



## **TCC também é notícia: estudo de caso da Agência Experimental de Divulgação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)<sup>1</sup>**

**Arquimedes Pessoni<sup>2</sup>**

Universidade Municipal de São Caetano do Sul (SP)

### **Resumo**

O trabalho apresenta a experiência de implantação da Agência Experimental de Divulgação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), com foco na popularização do conhecimento científico produzido pelos professores e alunos do curso de Comunicação Social tendo como fontes os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) e artigos publicados nas revistas científicas da instituição. A pesquisa mostra o resultado da divulgação desses trabalhos no noticiário regional/nacional, democratizando o conhecimento produzido dentro do espaço universitário e garantindo visibilidade, com apoio da mídia, das notícias de cunho acadêmico junto ao público externo. O recorte temporal da pesquisa está limitado aos meses de março/abril/ de 2009, primeiro bimestre de funcionamento da Agência Experimental de Divulgação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

### **Palavras-chave**

Universidade Municipal de São Caetano do Sul; USCS; divulgação científica; jornalismo científico.

### **Introdução**

**U**ma das tarefas que cabe ao pesquisador na área científica é a de mostrar o resultado de sua pesquisa, seja ele positivo ou não. No ambiente acadêmico, muito se produz em termos de conhecimento, mas pouco se sabe do que é feito em razão da falta de preparo ou interesse dos pesquisadores em relação à divulgação científica de seus trabalhos. A universidade, em geral *locus* onde se manifesta essa relação conflituosa, assume nesse contexto, um papel estratégico não só por pautar, mas também para propor alternativas que permitam

---

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

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social e professor da USCS-SP, e-mail: [pessoni@uscs.edu.br](mailto:pessoni@uscs.edu.br)



superar o desafio da difusão, sobretudo da divulgação científica, acionando e/ou sugerindo tecnologias sociais (FRANÇA & SARDINHA, 2008).

No Brasil as modalidades de informação científica estão classificadas em quatro grandes grupos:

- a) **difusão científica** – refere-se a todo e qualquer recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas
- b) **disseminação científica** – transferência de informações científicas e tecnológicas, transcritas em códigos especializados, a um público seletivo, formado por especialistas.
- c) **divulgação científica** – utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação de informações científicas e tecnológicas ao público em geral.
- d) **jornalismo científico** – processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) a coletividade (públicos/receptores) através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) de natureza científica e tecnológica em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos). (BUENO, 1984).

ANANDAKRISHNAN (1985, *apud* SARITA, 1996) acredita que o papel da divulgação científica vem evoluindo ao longo do tempo, acompanhando o próprio desenvolvimento da ciência e tecnologia. Pode estar orientada para diferentes objetivos, tais como:

- **Educacional**, ou seja, a ampliação do conhecimento e da compreensão do público leigo a respeito do processo científico e sua lógica. Neste caso, trata-se de transmitir informação científica tanto com um caráter prático, com o objetivo de esclarecer os indivíduos sobre o desvendamento e a solução de problemas relacionados a fenômenos já cientificamente estudados, quanto com um caráter cultural, visando a estimular-lhes a curiosidade científica enquanto atributo humano. Nesse caso, divulgação científica pode-se confundir com educação científica.

- **Cívico**, isto é, o desenvolvimento de uma opinião pública informada sobre os impactos do desenvolvimento científico e tecnológico sobre a sociedade, particularmente em áreas críticas do processo de tomada de decisões. Trata-se, portanto, de transmitir informação científica voltada para a ampliação da consciência do cidadão a respeito de questões sociais, econômicas e ambientais associadas ao desenvolvimento científico e tecnológico.



- **Mobilização popular**, quer dizer, ampliação da possibilidade e da qualidade de participação da sociedade na formulação de políticas públicas e na escolha de opções tecnológicas (por exemplo, no debate relativo às alternativas energéticas). Trata-se de transmitir informação científica que instrumentalize os atores a intervir melhor no processo decisório. Esse conjunto de conceitos e definições, enfatizando ora aspectos educacionais, ora culturais, políticos e ideológicos, proporciona uma idéia das amplas possibilidades das atividades de divulgação científica. Dependendo da ênfase em cada um desses aspectos e objetivos, variam também os públicos-alvos dessas atividades, sejam estudantes, populações letradas e iletradas, agentes formuladores de políticas públicas e até os próprios cientistas e tecnólogos.

HOHLFELDT (2001, p.13) afirma que a ciência não consegue subsistir sem a influência da comunicação, portanto, sem o ato da informação, a pesquisa perde sua utilidade final, distraíndo-se do proposto em seu alvo na produção do conhecimento a ser desvendado ao público pela pesquisa científica.

Um caminho apontado para a democratização da ciência seria o investimento por parte dos produtores de conteúdo científico nas atividades ligadas ao jornalismo científico, definido por BUENO (1984) como processo social baseado em uma freqüente e oportuna relação entre organizações formais (estabelecimentos/redes de editores) e comunidades (público/espectadores) que tem lugar através da mídia (jornais/revistas/rádio/TV/cinema) e que circula informação atualizada sobre a natureza científica e tecnológica, de acordo com variados graus de interesse e expectativa (universos culturais e ideológicos).

LIMA (1992) acredita que, embora seja difícil, a curto e médio prazo, vencer barreiras como o analfabetismo, a falta de hábito de leitura e a incapacidade para a assimilação de determinados contextos, a ciência da comunicação tenta trabalhar com técnicas de imagens, textos e linguagens capazes de atingir os vários públicos desejados, traduzindo em linguagem simples, objetiva e acessível, os diferentes códigos científicos.

MAIA & GOMES (2006) corroboram com essa idéia argumentando que os jornalistas cumprem a função de intermediar, ser um elo entre a ciência e a sociedade. Para as autoras, a meta do jornalista científico deve ser fornecer informações contextualizadas capazes de esclarecer conceitos, teorias, idéias e noções que não estejam claras para o público e que tenham grande importância para a sociedade. Além de fazer relacionar de forma crítica os vários fatores que circundam a ciência, o



jornalista científico é a ponte entre a comunidade científica e a sociedade. É um papel perigoso e acarreta grandes responsabilidades, mas que deve ser feito.

### **Modelo USCS de divulgação científica**

A trajetória da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (SP) tem início no dia 1º de agosto de 1968, data que marca o início das aulas regulares na então Faculdade Municipal de Ciências Econômicas, Políticas e Sociais. Em 1970, já ocupando o hoje tradicional *campus* da av. Goiás, a entidade passa a se chamar Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul (Imes). Em 2000, atinge o status de Centro Universitário, ainda vinculado ao Instituto Municipal de Ensino Superior. Em 2004, a infra-estrutura da instituição passa a contar com mais um prédio, localizado no centro da cidade, e que abriga os cursos das áreas de Direito, Saúde, Pedagogia, Comunicação Social, entre outros e Pós-Graduação. O mesmo ano marca a ascensão do então Centro Universitário à condição de Universidade. Três anos depois, em 2007, por força de lei, deixa de existir o Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul, razão de ser da sigla IMES, consolidando, em sua autonomia plena, a Universidade Municipal de São Caetano do Sul, que, em junho de 2008, apresenta sua nova sigla: USCS.

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), assim como as demais instituições de ensino superior do País, segue o padrão definido pelo Ministério da Educação em que os alunos do último ano dos diversos cursos de Comunicação Social freqüentam a disciplina de Projetos Experimentais. Introduzida nacionalmente em 1978 no currículo mínimo do curso de Jornalismo<sup>3</sup>, a referida disciplina foi instituída para ampliar tanto o exercício da prática jornalística como, também, a reflexão crítica na área (CARVALHO, 2002, p.131). O produto final dos projetos experimentais é popularmente conhecido como TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), que são apresentados de forma pública no final do último ano letivo. Na origem dessa determinação está a Resolução do CFE 002/84 que conceitua, além de arrolar o período e o local de realização dos TCCs:

*Os Projetos Experimentais compreenderão a produção, no último semestre do curso, de trabalho relacionado com a habilitação específica, em forma de monografia, fita gravada de som e imagem ou de som, filme cinematográfico sonoro, publicação impressa,*

---

<sup>3</sup> Resolução do Conselho Federal de Educação (CFE) num. 003, de 12 de abril de 1978.



*campanha publicitária, plano de editoração, ou planejamento de programas de Relações Públicas – sempre realizados nos laboratórios da própria escola (Ministério da Educação, 1984, p.16 apud CARVALHO, 2002, p.131)*

Além do conhecimento produzido em forma de TCC, a USCS incentiva também as atividades de iniciação científica, em que alunos, devidamente orientados por professores pesquisadores, dão o primeiro passo na área de pesquisa, cujo resultado se traduz em artigos científicos.

Entendendo o TCC e os artigos científicos como frutos de pesquisa, com ingredientes metodológicos seguidos mediante a orientação do corpo docente, a direção da instituição decidiu que os resultados deveriam ser popularizados não só junto ao público interno da universidade, bem como à comunidade, fazendo com que o trabalho científico ganhasse visibilidade, assim como seus autores e a USCS que fomentaram essas pesquisas. Trata-se de pôr em prática a divulgação científica, por meio do jornalismo científico, preenchendo a lacuna entre o produtor do conhecimento e os interessados no saber produzido.

Trabalhando com um ativo de 176 TCCs dos cursos de Comunicação Social defendidos até 2008 e mais um grande número de *papers* de professores e alunos da USCS publicados nas revistas científicas *Comunicação & Inovação* e *Cadernos de Pesquisa*, em março de 2009 teve início o funcionamento da Agência Experimental de Divulgação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).

Inicialmente, a agência deu atenção especial ao material científico oriundo do curso de Comunicação Social e, depois, em caso de sucesso, poderá ser ampliado para outros cursos da universidade. Dessa forma, a direção do curso de Comunicação Social realocou carga horária semanal para um professor-pesquisador fizesse o levantamento de todo material produzido, identificasse aqueles que teriam relevância e interesse de acordo com critérios de noticiabilidade junto à mídia externa. Segundo Mário Erbolato (1984, p.55), critérios de noticiabilidade são as razões pelas quais determinado fato ganha status de notícia. Em seu livro, o autor relaciona 24 critérios de noticiabilidade.

Após a seleção dos produtos científicos que teriam apelo jornalístico, foi dado início ao processo de decodificação da linguagem científico-acadêmica para textos em formato de *press-release* com perfil mais leigo, acessível aos jornalistas de redação. Antes de distribuir o primeiro texto, foi criado um blog (<http://uscsciencia.blogspot.com>) para abrigar provisoriamente a produção da agência experimental, um endereço eletrônico específico para a agência



(divulgacaoocientifica@uscs.edu.br) e um *press-release* de apresentação da iniciativa juntamente à mídia regional (Anexo 1).

A iniciativa de investir em jornalismo científico para a disseminação do saber produzido dentro da universidade ganha elogios de PENA (2006, p. 205) ao afirmar que:

*(...) um jornalismo científico eficiente começa na própria universidade com a criação de uma imprensa própria, articulada com a lógica interna da academia e com as rotinas produtivas dos veículos, unindo-os, e não os separando. É preciso entender o funcionamento de ambas (imprensa e universidade) e encontrar pontos em comum, além de viabilizar o funcionamento de jornais, rádios e TVs universitárias. Ou seja, entender a lógica dos meios e comunicação de massa, mas, ao mesmo tempo, valorizar a lógica de produção científica, a partir da criação de veículos próprios.*

Após o lançamento do *press-release* em mailing regional e nacional, tendo como base os veículos de comunicação cadastrados pelo portal Maxpress, a notícia foi abrigada tanto no blog quanto no portal Comunique-se, garantindo visibilidade para o público externo. No âmbito interno, os professores foram informados sobre a iniciativa por correio eletrônico e a agência também virou pauta de programas de mídia impressa e eletrônica produzidas no *campus* universitário.

O formato adotado de agência de notícias científicas com base virtual deu agilidade às informações e garantiu destaque junto aos motores de busca da Internet. No que tange à agência de notícias, SILVA Jr. (2004) reforça a tese da dinâmica oferecida por esse tipo de produtor de conteúdo on line:

*A situação das agências em termos de antecipação da lógica da circulação de notícia em rede e, sobretudo, pela capacidade de estabelecer escalas de fluxo informativo em alto volume e precisão no direcionamento. Nessa perspectiva podemos indicar quatro pontos. Primeiro, pelas agências se constituírem como desenvolvedoras de modelos de rede de comunicação; segundo, por criarem fluxos suficientemente volumosos e estáveis, que permitiram a sustentação do modelo de rede de notícias; terceiro, por rapidamente se adaptarem aos desenvolvimentos postos, criando alternativas que potencializaram as suas atividades; quarto, por perceber nisto possibilidades de implementação de serviços de natureza diferenciada e integrada à essência de operação da rede: velocidade, onipresença e descentralização operativa. A agência é a rede! (SILVA JR, 2004,p.12)*

Também enquanto espaço experimental, no tocante à produção de conteúdos, a agência de notícias on line, de acordo com SILVA Jr (2004, p.12), permite diferenciar-se do padrão estabelecido pela organização das editorias nos veículos impressos.



Embora seja inevitável a transversalidade dos diferentes suportes, conforme comentado anteriormente, a dinâmica das agências de notícias possibilita voltar a produção de conteúdos para grupos temáticos, abordando assuntos habitualmente esquecidos ou recusados pela mídia tradicional, e relevantes para o dimensionamento de uma pauta mais vinculada com a realidade social. Em suma, possibilita o refinamento do recorte noticioso.

A redação dos textos se dá semanalmente. Nesse período, um dos trabalhos é escolhido como tema, o texto produzido jornalisticamente obedecendo o interesse da instituição, antes de sua divulgação, é submetido à coordenação do curso de Comunicação Social e obtida a autorização de publicação dos respectivos autores.

**Aferição de resultados** – Na área de comunicação, para medir o trabalho de assessores de comunicação junto à mídia, uma das ferramentas de mensuração é o *clipping*, que representa a etapa final de um esforço de comunicação, geralmente empreendido pelo assessor e mediado pelos veículos de mídia, tendo em vista divulgar fatos, informações, produtos etc. BUENO (2002, p.389) define o *clipping* como “*recorte ou gravação de uma unidade informativa (nota em coluna, editorial, notícia, reportagem, artigo de um colaborador, etc) que consolida o processo de interação da empresa ou entidade com determinado veículo de comunicação*”.

Para identificar a aceitação do material produzido pela agência junto aos veículos de comunicação, elencamos abaixo o título dos *press-releases* confeccionados no período de março a maio/2009 e os espaços obtidos pela clipagem digital, levantados de acordo com o critério da amostragem por acessibilidade proposta por GIL (1994, p.91), destituída de qualquer rigor estatístico.

*“O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão”.*

**Data:** 03/03/2009

**Release:** USCS inaugura agência experimental de notícias científicas

Espaços de publicação (clipping eletrônico):



[http://www.abcdmaior.com.br/noticia\\_exibir.php?noticia=12133](http://www.abcdmaior.com.br/noticia_exibir.php?noticia=12133)



## CliqueABC

<http://www.cliqueabc.com.br/index.php/Sao-Caetano/noticias-sao-caetano-agencia-de-divulgacao-cientifica.html>



[http://www.comunique-se.com.br/conteudo/materia\\_prima/ver\\_materia\\_prima.asp?menu=MP&id\\_tipo=1&pg=1&id\\_area=21&id\\_post=124837&id\\_post\\_key=&caller=/conteudo/materia\\_prima/busca\\_result.asp](http://www.comunique-se.com.br/conteudo/materia_prima/ver_materia_prima.asp?menu=MP&id_tipo=1&pg=1&id_area=21&id_post=124837&id_post_key=&caller=/conteudo/materia_prima/busca_result.asp)

Portal Universia

[http://www.universia.com.br/noticia/materia\\_dentrodocampus.jsp?not=47977](http://www.universia.com.br/noticia/materia_dentrodocampus.jsp?not=47977)

Blog Vida Universitária

<http://www.vidauniversitaria.com.br/blog/?p=20909>

Eptic Saúde

[http://www2.eptic.com.br/eptic\\_saude/interna.php?c=187&ct=1025&o=1](http://www2.eptic.com.br/eptic_saude/interna.php?c=187&ct=1025&o=1)

**Data:** 10/03/2009

**Release:** *Pesquisa aborda violência contra a mulher nas páginas dos jornais de São Paulo*

Espaços de publicação (clipping eletrônico):



<http://minhanoticia.ig.com.br/editoria/Comportamento/2009/05/01/pesquisa+aborda+violencia+contra+a+mulher+nas+paginas+dos+jornais+de+sao+paulo+5860939.html>

Wonzio

[http://www.wonzio.com/pulse/1237016\\_folha-de-s-paulo](http://www.wonzio.com/pulse/1237016_folha-de-s-paulo)

## CliqueABC

[http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2664:noticias-comtexto-pesquisa-sobre-violencia-contra-a-mulher&catid=105:comtexto&Itemid=130](http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2664:noticias-comtexto-pesquisa-sobre-violencia-contra-a-mulher&catid=105:comtexto&Itemid=130)



<http://www.sintoniasp.com/index.php?acao=cidadania&id=290>

*Entrevista no programa Joaquim Alessi, na TV Mais, em 13/4*

**Data:** 17/03/2009

**Release:** *Documentário mostra pessoas que preferem animais a seres humanos*



Espaços de publicação (clipping eletrônico):



[http://www.brasilmedicina.com.br/noticias/pgnoticias\\_det.asp?Codigo=1804](http://www.brasilmedicina.com.br/noticias/pgnoticias_det.asp?Codigo=1804)



[http://minhanoticia.ig.com.br/editoria/Ciencia\\_e\\_Saude/2009/05/01/documentario+most+ra+peessoas+que+preferem+animais+a+seres+humanos+5860937.html](http://minhanoticia.ig.com.br/editoria/Ciencia_e_Saude/2009/05/01/documentario+most+ra+peessoas+que+preferem+animais+a+seres+humanos+5860937.html)

**Wonzio**

[http://www.wonzio.com/pulse/1237113\\_editora-abril](http://www.wonzio.com/pulse/1237113_editora-abril)

**Data:** 07/04/2009

**Release:** *Compulsão é tema de pesquisa na USCS*

Espaços de publicação (clipping eletrônico):



<http://www.vencendoaompulsao.caixadepandora.com.br/?p=191>

**CliqueABC**

[http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3170:noticias-sao-caetano-pesquisa-universitaria-aborda-a-compulsao&catid=53:sao-caetano&Itemid=65](http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3170:noticias-sao-caetano-pesquisa-universitaria-aborda-a-compulsao&catid=53:sao-caetano&Itemid=65)



[http://comuniquese.com.br/conteudo/materia\\_prima/ver\\_materia\\_prima.asp?menu=MP&pg=1&id\\_post=127144&caller=/conteudo/materia\\_prima/list\\_materia\\_prima\\_usuario.asp](http://comuniquese.com.br/conteudo/materia_prima/ver_materia_prima.asp?menu=MP&pg=1&id_post=127144&caller=/conteudo/materia_prima/list_materia_prima_usuario.asp)



[http://minhanoticia.ig.com.br/editoria/Ciencia\\_e\\_Saude/2009/05/01/viciados+em+comp+ra+sexo+internet+e+comida+sao+ouvidos+por+jornalistas+5860938.html](http://minhanoticia.ig.com.br/editoria/Ciencia_e_Saude/2009/05/01/viciados+em+comp+ra+sexo+internet+e+comida+sao+ouvidos+por+jornalistas+5860938.html)



[http://www.saudelazer.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=6383&Itemid=49](http://www.saudelazer.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6383&Itemid=49)

**Data:** 15/04/2009

**Release:** *Documentário aborda consumo excessivo de álcool entre jovens*



Espaços de publicação (clipping eletrônico):



[http://comunique-se.com.br/conteudo/materia\\_prima/ver\\_materia\\_prima.asp?menu=MP&id\\_tipo=1&pg=1&id\\_post=127286&id\\_pessoa=55351&list=da\\_assessoria&caller=/conteudo/materia\\_prima/list\\_materia\\_prima.asp](http://comunique-se.com.br/conteudo/materia_prima/ver_materia_prima.asp?menu=MP&id_tipo=1&pg=1&id_post=127286&id_pessoa=55351&list=da_assessoria&caller=/conteudo/materia_prima/list_materia_prima.asp)

**CliqueABC**

[http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3249:colunas-panorama-politico-2204&catid=48:panorama-politico-on-line&Itemid=106](http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3249:colunas-panorama-politico-2204&catid=48:panorama-politico-on-line&Itemid=106)

Eptic saúde

[http://www2.eptic.com.br/eptic\\_saude/interna.php?c=187&ct=1034&o=1](http://www2.eptic.com.br/eptic_saude/interna.php?c=187&ct=1034&o=1)

**InfoClipping**  
CLIPPING DIGITAL

[http://www.infoclipping.com.br/cisa/2009\\_4/16/artigo20.htm](http://www.infoclipping.com.br/cisa/2009_4/16/artigo20.htm)



<http://www.cibersaude.com.br/texto4.asp>

**MdeMulher**

[mdemulher.abril.uol.com.br/dieta/blogs.shtml](http://mdemulher.abril.uol.com.br/dieta/blogs.shtml)

**Wonzio**

[www.wonzio.com/pulse/176287\\_adriana](http://www.wonzio.com/pulse/176287_adriana)

**Data:** 22/04/2009

**Release:** *Pesquisa mapeia responsabilidade social organizacional no ABC paulista*

Espaços de publicação (clipping eletrônico):



[http://comunique-se.com.br/conteudo/materia\\_prima/ver\\_materia\\_prima.asp?menu=MP&id\\_tipo=1&pg=1&id\\_post=128280&id\\_pessoa=55351&list=da\\_assessoria&caller=/conteudo/materia\\_prima/list\\_materia\\_prima.asp](http://comunique-se.com.br/conteudo/materia_prima/ver_materia_prima.asp?menu=MP&id_tipo=1&pg=1&id_post=128280&id_pessoa=55351&list=da_assessoria&caller=/conteudo/materia_prima/list_materia_prima.asp)

**CliqueABC**

[http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3519:colunas-panorama-politico-0305-&catid=48:panorama-politico-on-line&Itemid=106](http://www.cliqueabc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3519:colunas-panorama-politico-0305-&catid=48:panorama-politico-on-line&Itemid=106)



<http://minhanoicia.ig.com.br/editoria/Economia/2009/04/30/pesquisa+mapeia+responsabilidade+social+organizacional+no+abc+paulista+5818944.html>

**Wonzio**

[www.wonzio.com/pulse/32603\\_miranda](http://www.wonzio.com/pulse/32603_miranda)

**Data:** 29/04/2009

**Release:** *Documentário da USCS mostra o outro lado dos presídios*

Espaços de publicação (clipping eletrônico):



[minhanoicia.ig.com.br/editoria/Comportamento/.../documentario+mostra+o+outro+lado+dos+presidios+5963908.html](http://minhanoicia.ig.com.br/editoria/Comportamento/.../documentario+mostra+o+outro+lado+dos+presidios+5963908.html)

**Wonzio**

[www.wonzio.com/pulse/318026\\_celso](http://www.wonzio.com/pulse/318026_celso)



[http://www.comunique-se.com.br/conteudo/materia\\_prima/ver\\_materia\\_prima.asp?menu=MP&pg=1&id\\_post=128852&caller=/conteudo/materia\\_prima/list\\_materia\\_prima\\_usuario.asp](http://www.comunique-se.com.br/conteudo/materia_prima/ver_materia_prima.asp?menu=MP&pg=1&id_post=128852&caller=/conteudo/materia_prima/list_materia_prima_usuario.asp)

É importante salientar que todos os espaços de publicação obtidos não envolveram o trabalho da assessoria de comunicação da universidade. Tampouco foi utilizada a ferramenta de *follow-up*, aquela em que o assessor entra em contato com o jornalista oferecendo/solicitando a publicação do release. Trata-se, dessa forma, de publicação espontânea a partir do recebimento do *press-release*.

### **Considerações finais**

A experiência da criação da Agência Experimental de Divulgação Científica da Universidade Municipal de São Caetano do Sul mostra que com algumas medidas proativas as instituições de ensino podem obter espaço na mídia, de forma não-paga, para atividades de cunho científico. A iniciativa aponta para espaços carentes de notícia nos veículos de comunicação que podem ser preenchidos com notícias em linguagem adequada sobre assuntos científicos que possam interessar a um grande número de pessoas.



A ação é importante para as instituições de ensino e pesquisa que garantem nos veículos de comunicação importantes aliados para sedimentar suas marcas, mostrando a importância de investir em ciência. Como o conteúdo da agência é focado em TCCs e artigos científicos já publicados, não há custo para a instituição, apenas a mão-de-obra do profissional que promove a divulgação científica.

Num segundo momento, o trabalho de divulgação científica das agências universitárias pode englobar, inclusive, a capacitação de alunos para essa tarefa, dando caráter didático ao trabalho de popularização da ciência, capacitando os discentes para um mercado de trabalho carente desse tipo de profissional.

Um investimento maior em agências de divulgação científica poderá garantir mais visibilidade ao conhecimento produzido nas diversas instituições de ensino e pesquisa e qualificar ainda mais os espaços de publicação de notícias com perfil científico nos veículos de comunicação que atualmente não o fazem, seja por falta de profissionais qualificados, seja por não receberem material adequado e confiável para a publicação. Sendo a universidade a produtora de material jornalístico e abastecendo a mídia com o produto em forma de press-releases e sugestões de pauta, essas ações dão mais tranquilidade aos pauteiros que sabem da origem da informação que, por estar ligada às instituições confiáveis, qualifica mais ainda o material jornalístico publicado.

Como conclusão deste artigo, lembramos as palavras de TARGINO (2001, p. 17-32) que também defende a presença de alguém qualificado para trocar em miúdos o que é discutido nos espaços das universidades:

*Em termos concretos, trata-se da adoção dos pesquisadores, incluindo comunicólogos, no sentido de que repasse ao grande público ou ao público-alvo os resultados de suas investigações, tanto em termos de instituições, como de pessoas. (...) Os pesquisadores/acadêmicos carecem de rever a sistemática organizacional dos seus eventos técnicos e científicos, a fim de que estes retornem a sua função primordial de recurso valioso na divulgação de resultados das pesquisas em desenvolvimento ou concluídas. (...) O que fica mais evidente em tudo isto é que a divulgação dos resultados não pode abrir mão da popularização dos conhecimentos recém-adquiridos, com vistas a alcançar o grande público, a fim de que este acate novas idéias, adote novas posturas, instale novas instituições, premie novos cientistas. (...) Esse estágio extrapola os contatos informais ou a produção de papers, para incorporar jornalistas, editores e outros intermediários que se interpõem como mediador/facilitador entre pesquisador e população. (...) Os pesquisadores/acadêmicos, enquanto agentes sociais, devem investir na aproximação entre sua produção e a população, através dos meios de comunicação. Estes, como primeira instância de*



*produção de discursos e saberes da sociedade hodierna, podem ser aliados do cientista, permitindo transformações individuais e sociais, mediante o aprofundamento de questões de interesse das camadas populacionais.*

## Referências bibliográficas

ALBAGLI, Sarita (1996) Divulgação científica: informação para a cidadania?. In **Ciência da Informação**, 25(3) pages 396-404, Ibict - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Disponível em: <http://dici.ibict.br/archive/00000175/>. Acesso em: 19/05/2009.

BUENO, W.C. Medindo o retorno do trabalho de assessoria de imprensa. In: DUARTE, J. (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2002. p.389-401.

BUENO, W.C. **Jornalismo científico no Brasil**: compromissos de uma prática dependente. (Tese de doutorado apresentada à Escola de Comunicações e Artes da USP). São Paulo, 1984.

CARVALHO, S.V.C.B. Projetos experimentais em Jornalismo: a experiência do UniFiam. In: **Idade Mídia**. Revista da Faculdade de Comunicação Social/Fiam-Faam, Centro Universitário – Vol. 1, n.1 (1 semestre 2002). São Paulo: Fiam-Famm Centro Universitário 2002. p.131-142

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição do jornal diário. São Paulo, Vozes, 1984. 213 p.

FRANÇA, G.M. & SARDINHA, A.C. **Núcleo de Jornalismo Científico**: Implantação de programa para a popularização da Ciência. Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social** . 1994, 4ª ed. São Paulo, Atlas.

HOHLFELDT, L. **Teorias da comunicação**: Conceitos, escolas e tendências; (organizadores) Antônio Hohlfeldt; Luiz C. Martino; Vera Veiga França. Petrópolis, RJ: Vozes 2001.

LIMA, M.R.D.V.de. **Ciência Hoje nas bancas**. 1992, 272 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo

MAIA, K.B.F. & GOMES, A.C.A. **Para pensar o fazer e a pesquisa em divulgação científica e jornalismo científico**. Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA JR, José Afonso. **O transnacional e o local no jornalismo na web**: problematizando as relações entre as agências de notícias e os portais locais. Disponível em: [www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004\\_silvajr\\_transnacional\\_local.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_silvajr_transnacional_local.pdf). Acesso em 01/06/2009.

TARGINO, Maria das Graças. Comunicação científica na sociedade tecnológica – periódicos eletrônicos em discussão. Revista Comunicação e Sociedade, Vol.3 (1-2), 2001, 93-112 IN: **As ciências da comunicação no espaço lusófono** –2 – Instituto de Ciências Sociais. Universidade do Minho.p.79-112, 2001



## Anexo 1



### USCS terá agência experimental de notícias científicas

A USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul - começou nesta semana a estruturação da Agência Experimental de Divulgação Científica. A proposta é levar ao público leigo, por meio de mídia espontânea, o resultado da produção acadêmica dos alunos e professores da instituição que, em 2008, completou 40 anos. A primeira etapa do projeto terá como objeto de divulgação os trabalhos de conclusão de curso (TCC) e publicações acadêmicas dos docentes e discentes do curso de Comunicação Social, atualmente oferecido nas habilitações de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Rádio e TV. Num segundo momento, as pesquisas dos professores e alunos dos demais cursos de graduação da USCS - Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Ciência da Computação, Sistemas de Informação, Gestão Ambiental, Gestão de Recursos Humanos, Gestão em Processos Gerenciais (Peq. e Méd. Empresas), Logística, Marketing (de Varejo), Redes de Computadores, Sistemas para Internet (Web Design), Direito, Educação Física, Nutrição, Farmácia, Enfermagem, Fisioterapia, Licenciatura, Educação Física e Pedagogia - também poderão ser transformadas em notícias para a imprensa regional e especializada.

De acordo com Ana Claudia Marques Govatto, diretora de área de Comunicação Social da USCS, a iniciativa de levar ao público externo o resultado prático da pesquisa dos alunos e professores da instituição deve impactar positivamente a pauta dos principais meios de comunicação. “A produção acadêmica, tanto no que se refere aos produtos quanto à pesquisa, podem contribuir para a sociedade de maneira significativa porque transferem conhecimento em todos os sentidos”, explica Govatto.

Periodicamente serão distribuídos para a imprensa sugestões de pauta sobre as pesquisas finalizadas e em andamento na USCS que serão abrigadas para consulta posterior no portal da instituição. A redação das notícias da Agência Experimental de Divulgação Científica está a cargo do jornalista e professor do curso de Jornalismo da USCS Arquimedes Personi.

O curso de Comunicação Social da USCS, criado em 1996, já formou mais de mil publicitários, jornalistas e profissionais de rádio e TV, garantindo, em média, 85% de empregabilidade aos seus alunos. O campus I da USCS (av. Goiás, 3.400 - São Caetano do Sul), onde está sediada a Agência Experimental de Divulgação Científica, abriga atualmente cerca de 3,8 mil estudantes, 203 professores, 104 funcionários administrativos num espaço acadêmico de 23.000 m<sup>2</sup>. O local oferece 70 salas de aula climatizadas, laboratórios,



auditórios, biblioteca, mini-auditório, Agência Experimental de Publicidade (Ag!) e Jornalismo (AJO), ginásio poliesportivo, praça de alimentação, entre outros.

Mais informações à imprensa:

Agência USCS de Divulgação Científica

Texto: Arquimedes Pessoni - Mtb 18781

[divulgacaocientifica@uscs.edu.br](mailto:divulgacaocientifica@uscs.edu.br) - tel. (11) 9820-5151

17/03/2009