e veja se as atividades de ensino são levadas em consideração. Infelizmente, isso pouco vale, os valores estão um tanto invertidos. Hoje, o ensino não tem sido a maior

> preocupação dos professores na Universidade, cada um ministra aulas do jeito que quiser, da maneira que melhor lhe convier, ocupando um espaço secundário em seu trabalho. Suas prioridades passam a ser outras, afinal, eles precisam ter tempo para pesquisar (MING, 2005, p.3).

Cumpre lembrar que os recursos provenientes das agências de fomento com a finalidade de permitir a realização da pesquisa são responsáveis por muito da estrutura física e dos equipamentos utilizados atualmente pela universidade pública. No entanto, estas questões não constituem o objeto deste trabalho e apenas servem para ajudar a demonstrar a dimensão que a pesquisa científica tem em relação a outras atribuições da universidade.

No caso da Unesp, a própria instituição parece assumir o status de caráter fundamental que as pesquisas científicas têm dentro das suas atividades. No ano de 1998, a Universidade distribuiu entre seus pesquisadores o manual “Pesquisa & Imprensa: orientações para um bom relacionamento”, editado pela Assessoria de Comunicação e Imprensa, adaptado de um trabalho desenvolvido por Jorge Antonio Menna Duarte, assessor de imprensa da Embrapa. Tratava-se, segundo o próprio manual, de um conjunto de orientações (e não regras) para incentivar a prática de disseminação da informação gerada pela própria Universidade e melhorar a qualidade do produto final a ser publicado pela imprensa. Houve uma segunda edição desse manual no ano de 2003, então com o título de “Imprensa & Pesquisa” e com uma qualidade bastante inferior. Vamos nos ater, portanto, à primeira edição do manual na qual, logo no primeiro parágrafo do primeiro capítulo intitulado: “Por que a imprensa é importante”, é possível ler:

> Ao mesmo tempo em que serve de referência para a atualização sobre os avanços das mais diversas tecnologias e para a identificação de problemas que possam ser assunto de pesquisa, a Imprensa oferece grandes oportunidades para a Unesp na difusão do conhecimento, pois transmite aos agentes da cadeia produtiva, de forma acessível, informações geradas pela pesquisa (UNESP, 1998, p.7)

Esse trecho transcrito dá a dimensão da importância que, em tese, a Universidade atribui à divulgação de sua produção científica junto ao público leigo. E na seqüência:

> (...) Com a divulgação de seu trabalho pela Imprensa, a Unesp se fortalece junto à sociedade, podendo justificar social e economicamente sua existência. Por isso, a Imprensa deve ser tratada como um cliente que busca um produto (a informação) e como um parceiro. Afinal, os veículos de informação necessitam de notícias interessantes e a Universidade necessita divulgar seu trabalho.
>
> Deve ser parte da rotina do pesquisador, especialmente se vinculado à instituição pública, divulgar a sociedade o trabalho que realiza e os resultados que já busca ou que já obteve. Apesar disso, o relato para jornalistas não deve ser considerado apenas como prestação de contas aos contribuintes, especialmente quando passa a existir maior conscientização e exigência quanto à destinação dos recursos públicos, mas também como forma de valorizar o que a Unesp faz para a sociedade (idem).

De fato, na busca pela legitimação de suas atividades a Universidade vê a imprensa como um aliado estratégico. Ao contrário do espaço publicitário, visto pelo público como um lugar onde a instituição só dirá o que lhe interessa, as matérias jornalísticas não envolvem uma contrapartida financeira aumentando a impressão de imparcialidade e de credibilidade sobre seu teor. O receptor conhece e se informa sobre a instituição quando lê uma reportagem no jornal ou assiste uma matéria sobre a Universidade na televisão. Por sua vez, ao se fazer visível a instituição chama a atenção para o que almeja ver divulgado. E são as atividades científicas que conferem uma imagem de instituição de ponta à Universidade.

Para os principais autores da área de comunicação empresarial ou institucional, a imagem é o maior patrimônio que a instituição possui, sendo mais valiosa até que o patrimônio físico ou que os bens e serviços que ela oferece ao público. A imagem da instituição, no contexto em que está inserida, é um dos fatores que determina sua identidade.

> A identidade corresponde a determinada lógica coerente de funcionamento fundada na ação coletiva das pessoas em uma empresa e que a distingue de outras. Essa lógica constitui-se e se afirma no tempo, dá a empresa certa continuidade, e permite que seus funcionários, seus parceiros, seus públicos específicos e a sociedade em geral identifiquem a empresa e, muitas vezes, identifiquem-se com elas (BRANDÃO, 2002, p. 191).

Nesse ponto, cabe lembrar que os outros pilares que compõem as atribuições da universidade pública são o ensino e a extensão. No entanto, mesmo com a relativa amplitude que demos á categoria “ensino/alunos”, que abarcou os textos concernentes às questões relativas ao ensino universitário e também matérias relativas ao cotidiano dos estudantes, como festas e competições esportivas, a incidência dessas matérias no “Diário da Serra” não atingiu 7% do total publicado. Essa presença discreta de matérias relativas às atividades de ensino ou mesmo de interesse dos alunos pode ser compreendida através do exame das características do próprio conteúdo do material publicado sobre ensino. Embora não seja objeto desse trabalho, pudemos observar que uma parte significativa das matérias sobre ensino publicadas no “Diário da Serra” não tratavam de temas como o papel da universidade pública, reforma universitária ou questões problemáticas na formação dos estudantes, que talvez pudessem ser incluídas na categoria “ensino/alunos” e ainda assim seriam de interesse geral dos leitores do jornal. Predominam nas páginas do periódico botucatuense matérias referentes a um universo específico, situado dentro das salas de aula e demais ambientes freqüentados pelos estudantes e dotado de seus próprios canais de comunicação. Normalmente, a informação desse tipo é produzida e consumida pelos estudantes e sua disseminação se dá através de *house-organs*, do trabalho dos diretórios acadêmicos, cartazes afixados em locais de uso freqüente, recados em salas de aula, listas de e-mail, jornais murais e, notadamente, através do contato pessoal entre os membros do grupo. São matérias sobre o trote, a recepção aos calouros, formaturas, participação de alunos

em órgãos colegiados da Unesp ou o desempenho dos cursos de Botucatu em avaliações de qualidade.

Além de protagonistas nas atividades de ensino, na maioria das vezes os pesquisadores são também responsáveis pelos serviços de extensão desenvolvidos na Universidade. No caso da Unesp de Botucatu, podemos citar o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina, o Hospital Veterinário, da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia e o atendimento a produtores rurais e a empresas do setor agropecuário feito por docentes da Faculdade de Ciências Agronômicas e também da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, como grandes serviços de extensão coordenados por docentes, ou seja, pesquisadores. Essa gama de atividades explica por que a categoria extensão e serviços representa 25% do total de matérias publicadas pelo jornal analisado. De fato, são temas que afetam diretamente a comunidade do município e da região e, portanto, mantêm-se sempre em evidência nas páginas do “Diário da Serra” durante todo o período analisado.

Observamos, portanto, que ensino e extensão são atividades basilares na constituição das universidades públicas e na Unesp a situação não é diferente. Muitas vezes, inclusive, essas atividades se realizam com mais desenvoltura que as próprias atividades de pesquisa. Além disso, os pesquisadores são protagonistas nessas duas espécies de atividades. No entanto, as orientações para um bom relacionamento com a imprensa, elaboradas pela Unesp e distribuídas aos seus pesquisadores, tratam prioritariamente da pesquisa científica. Entendemos que esse cuidado especial com a imagem da produção científica da Universidade deva-se não apenas às dificuldades inerentes à compreensão dos detalhes de uma determinada pesquisa pelo repórter e, consequentemente, pelo público não especializado que lê

o jornal, como também a uma necessidade de construção da representação pública e da identidade da universidade como pólo de produção científica e tecnológica, para além da imagem de uma instituição de ensino. Afinal, o que tem conferido junto à sociedade o status de instituição de ponta em alguma área de atuação para uma universidade são, antes de qualquer coisa, os resultados obtidos no campo da pesquisa.

A Universidade precisa se legitimar frente à sociedade como uma instituição de excelência na sua área e a produção científica tem sido o elemento mais importante na construção dessa representação, reforçando até mesmo a boa imagem do seu ensino ou de suas atividades de extensão. Daí a aparente preocupação demonstrada pela Unesp com a qualidade da informação a ser veiculada na imprensa. As próprias indicações do manual "Pesquisa & Imprensa" demonstram isso.

> Uma boa reportagem ou uma nota bem colocada em uma coluna de jornal trazem mais repercussão e são mais importantes na formação da imagem da Unesp do que a veiculação de informações que interessam mais à instituição do que ao público (UNESP, 1998, p. 10).

Os cuidados com a imprensa são demonstrados no segundo capítulo do manual "Pesquisa & Imprensa" intitulado "Como Atender o Jornalista". São alinhavadas nessa parte da publicação diversas dicas para que o pesquisador se relacione bem com a reportagem como, por exemplo: preparação para falar com o jornalista; compreensão de que o jornalista é um generalista; disponibilização de material de apoio; preparação de laboratórios e instalações para a visita do repórter; disponibilização de dados estatísticos e imagens; atenção especial ao jornalista; evitar o uso de termos técnicos na entrevista; não pedir para ler o texto antes da

publicação; colocar-se a disposição para o esclarecimento de dúvidas que possam surgir posteriormente.

Em meio a essas recomendações surgem outras que demonstram mais claramente a importância que, em tese, a instituição atribui à sua presença na mídia, baseada na produção científica:

> Para garantir um relacionamento permanente e continuidade de presença na mídia, é importante, sempre que possível, manter contato pessoal com o jornalista e estimular visitas à Universidade, levando-o a conhecer pessoalmente as atividades desenvolvidas (idem, p.12)
>
> Procure sempre relacionar seu trabalho com a realidade das pessoas que podem dele se beneficiar, agora ou no futuro. (...) Mostre o impacto da novidade e como vai modificar a realidade. É importante falar sobre a qualidade e as vantagens econômicas da tecnologia e dizer o que o público alvo e a sociedade vão ganhar com ela. (idem, p.16)
>
> Evite dizer "minha pesquisa". Use a primeira pessoa do plural. Procure destacar o trabalho coletivo: "Nossa equipe...", "A UNESP...". (idem, p. 16)

Ou ainda recomendações do tipo "é necessário que a imprensa seja bem atendida quando procurar a Unesp" ou "algumas palavras ajudam a chamar a atenção para o assunto. Por exemplo: inédito, investimento, lançamento, novo, aumento de produtividade, aumento de lucro, nova opção..."(idem, p.13)

Tais recomendações refletem uma hipotética preocupação com a construção de uma determinada representação da Unesp, capaz de alavancar uma imagem da instituição como de excelência na produção científica e, portanto, parecem realmente considerar que a comunicação social tem uma importância significativa na estrutura universitária. Trata-se de um discurso que aponta para uma preocupação da Universidade em fortalecer sua relação, enquanto produtora de informação científica, com públicos mais amplos e diferenciados, a ser concretizada por meio da mídia, notadamente os veículos de imprensa.

Diante disso, o número de 31 matérias sobre pesquisa científica, publicadas no período de um ano,no principal veículo jornalístico de Botucatu, representando 5,06% do conteúdo relativo à Unesp pode ser considerado insuficiente. Cabe lembrar que as quatro unidades da Unesp situadas na cidade desempenham papéis relevantes no panorama da produção científica nacional, sendo consideradas referência em suas áreas de atuação. No entanto, a própria comunidade em que elas estão inseridas acaba tendo pouca informação sobre os conteúdos dos trabalhos desenvolvidos nos seus laboratórios, o que sugere que a importância que a instituição, em tese, atribui à comunicação social, não encontra correspondência na realidade dos órgãos de imprensa. Embora não responda pela totalidade do material jornalístico produzido em Botucatu, cremos que o "Diário da Serra" pode ser considerado um veículo adequado para essa amostragem, justamente por ser o único jornal diário publicado na cidade, e pelo próprio fato do jornalismo científico ainda poder ser considerado o veículo mais tradicional para a divulgação científica junto ao público em geral.

3.3 – PROBLEMAS IDENTIFICADOS NO JORNAL ANALISADO

Torna-se imperioso concluir que a presença da produção científica nas páginas do jornal analisado não corresponde ao peso que as pesquisas têm nas atividades diárias das unidades da Unesp de Botucatu. Embora o chamado jornalismo científico seja uma área considerada em expansão, o que podemos observar com relação ao "Diário da Serra", é que tal temática ainda corresponde a uma parcela pequena do conteúdo total publicado sobre a Universidade. O desafio do jornalismo científico de superar as lacunas referentes a métodos e adequação de pesquisas a meios de comunicação, provavelmente se encontra mais dificultado na

imprensa do interior. Que se ressalte que o jornal analisado é o único veículo diário impresso de uma cidade caracterizada como universitária, onde a Unesp é um ator social e econômico que ajuda a consolidar a própria identidade do município. O que podemos esperar do jornalismo científico praticado em veículos de outras comarcas que não dispõem dessa fonte de informações relativamente próxima que é a universidade?

Preferimos utilizar a expressão “fonte de informações relativamente próxima” porque da análise das 31 matérias de pesquisa publicadas no período surgem elementos que também apontam para uma dificuldade do próprio veículo de imprensa em lidar com as informações científicas que, em tese, a Universidade poderia lhe oferecer. Contabilizamos dentre as matérias de pesquisa, nada menos que 18 textos não assinados por repórteres do jornal. Ou seja, são textos retirados, aparentemente na íntegra, de veículos como o “Portal Unesp” ou “Agência Unesp”. Em pelo menos um caso a matéria foi publicada trazendo inclusive a assinatura de um repórter que não pertence ao quadro de funcionários do “Diário da Serra”. Trata-se do texto “Unesp contribui para o desenvolvimento do biodiesel”, publicada em 16 de julho de 2005, na página A12 e assinada por Julio Zanella, repórter do “Jornal da Unesp” e funcionário da Assessoria de Comunicação e Imprensa da Unesp.

Não é demais relembrar que um dos problemas do jornalismo científico enumerados por Manuel Calvo Hernando é a dificuldade de acesso às fontes. No caso do jornalismo científico praticado pelo jornal analisado, embora as fontes primordiais para este tipo de matéria, no caso os pesquisadores, estejam geograficamente próximos, o que nos leva a pensar que são facilmente encontráveis, é inegável que os resultados apontam para uma subutilização dessas

fontes. A título de ilustração podemos citar a página denominada “Agronegócios” publicada todas as quintas-feiras pelo “Diário da Serra” até novembro de 2004. No período analisado no presente trabalho tivemos, portanto, 8 páginas “Agronegócios”, referentes aos meses de outubro e novembro de 2004, e em todas elas, apenas uma matéria retratou um trabalho desenvolvido pelas unidades de Botucatu. A reportagem “FMVZ desenvolve pesquisa pioneira na área de produção de leite de ovelhas”, publicada na página B7 da edição de quinta-feira, 18 de novembro de 2004, foi a única a utilizar informações sobre pesquisas desenvolvidas na Unesp na página “Agronegócios”.

Deve ser registrado que duas das quatro unidades da Unesp existentes em Botucatu, a Faculdade de Ciências Agronômicas (FCA) e a Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia (FMVZ) atuam diretamente na área compreendida pela expressão “agronegócios” através da agricultura e da saúde e produção animal, em todas as suas diversas vertentes. Evidentemente que o período compreendido pela pesquisa é bastante curto. Não registramos se em outros meses, anteriores aos analisados pelo presente trabalho, a Unesp figurou com mais destaque nas páginas “Agronegócio” do “Diário da Serra”. No entanto, a pequena amostragem que obtivemos sugere que na página citada houve uma inegável subutilização da Unesp como fonte. Basta dizer que se tratava de uma página inteira do jornal, quase sem anúncios de publicidade, inteiramente ocupada por assuntos relativos á produção agrícola e pecuária brasileira, em sua grande maioria obtidas através da internet, junto a fontes não necessariamente atentas às questões da região de Botucatu, onde o jornal é distribuído. Neste espaço relativamente grande cedido ao tema, além da quase ausência de matérias relativas a pesquisas desenvolvidas na FCA ou na

FMVZ, nem sequer nos outros textos pudemos encontrar comentários ou entrevistas com pesquisadores da Unesp sobre os temas abordados.

A discreta ocorrência de matérias sobre as pesquisa científicas desenvolvidas no âmbito da Unesp de Botucatu no único jornal diário produzido no interior de sua comunidade também acaba por sugerir uma presença discreta dos trabalhos de pesquisa desenvolvidos nas unidades de Botucatu em veículos de imprensa de outras comarcas e mesmo na grande mídia. Provavelmente, jornalistas que atuam em outras localidades sentem a mesma dificuldade ou até complicações maiores para a obtenção de informações relevantes junto aos pesquisadores que atuam em Botucatu.

A informação e o conhecimento produzidos pela Universidade e divulgados pela imprensa, por ocorrerem em escala mínima, acabam por não desempenhar o seu papel de trazer contribuições novas e estratégicas para a sociedade. Porém, um outro problema citado por Manuel Calvo Hernando merece ser mencionado. Hernando fala em escassez de profissionais especializados, tema que já abordamos em outro momento do trabalho. De fato, ainda que se façam ressalvas à idéia de que possa existir um profissional de jornalismo especializado em cobertura científica, no caso do “Diário da Serra” e, acreditamos, de boa parte dos jornais de cidades de pequeno e médio porte como Botucatu, a questão da especialização em cobertura cientifica nem se coloca. Ainda que a comunicação da ciência via jornalismo seja considerada um vetor de importância fundamental para um almejado processo de democratização do acesso e disponibilização do conhecimento científico junto ao público, em boa parte do interior do Brasil, ela se dá de forma precária e insuficiente para esses objetivos. Dos quatro repórteres atuantes do Diário da Serra à época da

pesquisa, nenhum tinha curso superior, embora dois fossem estudantes de Comunicação Social. Ainda que se considere a capacidade individual de cada um desses trabalhadores de entrevistar e redigir ou as noções obtidas através dos anos de prática há, no caso do jornalismo científico, um obstáculo extra em razão das dificuldades inerentes à decodificação e interpretação do jargão científico através de uma linguagem adequada para a compreensão da ciência no cotidiano da vida em sociedade. Trata-se de uma dificuldade presente na atuação de todos os profissionais, inclusive os considerados bem formados, mas que talvez seja atenuada para quem teve a oportunidade de treinar, praticar e conhecer técnicas de pesquisa, entrevista e redação nos bancos escolares.

Seria desejável, portanto, para que o jornalismo científico fosse realizado de uma forma mais ampla e qualificada, uma melhora na formação dos profissionais atuantes na redação do jornal analisado, embora, cabe ressaltar, a ausência de profissionais com formação específica em comunicação não seja um problema exclusivo desse veículo. Na imprensa botucatuense raros são os repórteres em atividade que passaram pelos cursos de Comunicação Social, num panorama que imaginamos seja relativamente comum na imprensa de cidades de pequeno porte.

3.4 – OS PROBLEMAS NO PÓLO GERADOR DA INFORMAÇÃO CIENTÍFICA

A responsabilidade por produzir efeitos junto à sociedade não cabe somente ao jornal ou aos jornalistas, mas também às fontes. Atores sujeitos à observação, investigação e inquirições por parte do jornalista, no presente caso, as fontes são tomadas como os representantes da instituição. Ante os resultados apresentados acima, há ainda um outro problema identificado por Manuel Calvo Hernando. O pesquisador fala em “falta de cooperação por parte da comunidade científica e seus

órgãos representativos", que, muitas vezes, parecem ainda não ter adquirido a consciência da importância da sua atuação como fator de colaboração para a diminuição da exclusão pelo conhecimento. Temos, portanto, que admitir que se há um problema com relação ao jornalismo científico praticado pelo veículo analisado, ele não é causado exclusivamente por características específicas do mesmo. E o próprio problema da dificuldade de acesso às fontes que citamos há pouco espelha essa situação. É utópico esperar de um veículo com as características do jornal botucatuense um esforço consciente para levar a ciência à sociedade quando não há uma estrutura estabelecida no pólo da geração de informações, capaz de estimular e facilitar esse trabalho.

Lembremos que das quatro unidades existentes no campus de Botucatu apenas uma, a Faculdade de Medicina, mantinha uma pessoa atuando como assessor de comunicação à época da redação do presente trabalho. Outras duas, a Faculdade de Ciências Agronômicas e a Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, produziam *house-organs* de circulação interna e, ocasionalmente, distribuídos junto à comunidade extramuros. O Instituto de Biociências, até o momento da redação deste trabalho, não possuía nenhuma destas ferramentas de divulgação. Esse panorama se reflete em outro dado levantado pela análise do jornal "Diário da Serra".

Das 612 matérias publicadas sobre a Unesp ou citando a Universidade, 299 ou 48,85% tratavam da Faculdade de Medicina. Importante salientar que na categoria "outros" estão contabilizadas todas as matérias que não tratam de fatos ocorridos no âmbito de uma determinada unidade. São matérias sobre os servidores ou os alunos, de uma maneira geral, sem especificar a quais unidades pertencem,

ou mesmo pertencentes a mais de uma unidade. Também estão incluídas nessa categoria matérias sobre questões relativas á Reitoria da Unesp ou ao GAC (Grupo de Administração Central) do campus.

TABELA 2 Presença das matérias por unidade – outubro de 2004 a setembro de 2005

Unidade	**Número de matérias**	**Porcentagem**
Faculdade de Ciências Agronômicas	77	12,58%
Faculdade de Medicina	299	48,85%
Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia	56	9,15%
Instituto de Biociências	28	4,57%
Outros	152	24,83%

A intensa presença de matérias relativas à Faculdade de Medicina pode ser explicada pela própria importância e interesse despertado pelos temas de saúde. Como vimos acima, no primeiro quadro 25% das matérias publicadas sobre a Unesp

no jornal se adequaram à categoria “extensão/serviços”, geradas principalmente pelas atividades do Hospital das Clínicas, pertencente á Faculdade de Medicina. No entanto, mesmo com relação ao conteúdo científico, a Faculdade de Medicina predomina, respondendo por quase 42% das matérias sobre a produção científica da Universidade, números que em boa parte também se explicariam pelo interesse geral que os temas ligados à saúde despertam.

TABELA 3 - Matérias sobre pesquisa por unidade – outubro de 2004 a setembro de 2005

Unidade	**Número de matérias**	**Porcentagem**
Faculdade de Ciências Agronômicas	6	19,35%
Faculdade de Medicina	13	41,93%
Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia	9	29,03%
Instituto de Biociências	3	9,67%

Observando esses dados concluímos que, se por um lado é inegável a influência do interesse social pelos temas de saúde, sempre presentes em publicações que buscam atingir públicos amplos, como jornais e revistas semanais,

por outro ângulo de observação também devemos considerar que a divulgação dos temas, sejam eles científicos ou não, relativos á Faculdade de Medicina é facilitada pela presença de uma Assessoria de Comunicação, capaz de aprimorar e dinamizar o fluxo de informações entre a instituição e a imprensa. A entrevista com o diretor de redação do “Diário da Serra”, anexada ao presente trabalho, confirma isso.

As unidades que não possuem uma assessoria de comunicação, mas que mantêm publicações institucionais ainda conseguem ter desempenhos melhores do que o do Instituto de Biociências, a unidade que menos aparece no “Diário da Serra”, com apenas 4,57% das matérias publicadas em um ano. Tais números indicam que a publicação de um *house-organ*, embora não se constitua por si só no aparato ideal para a comunicação da instituição também pode ser um meio, em alguma medida, capaz de aproximá-la da imprensa.

> Os veículos jornalísticos institucionais são instrumentos muito importantes na manutenção de fluxos eficientes de informação e assumem características e nomenclaturas próprias (informativo, house-organ, vídeo jornal, fax-boletim, newsletter, rádio interna, boletim digital, noticiário digital e eletrônico). São caracterizadas como instrumentos para a informação e relacionamento com os diversos públicos da organização e podem servir de subsídio e pauta para repórteres e editores (MARTINEZ, 2002, p. 254).

Especificamente no caso do conteúdo de cunho científico, as ações de uma Assessoria de Comunicação Social tornam-se ainda mais importantes. As dificuldades inerentes à prática do jornalismo científico já estão sobejamente expostas no trabalho e sobre elas resta dizer que serão bem vindos quaisquer auxílios que venham em socorro do jornalista para que ele possa trabalhar o material com a qualidade e responsabilidade que um tema capaz de ser instrumento de conscientização social merece. Ao facilitar o contato com as fontes e colaborar com o trabalho do jornalista através do envio de pautas e a disponibilização de material, uma Assessoria de Comunicação amplia significativamente as

possibilidades da instituição assessorada ocupar espaço na mídia, além de aumentar as chances de que este espaço seja usado com qualidade.

O cenário atual, no entanto, aponta para o que Hernando qualifica de “falta de cooperação da comunidade científica e de seus órgãos representativos”. Lembremos que os órgãos de comando administrativo das unidades universitárias e gerais da própria Universidade são ocupados por docentes, ou melhor dizendo, pesquisadores. E são os pesquisadores, membros da comunidade científica, que deveriam assumir a prática, já socialmente reconhecida, de estimular a reflexão do público em geral, em nome das instituições a que pertencem, utilizando as ferramentas que a mídia oferece.

Aqui vale retomar uma curiosa e interessante diversidade de objetivos. Enquanto que, para a instituição parece ser interessante a legitimação perante a sociedade, que em última instância mantém seu funcionamento através dos impostos que paga, o cientista está habituado a legitimar individualmente seu trabalho a partir da chancela de seus pares, sem maiores preocupações com o olhar da sociedade para sua atuação. Talvez seja justamente esse enfoque que predomine na concepção dos pesquisadores, mesmo aqueles que ocupam cargos administrativos nas instituições, e se constitua num dos fatores responsáveis por uma contraditória colocação da comunicação social das instituições em segundo plano.

E aqui chegamos a um ponto interessante na análise da importância que a instituição confere à comunicação. A eficiência da atuação da Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI) da Unesp não é objeto de análise deste trabalho. Porém, são cabíveis algumas reflexões sobre sua estrutura e seu modo de

funcionamento. A ACI funciona no prédio da Reitoria da Unesp em São Paulo, capital. Todas as onze pessoas que se dividem entre as funções de assessor-chefe, secretária, marketing, projetos especiais, secretaria gráfica, coordenador de imprensa, atendimento à imprensa, editoria do Jornal da Unesp, reportagem do Jornal da Unesp, conteúdo editorial do Portal Unesp, webdesign do Portal Unesp e apoio administrativo exercem suas funções em São Paulo, no mesmo prédio.

Ocorre, porém, que uma característica peculiar da Universidade Estadual Paulista é ser uma estrutura descentralizada, presente em praticamente todas as regiões do território paulista, com campi instalados em 23 cidades, sendo 21 no Interior, um na capital do Estado e um no litoral. Temos, portanto, uma universidade "multicampi", descentralizada, que conta com uma Assessoria de Comunicação única, centralizada. Note-se que não se trata de uma coordenação de comunicação, atuando para ordenar políticas de comunicação e unificar a atuação de assessoria diversas, mas sim de uma única assessoria, respondendo pela comunicação da Universidade inteira, com seus 23 campi.

Em que pesem as facilidades proporcionadas pelo intenso desenvolvimento das tecnologias de comunicação, cremos que vinte e três campi, sediando cursos de áreas do conhecimento muito diversas, com dinâmicas de trabalho e funcionamento diferentes, alguns distantes da Reitoria, todos utilizando os serviços da mesma assessoria, é uma configuração que tende a dificultar a produção de informação veloz como a forma de trabalhar dos meios de comunicação requer nos dias atuais e com a qualidade e os cuidados que uma divulgação científica ideal exige, capaz de promover a reflexão e auxiliar na capacitação do leitor para o debate sobre o tema objeto da matéria.

Tomemos o manual “Imprensa & Pesquisa: orientações para um bom relacionamento”, publicado pela ACI e pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa em 2003, como uma segunda versão do manual “Pesquisa & Imprensa”, de 1998, já bastante citado por nós anteriormente. Lá, está descrito como deve proceder o cientista vinculado à Unesp, interessado na divulgação de seu trabalho de pesquisa junto aos órgãos de imprensa.

> Quando está na hora de divulgar uma notícia sobre qualquer área da Unesp, é a ACI que entra em ação. Por isso, todas as informações sobre eventos, pesquisas ou quaisquer assuntos relacionados à Unesp, que mereçam divulgação externa, devem ser comunicadas à ACI, via e-mail (...), preferencialmente com 20 dias de antecedência, com indicação do responsável pelo projeto ou evento capacitado para prestar maiores esclarecimentos à ACI e/ou atender a imprensa (nome e telefones).
>
> Quanto mais informações melhor. Se é um evento, indique o que vai acontecer, onde, quando, qual é o objetivo ou o resultado esperado, nomes dos participantes e promotores do evento. É uma pesquisa? Conte como vai indo, onde você, pesquisador, pode ser encontrado, e o que há de mais importante ou inédito no seu trabalho (UNESP, 2003, p.10).

Ao mesmo tempo que esse procedimento descrito acima parece adequado para a divulgação das pesquisas na grande imprensa, é impossível não imaginar o quão contraproducente e desnecessariamente demorado seria o procedimento do pesquisador interessado em divulgar seu trabalho de pesquisa nos órgãos de imprensa da sua comunidade, tendo que praticamente redigir um release com informações sobre o andamento de sua pesquisa e os aspectos mais importantes de seu trabalho e enviá-lo para a Assessoria com 20 dias de antecedência, esperando que ela trate as informações e as repasse aos órgãos de sua própria região. Podemos, portanto, supor que em muitos casos, pesquisadores interessados em divulgar seus trabalhos de pesquisa junto à imprensa das próprias cidades onde se localizam os campi, esse procedimento todo seja abreviado e o pesquisador acabe procurando diretamente o jornal ou as rádios da cidade. Como a rotina do pesquisador normalmente é bastante atribulada, dividindo as atividades de pesquisa

com o ensino, a orientação de alunos e outras atividades, poucos deles, ainda que interessados, acabam tomando a iniciativa de procurar a imprensa.

> Conscientes da importância do acesso à mídia e do poder que têm junto a ela, as instituições trabalham para serem "lembradas pela imprensa", para ampliarem sua presença nos veículos e, mais do que isso, para serem reconhecidas como referências. Para atingir esses objetivos, produzem textos informativos, para divulgação jornalística, compreendendo pautas, releases, position papers, informes oficiais, comunicados, artigos, notas técnicas. Enfim, produzem notícias (MONTEIRO, 2002, p.146).

A produção de notícias, na forma descrita acima, não é um procedimento atualmente utilizado pela instituição Unesp, campus de Botucatu. Excluídas as raras iniciativas individuais e a Faculdade de Medicina, o campus da Unesp de Botucatu praticamente não produz notícias institucionais sobre a sua considerável produção científica. Ora, no seio da comunidade em que está inserido, o campus de Botucatu é a instituição Unesp. Pela sua estrutura invejável, pelo seu orçamento significativo na economia da cidade, pelo prestígio de seus cursos e de suas atividades de pesquisa e extensão, não deveria ele, por si só, assim como tem a capacidade de gerar um grande número de pesquisas científicas, também ser capaz de divulgá-las junto à mídia?

Qualquer manual sobre comunicação institucional ou empresarial traz dentre as regras para a implantação de uma assessoria de imprensa determinações sobre o espaço físico ideal para o seu funcionamento. Citamos aqui, apenas um deles:

> b) Qual é o espaço físico ideal
>
> É sempre perto da diretoria e do presidente. O assessor não pode estar longe (outro andar, outro prédio, outro bairro...)(...)A proximidade física facilita o fluxo de informações e a presteza das respostas (MARTINEZ, 2002, p.224).

Ainda que se considere aqui que, de fato, a Assessoria de Comunicação e Imprensa da Unesp está perto da alta direção da instituição, ou seja, próxima à

Reitoria, admitimos que esse entendimento não pode prosperar no caso de uma estrutura multi-campi como a Unesp, onde cada unidade ou cada Administração Geral de Campus tem sua estrutura e sua diretoria. No caso analisado, ao pensarmos na comunicação da produção científica da Universidade, fica evidente a necessidade de considerar cada unidade, ou no máximo cada campus, separadamente, como instituições que geram conhecimento científico e que podem disponibilizá-lo para o público. Não ter o assessor por perto favorece as iniciativas improvisadas dentro das unidades, o que pode até depor contra a instituição.

> Até recentemente, empresas e indivíduos acreditavam ingenuamente na improvisação quando o assunto era mídia. Escalavam um bibliotecário, uma secretária, um estagiário para atender "esse pessoal da imprensa". Essas pessoas, por mais esforçadas e qualificadas que fossem em suas funções, não tinham preparo para lidar com a famigerada sede de notícias dos tempos modernos, regidos pelo signo da profissionalização crescente e da solidificação de grandes empresas jornalísticas. Um repórter de um grande veículo de comunicação, por exemplo, espera encontrar **em qualquer empresa** (grifo nosso) um profissional capaz de falar a língua dele, isto é, familiarizado com as especificidades da imprensa (...).
>
> Da mesma forma que a chamada grande imprensa evita a improvisação em suas redações, sob pena de ser irresponsável e, consequentemente , desacreditada, ela também evita assessores improvisados, que tentam fazer as vezes de profissionais de comunicação. Ela busca um interlocutor ciente de suas necessidades (MILHOMEM, 2002, p.322).

3.5 – ESTÍMULO À REFLEXÃO COMO COMPROMISSO SOCIAL

Vamos retomar aqui alguns conceitos apresentados por Fourez. Para ele existem duas modalidades do que denomina de "vulgarização científica". A primeira delas se configura numa espécie de operação de relações públicas com o "bom-povo" que recebe informações sobre as últimas maravilhas produzidas pelos cientistas, conferindo um certo "verniz de saber" ao receptor daquelas informações, que se sentirá informado, mas na verdade, não saberá grande coisa ou adquirirá um tipo de saber tão superficial que nunca se constituirá num poder capaz de ser

exercido. A outra modalidade de vulgarização confere às pessoas “um certo poder”, à medida que lhes fornece um conhecimento do qual podem se servir e permite aos não-especialistas não estarem permanentemente sujeitos às ordens dos especialistas. Fourez aponta como exemplo conhecimentos que, uma vez transmitidos, permitam ao receptor agir: informações sobre energia nuclear que confiram a uma determinada população conhecimentos suficientes para que possam escolher se aceitam ou não a instalação da usina nuclear em sua região. (1995, p.221)

Ainda para Fourez, em uma sociedade fortemente influenciada pela ciência e pela tecnologia, a vulgarização do saber científico teria uma importância sócio política clara.

> Sem embargo, qualquer que seja o paradigma, escolher entre uma vulgarização “efeito de vitrine” ou “transmissão de poder social”, não se trata de uma escolha científica, mas de uma opção sóciopolítica, eventualmente guiada por uma ética. Uma escolha engendrará uma sociedade tecnocrática com pouca liberdade, a outra permitirá aos cidadãos, tomar decisões em relação à sua vida individual e a sua existência coletiva (FOUREZ, 1995, p. 223).

Se tomarmos a Universidade como espaço natural da reflexão, teremos que admitir que dentre suas práticas deveria estar o incentivo à comunicação social de suas conquistas, como forma de fornecer conhecimento capaz de inserir o cidadão comum num plano onde ele seja capacitado para a tomada de decisões que trarão implicações diretas no seu próprio cotidiano. No entanto, parte das dificuldades que citamos nesse capítulo, interpretadas a partir dos dados recolhidos pela análise do “Diário da Serra”, emergem de dificuldades geradas no próprio pólo gerador da informação científica, ou seja, a Universidade, que vale salientar, é dirigida por profissionais capacitados que são, por formação, cientistas ou pesquisadores. Assim, podemos concluir, que para que se concretizem as recomendações feitas no

Manual “Pesquisa e Imprensa”, muito ainda há por ser feito. Ou seja, a instituição Unesp, exibe um discurso em que parece dar muita importância à divulgação da sua produção científica junto a amplas camadas da população, porém, essa postura não é ratificada pela comunicação institucional efetivamente praticada pela Universidade.

No caso de Botucatu, levando em conta não somente o “Diário da Serra”, os profissionais de imprensa não podem contar com a praticidade proporcionada pelo trabalho constante de uma assessoria empenhada em divulgar a pesquisa científica da Universidade através do envio de “releases” e sugestões de pauta.

Além de contribuir para a consolidação da imagem da Universidade como pólo de produção científica, a constituição de uma Assessoria de Comunicação Social local, certamente fortaleceria o compromisso social através do qual a instituição pretende legitimar-se. No caso das unidades instaladas em Botucatu, a imagem de compromissada com a sociedade que a Universidade pretende ostentar já é bastante sólida, principalmente em razão dos serviços prestados pelo Hospital das Clínicas. Porém, uma divulgação consistente tenderia a mostrar que os trabalhos de pesquisa desenvolvidos nos laboratórios da Unesp também buscam inovações importantes para a vida cotidiana da população, de forma a conscientizar o público de que ali se realizam atividades que vão além da prestação de assistência. Por fim, o empenho da instituição no sentido de levar o conhecimento científico para a sociedade através dos meios de comunicação também mostra um compromisso social à medida que estaria contribuindo para a redução das situações de exclusão do conhecimento.

Evidentemente que uma assessoria de comunicação não se prestaria apenas a divulgação externa de notícias e do atendimento às pautas da imprensa. Dentre as

inúmeras funções dos assessores estão o acompanhamento de entrevistas; o apoio a eventos; arquivo de material jornalístico; redação de artigos, notas, releases, relatórios e textos em geral; constituição de um banco de dados; clipping; organização de entrevistas coletivas; produção de jornais institucionais; cadastro de jornalistas; e manutenção de sites, todas as atividades que também contribuiriam para melhorar e diminuir a improvisação nas iniciativas de comunicação realizadas pelas unidades de Botucatu. Tudo isso, além do apoio dado aos pesquisadores no contato com o jornalista, momento crucial e muitas vezes delicado da produção da notícia sobre ciência.

> Uma rotina importante para quem vai atender a um jornalista é contar com o auxílio do assessor de imprensa para a orientação sobre como agir e contar com sua presença durante a entrevista. A participação, nesse caso, é menos para interferir, mais para orientar. O assessor pode, por exemplo, ficar com algum documento para subsídio em caso de necessidade, auxiliar na localização de alguém para determinado esclarecimento, bem como responsabilizar-se por questões que permanecem pendentes. Sua presença serve ainda para avaliar com a fonte como ocorreu a entrevista (DUARTE, 2002, p. 333).

Assessorias de comunicação estabelecidas nas unidades ou mesmo uma central atendendo o campus atuaria mantendo a articulação entre a instituição e seus membros e a imprensa local, facilitando o trabalho de ambos e cooperando para a consolidação de uma representação da universidade como produtora de conhecimento e compromissada com a sociedade, como veremos mais detalhadamente adiante.

Ante o exposto nesse capítulo, podemos concluir que existem vários problemas para que a boa informação científica chegue até o público. E eles estão tanto no nascedouro do conhecimento científico quanto no elemento mediador entre esse conhecimento e a sociedade: a imprensa.

4- A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNESP NO "DIÁRIO DA SERRA": UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO.

Após a coleta de dados sobre a presença da produção científica da Unesp nas páginas do "Diário da Serra", o presente capítulo tem por objetivo realizar uma análise das matérias incluídas na categoria "pesquisa", como forma de compreender as abordagens desenvolvidas pelo jornal analisado e aspectos da relação entre o público e a instituição produtora de pesquisa científica, mediada pelo "Diário da Serra".

4.1 – METODOLOGIA

Nesse capítulo, faremos uso da técnica de análise de conteúdo, nos termos propostos por Bardin. Utilizaremos, portanto, de acordo com a definição do autor, um conjunto de técnicas de análise das comunicações, através de procedimentos sistemáticos e objetivos, buscando obter indicadores (quantitativos e qualitativos) que nos permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção do material apreciado.

Uma vez mais, cabe relembrar algumas escolhas metodológicas já explicitadas anteriormente. Os textos analisados foram coletados no período de 1º de outubro de 2004 a 30 de setembro de 2005. O processo percorreu as seguintes etapas: a) leitura do material geral publicado sobre a Unesp de Botucatu no período, para contato e assimilação das primeiras impressões; b) fichamento; c) construção de categorias que fossem exaustivas e mutuamente excludentes para a classificação de todo o conteúdo publicado sobre a Unesp de Botucatu; d) quantificação e separação das matérias incluídas na categoria "pesquisa"; e) análise

das matérias incluídas na categoria “pesquisa”. Em linhas gerais, portanto, procedemos a uma análise quantitativa dos dados e, nessa etapa, realizaremos uma breve análise qualitativa das matérias, que acaba por complementar o exame do nosso objeto de estudo.

Vale lembrar que foram encontradas 612 matérias que tratavam de assuntos relacionados à Unesp de Botucatu no período. Entre essas, classificamos 31 na categoria pesquisa, ou seja, matérias que relatavam uma determinada pesquisa, em desenvolvimento ou concluída, realizada na Unesp de Botucatu.

As 31 matérias selecionadas foram analisadas através da observação de características como o local onde estão alocadas no jornal, o tema de que tratam, o enfoque dado à apresentação da pesquisa, a presença de explicações e contextualizações, os valores e compromissos envolvidos, o gênero jornalístico, a linguagem, os elementos gráficos e a utilização das fontes.

4.2 – ANÁLISE DAS MATÉRIAS

4.2.1- Chamadas de primeira página

Das 31 matérias selecionadas para a presente análise, 11, ou 35,4%, receberam chamadas de primeira página por ocasião da sua publicação. Os números podem, num primeiro momento, sugerir uma presença razoável de matérias com chamada na capa, dentro do universo das matérias sobre pesquisa. No entanto, ao considerarmos o período de uma ano em que os dados foram coletados, juntamente com os números mais gerais, apresentados anteriormente, sobre a presença das pesquisas científicas desenvolvidas pela Unesp no jornal, teremos um indicador da pouca importância que o “Diário da Serra” atribui às

matérias envolvendo temas científicos. Pelos resultados podemos inferir que o jornal cobre e destaca com mais regularidade temas do cotidiano, da política, policiais ou esportivos, em detrimento das matérias sobre ciência.

Dentre as 11 matérias que receberam chamadas na capa, 6 (54,5%) se referiam a pesquisas desenvolvidas na Faculdade de Medicina. Aqui cabe retomar alguns dados já apresentados no Capítulo 3: das 31 matérias incluídas na categoria "pesquisa", 13, ou seja, 41,93% se referiam a pesquisas realizadas na Faculdade de Medicina. Os números apresentados agora vêm corroborar as observações que fizemos no sentido de admitir que há dois fatores responsáveis por esses resultados: o interesse do público por temas de saúde e a presença de um assessor de imprensa nessa unidade.

Curiosamente, a divisão das 5 matérias restantes foi bastante desequilibrada. Pesquisas da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia (FMVZ) apareceram 4 vezes na primeira página, contra apenas uma da Faculdade de Ciências Agronômicas (FCA) e nenhuma do Instituto de Biociências (IB). O desequilíbrio pode ser explicado pelos mesmos motivos expostos no parágrafo anterior. Das 4 chamadas de primeira página da FMVZ, duas tratavam de pesquisas envolvendo zoonoses, doenças transmitidas ao homem pelos animais. A preocupação e o interesse geral por temas de saúde certamente influenciaram essas ocorrências.

4.2.2 – Focos de interesse

O interesse pela saúde, aliás, está presente em 22 das 31 matérias selecionadas, ou seja, 70,9% dos textos. O restante das matérias divide-se em preocupações econômicas (19,3%) e ambientais (9,6%). Mesmo matérias a respeito

de pesquisas desenvolvidas por outras unidades que não a Faculdade de Medicina, envolvem a saúde humana diretamente. Como exemplos, podemos citar a matéria "Unesp/Botucatu pesquisa ação de própolis", publicada em 9 de agosto de 2005, que relatava os resultados de uma pesquisa, desenvolvida no Instituto de Biociências, sobre os efeitos imunológicos da própolis. Ou ainda: "Cães também morrem em conseqüência de câncer", publicada em 9 de julho de 2005, sobre pesquisas realizadas na Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia. O texto ressalta que os avanços dos estudos em animais constituem-se em "grande passo da ciência para a evolução do tratamento de câncer em humanos" ou "sentinela para a oncologia médica em humanos".

4.2.3 – A alocação das matérias científicas

No que tange à alocação das matérias de ciência no "Diário da Serra", a análise não pode oferecer informações exatas em razão das características do próprio veículo. Trata-se de um jornal pequeno que não apresenta editorias bem definidas. As matérias selecionadas foram alocadas em sua maioria (29 ou 93,55%) no caderno A, onde parecem estar reunidos os temas mais gerais como política, polícia e cotidiano e apenas 2 no caderno B onde predominam as variedades e matérias de cultura. Não há nenhuma característica específica nas duas matérias publicadas no caderno B que represente um motivo para que apenas esses dois textos estejam colocados em um espaço diferente do jornal. São elas: "FMVZ desenvolve pesquisa pioneira na área de produção de leite de ovelhas", publicada na edição de quinta-feira, 18 de novembro de 2004, na página B7 e "Estudo sobre leishmaniose e doença de chagas podem beneficiar humanos" (sic), publicada em 16 de março de 2005, na página B1.

Não há realmente uma editoria de ciências no “Diário da Serra” e nem mesmo um espaço previamente reservado para matérias de cunho científico, ou mesmo matérias envolvendo a Unesp de maneira geral. As informações sobre a Universidade, incluídas as relativas às pesquisas estão distribuídas pelo jornal, provavelmente, de acordo com as melhores soluções para a diagramação das páginas. As matérias de ciência foram encimadas nas páginas do jornal por palavras como: universidade, tecnologia, pesquisa, inovação e até cotidiano. Na maioria das ocorrências, porém, a matéria só é apresentada pelo título, sem a utilização de uma identificação do assunto.

4.2.4 – Apresentação das matérias

Entendemos que para examinar o conteúdo e a apresentação dos textos, deveríamos iniciar nossas observações pelos títulos das 31 matérias analisadas. Em 8 das matérias, ou seja, 25,8% dos textos, a cidade de Botucatu figura no título. Seja como, “pesquisa de Botucatu”, “Unesp de Botucatu” ou “Medicina de Botucatu”. Esses dados mostram a forte identificação entre a cidade e a Universidade, que existe na representação desta última junto ao público. Os números são significativos uma vez que as pesquisas são identificadas como somente da Unesp em 5 ocorrências, representando 16,12%, ou por unidade (FCA, FMVZ, FM, IB) em 10 matérias, ou 32,2% dos textos.

Em outros 8 títulos não há menção à Universidade, à unidade ou mesmo à cidade. São títulos que enfocam exclusivamente os temas das pesquisas, tais como: “Estudo sobre leishmaniose e doença de chagas podem beneficiar humanos” (sic), publicado em 16 de março de 2005, “Cães também morrem em conseqüência do

câncer", em 9 de junho de 2005, ou "Aparelho odontológico é adaptado para ajudar a combater a obesidade", publicado em 12 de agosto de 2005.

Curiosamente, um texto apresenta o nome do pesquisador no título, uma única exceção nesses números, provavelmente por tratar-se de um cirurgião plástico de bastante prestígio na cidade: "Fausto Viterbo é premiado por reinervação de paraplégicos", publicado em 5 de dezembro de 2004.

Os títulos também ressaltam aspectos positivos das pesquisas em 12 (38,7%) das 31 matérias analisadas pesquisas. São utilizadas expressões como "pesquisa pioneira", "melhorias", "benefícios" ou citados diretamente os prêmios recebidos pela pesquisa.

4.2.5 – Visões positivas

O otimismo e a valorização das pesquisas surgem em alguns dos títulos, mas estão presentes em praticamente todos os textos. Justamente por tratarmos de matérias que abordam pesquisas desenvolvidas pela Unesp de Botucatu, não conseguimos encontrar visões pessimistas, abordagens polêmicas ou discussões. Ao citar os benefícios de cada pesquisa, as matérias acabam por propagar uma visão positiva do fazer científico como um todo e mais especificamente do trabalho realizado na Universidade.

No entanto, em poucos casos há a valorização explícita da instituição, do pesquisador ou do trabalho desenvolvido. Quando isso ocorre, dá-se através de menções a prêmios recebidos pelas pesquisas, pela apresentação dos pesquisadores como "especialistas", por depoimentos dos próprios pesquisadores,

qualificando o trabalho como “pioneiro” ou valorizando a estrutura e os profissionais envolvidos no trabalho.

4.2.6 – A acessibilidade dos textos

Da análise dos 31 textos selecionados, entendemos que 100% podem ser considerados acessíveis. A acessibilidade de um texto sobre ciência depende fundamentalmente da utilização de uma linguagem coloquial, interpretação e explicação de termos específicos da área do conhecimento em destaque. Poucos textos utilizaram termos especializados sem a preocupação com a compreensão pelo leitor leigo. Encontramos termos como “neurorrafia término-lateral”, “genótipos” e “áreas sacras” sem explicação ou tradução, mas as ocorrências são raras e não chegam a prejudicar a compreensão dos textos.

Além da linguagem objetiva e clara, notamos explicações ou traduções de termos científicos específicos de cada área em 25,8% dos textos analisados, caracterizando o uso do que Vanoye classifica como função metalingüística da linguagem.

A opção da maioria dos textos foi mesmo pela compreensão do público, fator fundamental na atividade de jornalismo científico. Ao analisarmos as matérias sobre o ponto de vista das funções da linguagem mais freqüentes, notamos que a função referencial, caracterizada pela descrição objetiva, denotativa e cognitiva das informações, foi utilizada na totalidade das matérias.

Outro indicador da preocupação com a compreensão do público foi a quantidade de matérias que procuraram explicitar a metodologia utilizada pela pesquisa em foco. Foram 15 textos, ou 48,3% do grupo analisado, que trouxeram

não só os resultados e os potenciais benefícios das pesquisas, mas também se preocuparam em relatar ao leitor como foi a realização do trabalho, através de informações como:

> Para o controle das UP`s foi elaborada uma ficha individual dos pacientes, composta por identificação das pessoas, locais de UP, grau e ações de prevenção e tratamento, além de conter uma Escala de Braden (EB), produzida por uma entidade norte-americana e readaptada para o Brasil, e que é utilizada para indicar o potencial de risco que o paciente possui para desenvolver as UP´s ("Enfermeiras estudam técnicas para reduzir úlceras de pressão", 2005, p.A5).

Ou ainda:

> Para isso, foram distribuídas 12 mil doses de sêmen de touros das raças Red Angus, Aberden Angus e Senepol para fazendas em Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Maranhão. No total, foram inseminadas oito mil matrizes, parte delas para o cruzamento com a Aberden Angus e Red Angus e as ½ sangue Red Angus com o Senepol. A progênie desse acasalamento foi avaliada para peso ao nascer, peso ao desmame e peso a um ano (PARISE, 2005, p, A7).

A análise das matérias como um todo acabou por evidenciar um predomínio de conteúdos informativos. Aspectos importantes das pesquisas, como a metodologia utilizada e os potenciais benefícios, foram divulgados pelo jornal que exerceu seu papel informativo com correção, ressalvada a pouca incidência de matérias dessa natureza em suas páginas. Porém, nos debruçando apenas na questão do formato do material publicado, temos que admitir que esse é realmente o formato esperado numa publicação jornalística diária. Notícias e notas são os gêneros mais freqüentes.

É fato, porém, que dentre as 31 matérias selecionadas não houve sequer uma reportagem de maior fôlego jornalístico. Diante da proximidade geográfica com os pesquisadores, dos assuntos fundamentais que as áreas do conhecimento cobertas pelas unidades da Unesp de Botucatu tratam e da importância da ciência para o cotidiano do cidadão, cremos que seria desejável e enriquecedor um investimento

em matérias mais completas, capazes de explorar os temas de forma mais ampla, de cotejar opiniões e estimular a reflexão.

4.2.7 – As fontes

Como não poderia deixar de ser, em 100% das matérias analisadas, as fontes eram os pesquisadores responsáveis pelo trabalho divulgado, sempre citando a instituição ao qual estão ligados. Nenhuma revista de divulgação científica serviu como fonte para as matérias. Nenhuma voz, ligada a nenhuma outra instituição foi chamada a opinar ou debater as informações apresentadas em qualquer das matérias. Cabe, no entanto lembrar que 18 textos não são assinadas por repórteres do jornal. Ou seja, trata-se de material retirado, aparentemente na íntegra, de veículos como o “Portal Unesp” ou “Agência Unesp”, sem que tenha havido contato dos repórteres com o pesquisador. Em pelo menos um caso a matéria foi publicada trazendo inclusive a assinatura de um repórter que não pertence ao quadro de funcionários do “Diário da Serra”.

Até mesmo por essa dinâmica de trabalho, o profissional envolvido com a pesquisa, única fonte do texto, surge como alguém indiscutivelmente competente sobre o assunto. A voz do cientista confere verossimilhança e credibilidade ao texto, que surge aos olhos do leitor como fundamentado e merecedor de crédito. A menção à sua função dentro da Universidade e ao Departamento a que está ligado, o que ocorre em 100% dos textos, auxiliam na consolidação dessa imagem.

Um aspecto positivo dessa relação quase respeitosa entre o pesquisador/fonte e o jornal é o fato de inexistir no Diário da Serra (no período analisado) o recurso de tratar as pesquisas científicas desenvolvidas na Unesp

utilizando o enfoque da mera “curiosidade”, ou seja, fazendo discutível uso do humor ou utilizando técnicas de espetacularização dos assuntos, de forma a torná-los atraentes, porém absolutamente irrelevantes como informação cotidiana. Embora sem reflexões mais profundas, as matérias privilegiam os potenciais benefícios gerados pelas pesquisas e realizam uma descrição generalizada das condições de seu desenvolvimento.

4.2.8 – Elementos gráficos

Por fim, procedemos a análise dos elementos gráficos presentes nas matérias: fotos, gráficos, boxes e ilustrações. 41,9%, ou 13 das 31 matérias, foram ilustradas por fotografias. Em um dos casos (“Melhoramento genético de avestruz é desenvolvido na FMVZ”, publicada em 31/08 de 2005), houve a publicação de fotografia e box com dados da pesquisa. Das 13 fotos utilizadas, 5 (38,4%) traziam a imagem do pesquisador. Outras 3 (23%) retratavam instalações ou experimentos. Chamou a atenção o número de fotos meramente ilustrativas, publicadas sem representar uma informação adicional ao texto, provavelmente como recursos para despertar a atenção do público. Foram 5 ocorrências (38,4%), número igual ao de imagens dos pesquisadores responsáveis. Nenhuma das fotos foi publicada em cores e, nas matérias analisadas não foram utilizados outros recursos, como ilustrações ou gráficos, para complementar as informações.

4.3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse breve exame do conteúdo, enquanto tentativa de extrapolar a análise quantitativa que originou o trabalho, nos permite vislumbrar um panorama das matérias que representam o jornalismo científico praticado pelo jornal “Diário da

Serra", com seus temas prioritários, sua abordagem, linguagem, forma de apresentação e conteúdo. Mais uma vez, cabe relembrar que não existe especialização no jornal analisado. Nem em ciência, nem em outra editoria. Os repórteres se revezam na cobertura de todos os temas. Portanto, podemos inferir que os profissionais não trabalham com um compromisso de fazer um jornalismo científico, com as características dadas em sua conceituação. A cobertura das pesquisas científicas desenvolvidas pela Unesp recebe o mesmo tratamento que qualquer outro conteúdo publicado sobre a Universidade.

Ainda assim, aspectos positivos podem ser ressaltados. Ficou evidente que, se não há uma estratégia de trabalho determinada pela especialização em ciência, existe pelo menos a noção de que temas científicos podem não ser tão facilmente compreensíveis para o público. Encontramos explicações diretas de termos utilizados em 25,8% das matérias. Embora tais números não indiquem que essa seja uma prática adotada como regra fundamental do jornalismo praticado pelo jornal, temos que considerar que o uso de linguagem clara e objetiva, e mesmo explicações sobre métodos e interpretações de resultados, tornaram os textos bastante acessíveis.

Dentro dessa acessibilidade, outro ponto positivo se apresenta: em sua tentativa de tornar a leitura atraente e compreensível, o jornal não utilizou recursos apelativos para atrair mais leitores. Pelo menos na cobertura das pesquisas desenvolvidas na Unesp de Botucatu, a informação não foi desvalorizada por nenhum tipo de destaque a aspectos engraçados ou curiosos das pesquisas. A tentativa de popularização dos temas, não descambou para nenhum tipo de "espetacularização" do trabalho dos cientistas.

Porém, é inegável que a ausência de uma editoria é um fator que influi diretamente no principal problema do jornalismo científico praticado pelo “Diário da Serra”: o baixo índice de matérias publicadas sobre as pesquisas desenvolvidas na Unesp. A valorização dos temas de ciência pelo jornal, com a conseqüente criação de uma editoria, forçaria a busca por material nos laboratórios da Universidade e talvez provocasse nos profissionais responsáveis pelo setor uma busca por outros temas e outras vozes.

A análise a que procedemos acima ratificou a prevalência de matérias retratando pesquisas na área da saúde. Em que pese o interesse que o tema sempre irá despertar junto ao público leitor, questões ligadas ao agronegócio ou ao meio-ambiente são muito freqüentes nas pesquisas desenvolvidas nas unidades da Unesp de Botucatu e talvez pudessem figurar com mais intensidade nas páginas do jornal analisado. Assim como a saúde, os temas ligados à questão ambiental têm tudo para despertar amplo interesse junto ao público. Aspectos do agronegócio, por sua vez, também gerariam interesse, embora de um público mais segmentado, em razão da sua importância econômica e da própria vocação agrícola da região.

Da mesma forma, a prevalência de visões exclusivamente positivas sobre os temas tratados poderia ser substituída por uma abordagem mais crítica, com direito à busca por outras vozes, fosse no setor produtivo ou em outras instituições de pesquisa, de forma a enriquecer o conteúdo das matérias. Da maneira em que é feito, o jornalismo científico do “Diário da Serra” oferece retratos satisfatórios, embora pouco freqüentes, das pesquisas desenvolvidas na Unesp, porém, exclui totalmente o debate e a reflexão sobre os temas. Uma vez mais, temos que relembrar os 18 textos que não foram produzidos por repórteres do jornal, mas sim

retiradas de veículos como o Portal Unesp ou a Agência Unesp, e portanto, redigidos por profissionais ligados á instituição.

Temos assim, um jornalismo excessivamente atrelado às fontes, seja em razão da utilização direta de matérias produzidas por veículos ligados à instituição, seja em razão da pouca familiaridade dos repórteres com os temas científicos, situação essa que se agrava à medida que não há uma cobertura específica para os temas de ciência, ou mesmo para os temas que dizem respeito á Unesp. Como dissemos acima, os textos são claros, acessíveis e permitem ao leitor saber do que trata a pesquisa retratada. No entanto, fica clara a reprodução pura e simples do discurso da instituição e dos pesquisadores responsáveis pelo trabalho, de uma maneira distante da que julgaríamos ideal para uma atividade jornalística que, em tese, deveria auxiliar na construção do conhecimento e no reforço da cidadania.

Diante do exposto, o exame das matérias classificadas na categoria “pesquisa” nos sugere que a cobertura da produção científica da Unesp de Botucatu, pelo único jornal diário e principal referência jornalística da cidade, não corresponde à dimensão que as atividades de pesquisa têm no seio da instituição e, da mesma forma, da importância que a instituição tem para a comunidade botucatuense.

CONCLUSÃO

Na conclusão do presente trabalho, retomamos uma questão levantada no início desse texto, por ocasião da exposição do nosso objeto de estudo. Assim como entendemos que o objeto se localizaria na confluência entre os campos de estudo do jornalismo científico e da gestão da informação pública, chegamos a um diagnóstico do problema que aponta para dificuldades e imperfeições nas atuações dos dois pólos responsáveis pela produção da informação científica.

No entanto, entendemos que há ferramentas para amainar e mesmo superar os entraves apontados, a partir do momento que os atores envolvidos nas atividades de divulgação atuarem conjuntamente, observando as diferenças inerentes às atividades de cada um, porém, com a intenção de levar informação de qualidade e em quantidade suficiente para colaborar na construção da alfabetização científica do público. O caminho passa por um estreitamento das relações e uma troca mais intensa de experiências entre os atores responsáveis pela divulgação do conhecimento científico, via mídia. Esse processo compreenderia uma diminuição de preconceitos e uma maior compreensão das atividades jornalísticas pelos cientistas e vice-versa, constituindo-se numa nova visão das relações entre comunicação e ciência.

Pela estrutura modesta, as dificuldades orçamentárias e os problemas de atuação presentes na imprensa das cidades de pequeno porte e verificados no "Diário da Serra", o caminho mais eficiente para uma ampliação da comunicação científica, em termos de qualidade e quantidade, parece estar nas mãos da instituição geradora de ciência que, ao estabelecer políticas sólidas de comunicação social, poderia romper a tradição isolacionista dos seus pesquisadores e consolidar

uma via de contato capaz de gerar bons resultados para si própria, a imprensa local e a comunidade botucatuense.

O ganho seria imenso tanto para a instituição, como para a imprensa local e, fundamentalmente, para a comunidade que abriga a instituição. As velozes mudanças que ocorrem no panorama científico mundial tendem a aproximar e despertar a atenção e a curiosidade do público, que vai utilizar a mídia para buscar informações. Uma instituição geradora de conhecimento científico que pretende valorizar suas realizações, bem como auxiliar a construção da cidadania junto à sociedade que lhe fornece os recursos para funcionar, precisa estar atenta a estratégias de comunicação capazes de acompanhar as mudanças citadas e estimular a reflexão e o contato com os temas científicos na comunidade em que se insere.

A constituição de uma proposta para um incremento no jornalismo científico no órgão analisado, ou seja, dentro da própria comunidade em que a Universidade está implantada, pode auxiliar a firmar a representação da instituição. A imagem de entidade produtora de saber científico, comprometida socialmente, encontra um eficiente meio de difusão através da mídia impressa.

Ao utilizarmos o jornalismo científico como um fator determinante na construção da representação da universidade como pólo de produção científica e, portanto, de conhecimento, estamos adotando a visão predominante que aceita que uma instituição possa ser considerada de excelência em determinada área se produzir pesquisa científica de qualidade e em quantidade significativa.

No entanto, a legitimação da Universidade perante a população local como instituição compromissada com a sociedade pode se dar através de outros indicadores. No caso mais específico do município de Botucatu, certamente existem outros parâmetros aos quais o público se atém com mais atenção do que às pesquisas científicas desenvolvidas nos laboratórios da Universidade. A prestação de serviços pelo Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina, com milhares de pacientes atendidos diariamente, é indubitavelmente o principal fator a consolidar uma representação de compromisso social, de modo muito mais garantido do que a reflexão sobre os avanços do fazer científico que, muitas vezes, também exigem uma discussão sobre seus impasses e dilemas.

Além do Hospital das Clínicas, podemos nos reportar ainda aos serviços oferecidos pelo Hospital Veterinário, bem como aos atendimentos a produtores rurais de toda a região e às empresas do setor agropecuário, algo bastante freqüente nos departamentos da Faculdade de Ciências Agronômicas e da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia.

Outros fatores como o próprio gigantismo da estrutura do campus de Botucatu e de suas fazendas experimentais, a presença de muitas pessoas vindas de outros municípios, às vezes de regiões distantes do país e mesmo de estrangeiros que circulam e freqüentam os espaços públicos da cidade, bem como o próprio status de "universidade pública", também contribuem para a formação junto á comunidade local de uma percepção que, se não é a de que nos laboratórios da Universidade se produz ciência, ou seja, conhecimento, certamente é a de que dentro daqueles muros se realizam coisas importantes, principalmente a formação de pessoas bem qualificadas em certas áreas de atuação.

No entanto, interessa-nos estudar a representação pública da Universidade como produtora de conhecimento, compromissada com a sociedade a partir de uma óptica que toma como ideal uma interface dinâmica, efervescente e frutífera entre o conhecimento científico, considerado a partir da instituição geradora dos avanços científicos e o público. Como público, consideramos aqui aquele que vive e consome informação próximo à instituição, formando a comunidade em que a mesma está instalada. A disseminação da produção da ciência junto a essa audiência, seria o primeiro passo a ser dado por uma instituição consciente de seu papel social fundamental, que cada vez mais inclui a comunicação social como forma de levar o conhecimento para além dos bancos universitários.

De acordo com essa perspectiva, e mesmo por coerência com o discurso que a Universidade exibe, concebemos como uma instituição interessada e compromissada com a sociedade, aquela capaz de compreender que as informações sobre as pesquisas desenvolvidas em seus laboratórios devem percorrer um certo caminho para chegar ao público leigo e não ficar somente restrita às estruturas acadêmicas. A instituição deve proporcionar condições para facilitar esse trânsito. Para tanto, deve conceber uma política generosa de comunicação e manter um aparato que lhe garanta a eficiência; afinal, esforços localizados e experiências isoladas têm cada vez menos eficácia num mundo em que a oferta de informação é colossal.

O objetivo final dessa postura é ajudar a proporcionar condições para que o indivíduo possa tomar parte na vida pública, transcendendo o papel geralmente atribuído à comunicação social numa instituição pública de prestação de contas à

sociedade, para que ela venha a garantir o prosseguimento da sua manutenção. Citemos, uma vez mais, o manual “Imprensa e Pesquisa”:

> (...) o relato para jornalistas não deve ser considerado apenas como prestação de contas aos contribuintes, especialmente quando passa a existir maior conscientização e exigência quanto à destinação dos recursos públicos, mas também como forma de valorizar o que a Unesp faz para a sociedade (Unesp, 1998, p.7).

No entanto, mesmo um excelente trabalho de assessoria e uma comunicação com o público em tempo integral não vão tornar a Universidade uma agente exclusiva do “milagre da alfabetização científica”. Não se trata de considerar a mídia como um agente formador de opinião ou causador de efeitos diretos e imediatos, mas sim como um instrumento capaz de cooperar para uma mudança da estrutura cognitiva do público a longo prazo.

Sabemos que a hipótese do agenda-*setting* propõe a eficácia dos meios de comunicação para a construção da imagem de realidade social estruturada pelo receptor da informação. No entanto, outros fatores também interferem na construção dessa realidade.

> Esse standard inclui o quadro de referência e as necessidades, crenças e expectativas que influenciam aquilo que o destinatário retira de uma situação comunicativa” (Roberts, 1972, 366). Neste quadro, por conseguinte, a formação da agenda do público vem a ser o resultado de algo muito mais complexo do que a mera estruturação de uma ordem do dia de temas e problemas por parte dos *mass media* (WOLF, 1987, p.135)

Porém, enquanto instituição pública, concebida para produzir conhecimentos, ela tem a obrigação de tentar colaborar com esse árduo processo através da oferta do saber que produz ao máximo de público possível. E a mídia seria a melhor ferramenta para isso.

O jornal estudado é uma publicação pequena, com importância e alcance limitado ao município de Botucatu e as cidades mais próximas da região. No

entanto, mesmo com um vulto modesto, o estudo de suas páginas nos fornece alguns dados valiosos sobre o funcionamento da mediação entre o pólo produtor de ciência e o público, operada pela mídia impressa. Aqui cabe resgatar um pouco do que expusemos a título de interpretação dos resultados da pesquisa: a comunicação relativa às pesquisas científicas entre o jornal estudado e a Universidade está muito aquém da desejada para que possamos considerar o leitor habitual do jornal como informado sobre o que se produz em termos de conhecimento científico na instituição que ele se acostumou a ver como símbolo da sua cidade.

Notamos ainda que, mesmo para os profissionais que atuam na redação do jornal analisado, o contato com os pesquisadores não parece ser tão fácil como a proximidade geográfica sugere, afinal, das poucas matérias que tratam das pesquisas científicas desenvolvidas nas unidades da Unesp de Botucatu, uma parcela considerável advém de sites institucionais. Talvez algumas possíveis causas dessa grande procura por matérias na internet se deva à estrutura pequena do "Diário da Serra" ou a uma pouca conscientização, ou até mesmo despreparo de seus profissionais. Conjecturas podem ser feitas. Porém, o que certamente podemos concluir é que uma assessoria de comunicação local, bem articulada e acessível, teria condições plenas de facilitar e tornar muito mais freqüente o contato entre jornalistas e pesquisadores, tornando praticamente desnecessária a busca por notícias das unidades de Botucatu em sites mantidos pela Reitoria da Unesp.

Façamos aqui novamente uma reflexão sobre a importância do jornalismo científico, atentos aos parâmetros desejados pelos estudiosos do assunto: contextualizado, claro, preciso e capaz de gerar reflexão, fugindo à fragmentação e aos recursos sensacionalistas. Um jornalismo que, em última instância, permita o

exame das implicações dos avanços científicos e, dessa forma, estimule a livre circulação de idéias, enriqueça a educação dos leitores e, consequentemente, ajude a consolidar a democracia. Se tomarmos esses parâmetros como imprescindíveis, em razão da inegável importância que a ciência ostenta junto à sociedade, teremos que admitir que as instituições que funcionam como nascedouro do conhecimento científico, seus membros e dirigentes, deveriam ter clareza sobre a necessidade de colaborar para que o valor social da pesquisa fosse compreendido pelos profissionais atuantes em empresas jornalísticas. Dessa forma, a atuação desses profissionais seria facilitada, abrindo um espaço maior e melhor para matérias de cunho científico. Agindo dessa maneira, a instituição estaria consolidando a comunicação com a sociedade como um fator estratégico de sua atuação, ao mesmo tempo em que ampliaria e democratizaria seu papel educacional.

Sem dúvida, que não seria a mera existência de uma assessoria de comunicação local que transformaria toda a relação entre a instituição e a imprensa em algo isento de problemas de qualquer ordem. A atuação de uma assessoria necessitaria de profissionais competentes, estratégias bem definidas e, principalmente, prestígio para poder legitimar-se perante os veículos de mídia, através da sua consolidação como fonte regular e confiável.

> Nos mais de quinze anos de trabalho em assessorias de comunicação, pude constatar que a divulgação jornalística das instituições na mídia não é um processo tão simples e linear como parece à primeira vista. Ao contrário, ele tem caráter intencional e negociado, evidenciando, do início ao fim, o que a instituição considera importante e interessante num acontecimento para que ele ganhe o estatuto de notícia, e também que estratégias utiliza para que esse acontecimento passe a ter existência pública (MONTEIRO, 2002,p.141).

A função da imprensa não é promover indivíduos ou instituições. Sua busca constante deve ser por informação confiável, de qualidade, independente, crítica, contextualizada e apta a permitir ao seu público a compreensão dos mais variados

aspectos da vida social. O sucesso de um produto jornalístico depende muito da credibilidade que consegue conquistar junto ao público, o que pode ser sensivelmente prejudicado por práticas como a parcialidade, a bajulação ou a manipulação grosseira de dados. Portanto, ao tratarmos de uma questão tão importante como a divulgação de conteúdos de ciência para o público, caberia a uma assessoria de comunicação bem aparelhada, na sua função de representante da instituição especializada no contato com a mídia, a missão de fazer ver aos veículos que a divulgação da pesquisa científica transcende os limites do interesse factual e desempenha um papel sociopolítico na sociedade, mesmo que se considere apenas a comunidade onde se situa a instituição produtora de ciência.

> (...) existem várias angulações possíveis para conceituar notícia e, entre elas, as que a vêem não apenas como um "espelho da realidade", mas como uma construção da realidade, na qual o jornalista (produtor da notícia), teoricamente regido pela lógica da objetividade e da imparcialidade predominante no fazer jornalístico, na prática é afetado por inúmeros fatores que o levam a interagir socialmente e a realizar uma série de negociações durante o processo de produção da notícia. Essa visão é mais facilmente percebida quando se analisa a produção da notícia tomando-se a instituição como centro gerador de informações para a mídia (MONTEIRO, 2002, p.144).

O suporte constante de uma assessoria, principalmente no auxílio ao tratamento das notícias científicas, tem condições de permitir que os meios de comunicação, ainda que exclusivamente nas páginas destinadas à ciência, consigam superar os imperativos do mercado e compreender a importância de conjugar os valores da ciência e da educação aos aspectos atrativos da notícia e, dessa forma, desempenhar um papel valioso na construção da realidade.

Associado a todos esses benefícios, poderia também constar um trabalho de preparação dos profissionais da imprensa regional para a cobertura de ciência, levado a efeito pela própria assessoria local, eventualmente estruturado como um projeto de extensão. Num âmbito relativamente pequeno, como o da imprensa de

Botucatu e região mais próxima, um projeto dessa natureza serviria para conscientizar os profissionais que, em grande parte das vezes, não possuem uma formação superior, seja em Comunicação Social, seja em área diversa, sobre a importância e as principais características de uma divulgação científica responsável.

Mais uma vez salientamos que, embora não sejam responsáveis por transformações mágicas e abruptas na sociedade, os meios podem colaborar para alterações na compreensão da importância de determinados temas, notadamente as implicações das descobertas científicas, ainda que a longo prazo, mediante uma exposição freqüente e cotidiana desses assuntos, capaz de ajudar o público a "estruturar a imagem da realidade social, (...) a organizar novos elementos dessa mesma imagem,a formar opiniões e crenças novas" (ROBERTS apud WOLF, 1992, p. 126) que sejam baseadas no exercício da reflexão.

Ao chamar a atenção para aspectos de sua produção científica e transformá-los em assuntos "realmente públicos" através da presença na mídia, a Universidade colabora para uma ordenação da experiência e da realidade social, de forma a atender não apenas seus interesses, mas oferecendo um conhecimento de uso potencial da sociedade.

Considerando as exigências do mercado e os valores que determinam a atuação dos meios de comunicação, podemos admitir que essa certa compreensão por parte das empresas de mídia a respeito do valor do noticiário científico seja algo difícil de alcançar. Ainda assim, uma assessoria de comunicação próxima e atuante poderia utilizar seu aparato para cavar um espaço interessante para a produção científica da Universidade na mídia local, gerando também a satisfação do veículo. A cooperação da Universidade facilitaria e aperfeiçoaria a efetivação das atividades de

investigação, coleta de dados, contextualização crítica e transmissão regular ao público de informações atuais e relevantes, que são a essência da prática jornalística.

Lembremos que, dentre os critérios ou categorias de valores-notícia enumerados por Mauro Wolf (1992), aparecem, em primeiro lugar, os critérios substantivos relativos à importância e ao interesse da notícia e, em segundo, características específicas do produto informativo como sua atualidade ou ruptura com a normalidade. Ou seja, a importância da notícia e seu caráter de novidade determinariam uma posição de destaque, segundo os critérios de valores-notícias identificados pelo pesquisador. Ora, o resultado de uma pesquisa científica, em tese, sempre traz algo de novo, eventualmente descobertas com impactos sociais ou culturais significativos. Se pensarmos especificamente nas áreas de estudos a que estão vinculadas as unidades da Unesp de Botucatu, o interesse social por áreas como Medicina e Biologia ou o interesse econômico nas áreas de Ciências Agrárias e Medicina Veterinária e Zootecnia, teríamos os principais valores-notícia citados por Wolf plenamente atendidos.

A combinação entre a novidade representada por avanços científicos, fatos novos, usos desconhecidos ou melhoria em procedimentos técnicos então estabelecidos e a importância refletida no impacto que tais avanços podem provocar no cotidiano do público, seja social, cultural, econômico ou ambiental, tornam a notícia científica um produto interessante para qualquer veículo. O incremento do noticiário sobre a produção científica da Unesp de Botucatu no “Diário da Serra”, como de resto em toda a imprensa da região, não é algo impossível de ser alcançado. Um material de qualidade sobre aquilo que ocorre nos laboratórios da

Universidade poderia sim gerar interesse por parte dos veículos de comunicação e, num momento posterior, nos leitores, num processo denominado por Mauro Wolf de tematização.

> A tematização é um procedimento informativo que se insere na hipótese do agenda-settig, dela representando uma modalidade particular: tematizar um problema significa, de facto, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo de informação não-tematizada. (WOLF, 1987, p.141)

Segundo Wolf (e Marletti, citado por ele) a chamada informação tematizada encontra seu melhor nicho na imprensa escrita. As páginas dos jornais ou das revistas constituem-se no espaço adequado para a contextualização e o aprofundamento da informação, que permitem que o leitor ultrapasse o simples conhecimento do fato e possa interpretar o contexto e relacionar as implicações dos acontecimentos. Tendo por pressuposto a necessidade de uma alfabetização científica e a capacidade que a divulgação, via mídia, tem de colaborar com esse processo, a tematização (com conseqüente agendamento) seria vista como um fator bastante significativo, capaz de ser desencadeado pelas relações sólidas e constantes entre assessoria e imprensa.

A presença de uma assessoria de comunicação local, certamente, facilitaria o acesso às fontes, apontado por nós, a partir da reflexão de Manuel Calvo Hernando, como outro fator responsável pela baixa incidência de matérias sobre a produção científica da Unesp de Botucatu. No entanto, além das matérias especificamente científicas, o acesso facilitado às fontes teria o condão de facilitar a presença dos pesquisadores da Unesp em matérias sobre fatos diversos. Foram relativamente comuns no “Diário da Serra”, durante o período analisado, as matérias sobre o clima com a participação do especialista em Climatologia e docente da Faculdade de

Ciências Agronômicas, Dinival Martins. Uma vez encontrada essa fonte, o jornal passou a utilizá-la para comentar diversos acontecimentos que foram noticiados sobre o clima na cidade de Botucatu ou no mundo. Certamente, muitos outros pesquisadores da Unesp de Botucatu poderiam contribuir para enriquecer matérias sobre inúmeros temas noticiados, que têm alguma correlação com seus trabalhos de pesquisa, se os jornalistas pudessem consultá-los sem grandes dificuldades, durante a redação da matéria, através do contato rápido e eficaz intermediado por um assessor de imprensa que conhece o câmpus e os trabalhos de pesquisa ali desenvolvidos.

No entanto, o processo não é simples. Se o panorama descrito acima tende a dinamizar e estimular a cobertura científica na imprensa local, o mesmo processo também engendra o risco de um jornalismo excessivamente atrelado às fontes. Na verdade, entendemos que isso já ocorre em certa medida, com a reprodução unilateral da voz da instituição nas páginas do jornal.

No novo cenário, criado a partir da existência de uma ou várias assessorias locais da Unesp, seria necessário um comprometimento da imprensa local com a informação independente, embora fornecida a partir do contato mais próximo com a instituição. Entendemos que esse elemento é de fundamental importância para o estabelecimento da relação entre mídia e instituição, nos termos que tomamos como ideais. E a nós, não parece impossível de ser alcançado.

Cremos que o próprio estreitamento das relações com o pólo de produção científica proporcionará a formação de um jornalista mais habituado a lidar com as informações geradas nos laboratórios e, portanto, mais preparado para observar, discernir, contextualizar, questionar e relatar os feitos científicos que a instituição

pretende divulgar. Imaginamos que os critérios valorativos desse profissional seriam aprimorados a partir desse novo padrão de relacionamento, permanecendo como norte do seu desempenho a atenção ao interesse público.

Seguindo a lição de Manuel Chaparro, observamos que as relações entre instituições e imprensa, sempre se desenvolvem a partir de interfaces conflitantes, tomando o jornalista como vinculado ao interesse público e as instituições movidas por interesses privados.

No entanto, ao menos em tese, como descrito ao longo desse arrazoado final, admitimos que a Universidade, ao proceder a comunicação de suas atividades, o faça atenta a um objetivo maior de colaborar com a formação do cidadão, mesmo o que não faz parte do seu quadro de alunos ou funcionários, vinculada, portanto, ao interesse público. Lembremos que esse é o discurso institucional. Portanto, eventuais conflitos estariam bastante atenuados.

De qualquer forma, cabe aos profissionais de imprensa utilizar o apoio fornecido pela instituição, sem envolvimento a ponto de comprometer a confiabilidade e a independência e, portanto, a qualidade, do jornalismo científico praticado.

> De alguma forma, depende também da confiabilidade do jornalismo o sucesso dos confrontos discursivos que a notícia viabiliza. E, por causa dessa confiabilidade, a sociedade espera, da atuação jornalística, comportamentos e critérios valorativos vinculados às razões do interesse público, para que os conflitos manifestados no espaço e no tempo do jornalismo sirvam ao aperfeiçoamento dos acordos sociais. (CHAPARRO, 2002, p.50)

Está, portanto, mais nas mãos da Universidade e de suas políticas de comunicação do que nas dos meios de comunicação a chave para o incremento do interesse público sobre ciência, embora caiba à imprensa um papel ativo nessa

relação. Em razão de seus compromissos sociais com a comunidade e de sua posição de pólo gerador de conhecimento, a Universidade tem o poder de estimular o estreitamento entre o jornalismo local e a ciência produzida em seus laboratórios. Cremos que, respondendo a esse estímulo, a imprensa saberia reconhecer o que é importante e essencialmente novo no conhecimento científico a ser divulgado, superando eventuais despreparos, tendências para o sensacionalismo, e mesmo a tentação de reproduzir simplesmente o discurso da instituição.

A facilitação do diálogo e a colaboração entre Universidade e imprensa trariam benefícios a ambos, como exposto acima, e aos poucos colaboraria para que os leitores se habituassem a enxergar os aspectos inovadores do fazer científico, bem como os problemas sociais implícitos nessa atividade. Estariam, portanto, imprensa e Universidade cumprindo seu papel social de contribuir para a alfabetização científica, ou seja, ajudando o cidadão comum a pensar de modo crítico e independente e a distinguir os caminhos que deseja percorrer no seu futuro.

6 – REFERÊNCIAS

ALVIM, Paulo César R. Comunicação da Ciência. In: **Comunicação para Ciência. Ciência para Comunicação**. Brasília. Embrapa. 2003. 338 p.

AMARAL, Luiz. Assessoria de Imprensa nos Estados Unidos. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando:** introdução á filosofia. São Paulo: Moderna. 1986. 443 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 1995. 223 p.

BARROS, Henrique Lins. A Cidade e a Ciência. In: **Ciência e Público:** caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. 230 p.

BRANDÃO, Elizabeth; CARVALHO, Bruno. Imagem corporativa: marketing da ilusão. In: DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

BUENO, W da C. **Jornalismo científico no Brasil**: aspectos teóricos e práticos. São Paulo. ECA, USP, 1988. 96 p.

_____. Jornalismo Científico, lobby e poder. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio T. de (ed. téc). **Comunicação para ciência, ciência para comunicação**. 1ª ed. Brasília. Embrapa. 2003. 338 p.

BURKETT, W., **Jornalismo científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia. São Paulo. Forense Universitária. 1990. 229 p.

CALDAS, Graça. Jornalistas e Cientistas: uma relação de parceria. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio T. de (ed. tec.). **Comunicação para ciência, ciência para comunicação**. 1 ª ed. Brasília. Embrapa. 2003. 338 p.

CANDOTTI, Ennio. Ciência na Educação Popular. In: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fátima. **Ciência e Público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. 230 p.

CARNEIRO, Dalira L.C.M. Universidade, Imprensa e Ciência numa mesma trajetória. In: **Portal do Jornalismo Científico**. Disponível em: http://www.jornalismo científico.com.br. Acesso em 26 de abril de 2005.

CASTRO, Roberto C. G. Os números da inovação no país. **Jornal da USP**. p. 3, nº 726, de 30 de maio a 5 de junho de 2005.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

COLLINS, Harry; PINCH Trevor. **O golem**: o que você deveria saber sobre ciência. São Paulo: Unesp. 2000. 255 p.

DESTÁCIO, Mauro Celso. Jornalismo Científico e Divulgação Científica. In: KREINZ, G.; PAVAN, C. (Orgs.) **Ética e Divulgação Científica**: os desafios no novo século. São Paulo: Núcleo José Reis/ECA/USP. 2002. 175 p.

DEU no jornal nacional. **Pesquisa Fapesp**. São Paulo, nº 100, p.48., junho de 2004.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

DUARTE, Jorge; JUNIOR, Wilson C. da Fonseca. Relacionamento fonte/jornalista. In: DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

ENFERMEIRAS estudam técnicas para reduzir úlceras de pressão. **Diário da Serra,** Botucatu, p. A5, 24 de abr. 2005.

EPSTEIN, Isaac. **Divulgação Científica:** 96 verbetes. Campinas:Pontes. 2002. 276 p.

FEITOSA, Vera Cristina. **Redação de Textos Científicos**. Campinas/SP, Papirus, 1991. 155 p.

FOUREZ, Gerard. **A construção das ciências**. São Paulo, Unesp. 1995. 319p.

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?. In: **Ciberlegenda,** número 5, 2001. Disponível em: http://www.uff.br/mestcii/vera1.htm. Acesso em março de 2005.

GOMES, Isaltina M. de A. Mello. Cientistas e Jornalistas: um diálogo possível. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio T. de (Ed. Tec.). **Comunicação para ciência, ciência para comunicação**. Brasília. Embrapa. 2003. 338 p.

GRANGER, G.G. **A ciência e as ciências**. São Paulo. Unesp.1994. 122 p.

HERNANDO, Manuel Calvo. Problemas del periodismo científico em Iberoamerica. In: **Portal do Jornalismo Científico**. Disponível em: http://www.jornalismo científico.com.br. Acesso em 26 de abril de 2005.

KOPPLIN E. e FERRARETTO L.A.,.**Assessoria de imprensa** – teoria e prática. 4ª Ed. Porto Alegre/RS, Sagra Luzzatto, 2001. 149 p. 198 p.

KREINZ, Glória; PAVAN, Crodowaldo. **Idealistas isolados**. São Paulo, NJR/ECA/USP, 2000.

_____;_____ (Orgs.). **Congresso Internacional de Divulgação Científica**. São Paulo, NJR/ECA/USP, 2004. 255 p.

_____;_____ (Orgs.). **Os donos da paisagem**. São Paulo, NJR/ECA/USP, 2000. 240 p.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva. 1975. 260 p.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa**. 2ª Ed. São Paulo. Brasiliense, 1999. (Coleção Primeiros Passos). 91 p.

MARCOLIN, Neldson. Primórdios da Divulgação Científica. **Pesquisa Fapesp**. São Paulo, nº 100, p.10, junho de 2004.

MARTINEZ, Maria R. Estevez. Implantando e administrando uma assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411p.

MING, Lin Chau. Somos só professores? **Jornal da FCA**. Botucatu, nº 27, p.3., setembro/outubro de 2005.

MILHOMEM, Luciano. Relacionamento assessor/ assessorado: entre tapas e beijos. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411 p.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia:** teoria e técnica**.** São Paulo: Atlas.2002. 411 p.

MOREIRA, I. C.; MASSARANI L. "A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 1920", **História, Ciência e Saúde**, vol.7, nº 3, nov 2000/fev 2001, disponível em http://www.scielo.br

_____. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In: _____ **Ciência e Público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. 230p.

OLIVEIRA, Fabíola., **Jornalismo científico**. São Paulo. Contexto. 2002. 89 p.

PARISE, Geórgia Ana. Professora da Unesp participa de pesquisa apresentada na Feicorte 2005. **Diário da Serra**, Botucatu, p. A7, 5 jun. 2005.

PRACONTAL, M. **A impostura científica em dez lições**. São Paulo. Unesp. 2004. 453 p.

REGO. F.G.T do. **Jornalismo empresarial**: teoria e prática. 2ª ed. São Paulo. Summus,1987. 190 p.

REIS, José. Ponto de Vista. In: **Ciência e Público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. 230 p.

SAGAN, Carl. **O mundo assombrado pelos demônios: a ciência vista como uma vela o escuro.** São Paulo. Companhia das Letras. 2002. 442 p.

SANCHEZ MORA, Ana Maria. **A divulgação científica como literatura**. Rio de Janeiro. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003. 115 p.

SCHWARCZ, Lilia Moritz e QUEIROZ, Renato da Silva (Org.). **Raça e Diversidade,** São Paulo:Estação Ciência: Edusp, 1996.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA . **Assessoria de Comunicação e Imprensa:** atribuições. Disponível em <http://www.unesp.br/aci/atribui.php> Acesso em 26 out. 2005.

_____. **Pesquisa & imprensa**: orientações para um bom relacionamento. Universidade Estadual Paulista: São Paulo. 1998. 32 p.

_____. **Imprensa & pesquisa**: orientações para um bom relacionamento com os jornalistas. Universidade Estadual Paulista: São Paulo. 2003. 32 p.

VANOYE, Francis. **Usos da Linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 346 p.

VOGT, Carlos; POLINO, Carmelo (orgs.). **Percepção pública da ciência**: resultados da pesquisa na Argentina, Brasil, Espanha e Uruguai. Campinas, São Paulo. Unicamp/Fapesp. 2003. 187 p.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença. 1987. 249 p.

ZIMAN, J. **A força do conhecimento**. Belo Horizonte/ São Paulo. Itatiaia/Edusp.1981. 380 p.