

## **Por uma comunicação pública da Ciência e Tecnologia: bases propositivas para uma agência de notícias das Instituições Federais de Ensino Superior<sup>1</sup>**

Rodrigo BOTELHO-FRANCISCO<sup>2</sup>

Carlos ROCHA<sup>3</sup>

Fernando Pedro Pahl Campos LOPES<sup>4</sup>

Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, SP

Universidade Federal do Paraná, Paraná, PR

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

**Resumo:** Com o objetivo de contribuir para o debate sobre divulgação científica, este artigo apresenta três trabalhos voltados para proposição de criação de uma agência de notícias de CT&I para as instituições federais de Ensino Superior. Além de uma análise do ambiente de Comunicação das IFES, descreve a experiência de duas agências de notícias internacionais e questões sobre redes, *softwares* e experiências tecnológicas, para, então, apresentar apontamentos para implantação da proposta, que têm como oportunidade a formação de uma rede baseada na capilaridade das universidades federais, distribuídas em todo território nacional, e a experiência que suas assessorias e cursos de Comunicação já têm com a produção noticiosa.

**Palavras-chave:** Ciência e Tecnologia; Agência de Notícias; Comunicação Pública.

### **Introdução**

A Comunicação no contexto da Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) tem ganhado, na atualidade, destaque especial pelas agências de fomento e pelos governos. A divulgação científica, neste sentido, tem sido utilizado como discurso para justificar os investimentos de recursos públicos na Ciência, assim como um argumento importante para os processos de democratização do conhecimento. Na era da Sociedade em Rede (CASTELLS, 1999), as facilidades trazidas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) para a disseminação de informações apresenta uma dinâmica potencializada de trocas e acesso ao saber que impulsiona a prática da Comunicação da Ciência não só entre pares como também com um público mais amplo.

Visando contribuir com este debate, este artigo apresenta três trabalhos voltados para proposição de uma agência de notícias de CT&I para as instituições federais de Ensino Superior (IFES), com objetivo de facilitar as relações entre universidades e Imprensa e ao

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP; Especialista em Computação e em Gestão Pública pela UFSCar; e Jornalista formado na Unesp. É Assessor de Comunicação na UFSCar, pesquisador da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais e integrante do Comitê Gestor RedeIFES/Andifes-RNP. Beneficiário de auxílio financeiro do IPEA – Brasil. [rodrigo@ufscar.br](mailto:rodrigo@ufscar.br)

<sup>3</sup> Professor de Telejornalismo e Cinema da UFPR e diretor geral da UFPR-TV. É integrante do Comitê Gestor RedeIFES/Andifes-RNP. [rocha@ufpr.br](mailto:rocha@ufpr.br)

<sup>4</sup> Especialista em Divulgação da Ciência, da Tecnologia e da Saúde pela Casa de Oswaldo Cruz da Fundação Oswaldo Cruz. É Assessor de Comunicação da Casa da Ciência da UFRJ. [fernandopedrolopes@yahoo.com.br](mailto:fernandopedrolopes@yahoo.com.br)

mesmo tempo oferecer um espaço de comunicação científica para um público mais amplo. Tratam-se de duas pesquisas com estudos e subsídios para criação da referida agência, uma desenvolvida na Fundação Oswaldo Cruz e outra na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), além de uma experiência prototípica da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

A criação de uma agência de notícias para as IFES pode colaborar para a divulgação da produção científica do sistema federal de Ensino Superior, composto por 63 universidades, quatro faculdades e 38 Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFET) – sendo dois Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs). A ideia surgiu no IV Encontro de Assessores de Comunicação da Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes)<sup>5</sup>, no qual foi criado um Grupo de Trabalho (GT) para proposição de bases para criação de uma Agência de Notícias que articulasse a produção de todas as assessorias no âmbito da Associação, conforme descrevem Lopes, Pezzo e Botelho-Francisco (2009).

Até o momento não avançou-se numa apresentação formal das ideias para a Andifes. No entanto, as iniciativas referenciadas neste trabalho seguiram discutindo o assunto. Em linhas gerais, elas abordam o histórico desta proposição e discutem o tema a partir de experiências de relevantes agências de notícias, a norte-americana *EurekAlert!* e a europeia *AlphaGalileo*; além de experimentações tecnológicas, como a que envolve o Sistema de Apoio à Comunicação Integrada (Saci), *software* que integra a RedeIFES, um conceito ligado à ideia da formação de redes e colaboratividade, projeto da Andifes que articula a integração de soluções para gestão da comunicação das IFES.

### **Gestão Pública da Comunicação**

Ao buscar um aporte que dialogue com a proposta da criação da agência de notícias das IFES, encontra-se o conceito de Comunicação Pública (CP), definido por Novelli (2006, p. 85), como “o processo de comunicação que ocorre entre as instituições públicas e a sociedade e que tem por objetivo promover a troca ou o compartilhamento das informações de interesse público”. Brandão (2006), por sua vez, apresenta a CP como “um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania”. Para a autora, apresenta-se como uma “nova utopia que busca resgatar o sentido verdadeiramente social da Comunicação, perdido por imposição de um fazer profissional totalmente voltado para o atendimento das necessidades do mercado empresarial, político, ideológico ou personalista” (BRANDÃO,

---

<sup>5</sup> O evento ocorreu em Brasília, na sede da Andifes, nos dias 14 e 15 de agosto de 2008.

2006, p. 12). A Comunicação Científica, inclusive, é uma das áreas de conhecimento e atividade profissional identificadas no trabalho de Brandão.

Duarte (2007) apresenta quatro eixos centrais da CP, indicados como pré-requisitos para a ação dos agentes e instituições que lidam com a comunicação de interesse público. Seriam eles: transparência, acesso, interação e ouvidoria social. Requisitos estes que parecem somar-se ao que Silva (2004, p. 67) defende ao tratar a gestão pública e a transformação social no Brasil. Segundo este autor, “o novo modelo de gestão do Estado depende de uma administração pública democrática e flexível, onde as decisões são descentralizadas numa dinâmica participativa”. Ele defende o espaço público como o ambiente onde “os conflitos se manifestam e o *locus* de construção da base de legitimidade de todo governo democrático” (SILVA, 2004, p. 69).

Esta visão de gestão pública corrobora a defesa da Comunicação Pública, uma vez que relaciona elementos que dizem respeito à autonomia, participação, democracia e descentralização, todos identificando a existência de um espaço público no qual ocorre um importante processo de interação social. É neste espaço que se concatena a opinião pública.

### **Análise do ambiente de comunicação das IFES**

Este trabalho identificou, no âmbito das IFES, 10 agências de notícias, parte delas de cunho laboratorial e experimental, relacionadas aos cursos de Comunicação. Assim, pode-se afirmar que eles são importantes na proposição e manutenção das agências. Entre as universidades federais que possuem agência, apenas uma, a Unifei, não possui curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo. Segundo o MEC existem 638 cursos de Comunicação Social, 367 deles com habilitação em Jornalismo<sup>6</sup>. Destes, 53 são gratuitos, 40 deles em universidades federais.

A temática das agências de notícias tem sido abordada ao longo dos anos em trabalhos como o de Marques (2005), que a apresenta ligada ao próprio desenvolvimento tecnológico, à consolidação do capitalismo e à busca de novos negócios; e de Silva, Proença e Martins (2011), que apresentam referências sobre a criação da Agência Universitária de Notícias (AUN), fundada em 1967 na Universidade de São Paulo (USP).

A AUN também é estudada por Santos (2007), que, além desta, estuda as propostas das agências Unaberta, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e a Unama, da Universidade da Amazônia, em Belém, PA, todas, segundo a autora, com características e o objetivo comum de divulgar material segmentado, cumprir o papel social das instituições e promover a prática noticiosa nos cursos de Jornalismo. Maciel e Sabattini

---

<sup>6</sup> Dados do e-MEC de 2 de fevereiro de 2012. Disponível em <http://emec.mec.gov.br/>

(2005), por sua vez, defendem uma proposição pedagógico/acadêmica para as agências e afirmam que a agência “pode ser utilizada para o ensino do jornalismo e, especificamente, do jornalismo digital, ao apresentar um conjunto de tarefas e rotinas situadas junto à prática real de uma agência de notícias (...)”. Em contraponto, Barros e Stipp (2011) defendem uma proposta de agência ligada às assessorias de comunicação e como uma “alternativa comunicacional interessante para instituições de ensino superior que ofereçam a graduação em Comunicação Social”. No trabalho de Santos, Nascimento e Santiago (2011), por outro lado, encontramos uma perspectiva das agências sobre a temática da Ciência, Educação e Tecnologia. Caso similar aparece nos trabalhos de Dantas (2011) e Lima (2009), que discutem, respectivamente, a comunicação organizacional aplicada ao projeto da Agência Fotec, uma iniciativa criada para cobertura fotográfica e jornalística da Semana de Ciência, Tecnologia e Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e os produtos e veículos da Assessoria de Comunicação e as iniciativas em divulgação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo (Fapesp).

Visando ampliar este quadro e identificar parte do ambiente de proposição da agência de notícias das IFES, Botelho-Francisco (2012) procedeu a análise dos portais das IFES, visto que é na Internet que estará pautada a disseminação de notícias da agência. Na pesquisa, foram coletados e codificados dados de 59 portais, uma amostragem dos títulos em destaque em cada um dos portais, nove áreas reservadas para Imprensa e dez experiências de Agências de Notícias das IFES identificadas nas coletas anteriores.

Na análise dos dados resultantes da pesquisa, Botelho-Francisco (2012) adotou a Análise de Conteúdo (AC), baseado em Bardin (2006), visando demonstrar como tem sido a prática das IFES em relação à divulgação de suas notícias. Dentre os resultados, delimitaram-se as características técnicas dos portais das instituições, com destaque para não ter sido possível identificar uma plataforma tecnológica comum e para características técnicas da apresentação do conteúdo, como um foco central na disponibilização de notícias nas páginas iniciais, a utilização de fotos e ilustrações na maioria dos casos e *links* para *sites* das Assessorias de Comunicação e redes sociais, a principal delas o Twitter.

Outro destaque do trabalho foi a caracterização das notícias destes portais e dos conteúdos disponibilizados nas áreas reservadas para Imprensa<sup>7</sup> por temas e abrangência geográfica, resultando na categorização da maior parte delas como processos seletivos (vestibular, concursos, seleção para pós-graduação etc.) e administração das IFES (inaugurações, atos do Reitor e outras atividades de gestão). Pesquisa e extensão não foram

---

<sup>7</sup> Na AC das áreas reservadas para Imprensa foram considerados somente nove portais, já que o recurso foi identificado apenas neste universo, o que, considerado o total de IFES avaliadas, corresponde a 15%. São elas: UFLA, UFPR, UFMS, UNIR, UFPA, UTFPR, UFCSPA, UFRB e UFES

destaque na maioria dos casos. Já em termos geográficos de abrangência, as notícias voltadas para o ambiente interno e externo se apresentaram de forma equilibrada.

Na análise das agências de notícias, Botelho-Francisco (2012) analisou dez sites, com propostas de agências de notícias institucionais e laboratoriais/experimentais, conforme pode ser verificado no Quadro 1.

| Instituição | Endereço   | Característica            |
|-------------|--|---------------------------|
| UFF         | <a href="http://www.uff.br/uffon/agencia/agenciauff.php">www.uff.br/uffon/agencia/agenciauff.php</a>             | Institucional             |
| UFPE        | <a href="http://www.ufpe.br/agencia">www.ufpe.br/agencia</a>   | Institucional             |
| UFRB        | <a href="http://www.ufrb.edu.br/agencia">www.ufrb.edu.br/agencia</a>   | Institucional             |
| UnB         | <a href="http://www.unb.br/noticias">www.unb.br/noticias</a>   | Institucional             |
| UnB         | <a href="http://www.unbciencia.unb.br">www.unbciencia.unb.br</a>   | Institucional             |
| Unifei      | <a href="http://www.unifei.edu.br/agencia">www.unifei.edu.br/agencia</a>   | Institucional             |
| UFBA        | <a href="http://www.cienciaecultura.ufba.br/agenciadenoticias">www.cienciaecultura.ufba.br/agenciadenoticias</a> | Laboratorial/Experimental |
| UFG         | <a href="http://www.facomb.blogspot.com">www.facomb.blogspot.com</a>   | Laboratorial/Experimental |
| UFMG        | <a href="http://www.fafich.ufmg.br/tubo/producao/agencia">www.fafich.ufmg.br/tubo/producao/agencia</a>           | Laboratorial/Experimental |
| UFSM        | <a href="http://decom.cesnors.ufsm.br/dahora">http://decom.cesnors.ufsm.br/dahora</a>                            | Laboratorial/Experimental |

**Quadro 1 – Instituições, características e sites das agências das IFES**

Como pode ser visto no quadro, seis agências podem ser consideradas institucionais, enquanto quatro são mantidas por departamentos e cursos acadêmicos da área de Comunicação e possuem uma motivação pedagógica, experimental e laboratorial. Dentre o que foi identificado na pesquisa, ressalta-se o predomínio da base textual como principal forma de apresentação do conteúdo e a organização das notícias por editoriais, algumas utilizando terminologias próximas ao que é proposto nas áreas e subáreas do Conhecimento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), outras utilizando expressões próprias. Além disso, verificou-se que a maior parte das agências pesquisadas não possuem mecanismos voltados para assinantes, tampouco a sinalização de termo jurídico ou comentário sobre direitos autorais para uso das notícias

Diferente do que ocorreu na análise das notícias dos Portais das IFES, verificou-se uma predominância maior de pesquisa e extensão na classificação do conteúdo, mesmo esta temática não tendo alcançado mais do que 50%. Em termos de cobertura geográfica, concorrem quase em igualdade o apelo externo nacional e o apelo interno.

### **A experiência das agências internacionais**

No intuito de compreender o estado da arte da prática da difusão de notícias de CT&I e visando contribuir com uma proposta de agência para as IFES brasileiras, Lopes (2010) investigou o papel que desempenham os grandes serviços de notícias internacionais, em particular o *EurekAlert!* e o *AlphaGalileo*, na geração de pautas e produção de informações sobre Ciência e Tecnologia no Brasil. Os subsídios levantados pelo autor

aparecem ao longo de entrevistas, análise dos *sites* e opinião de jornalistas que participaram de Enquete On Line, identificando características e avaliando qualidades dos serviços em questão.

***EurekAlert!*** - Serviço de notícias internacionais criado em 1996 e operado pela *American Association for the Advancement of Science (AAAS)*<sup>8</sup>. Por seu intermédio, as universidades, centros médicos, revistas, agências governamentais, empresas e outras organizações envolvidas na investigação científica podem apresentar informações para a mídia. Também oferece suas notícias e seus recursos para o público e disponibiliza informações que praticamente abrangem todas as áreas da Ciência, da Saúde e da Tecnologia. No Portal do serviço nota-se 14 grandes áreas de concentração de assuntos: Agricultura, Arqueologia, Ciências Atmosféricas, Biologia, Negócios e Economia, Química e Física, Ciências da Terra, Educação, Matemática, Medicina e Saúde, Política e Ética, Comportamento e Ciências Políticas e Sociais; Astronomia, Tecnologia e Engenharia.

Uma das categorias de usuários definidas pelo *EurekAlert!* é a dos *public information officers (PIOs)*, que neste trabalho estão intitulados genericamente de colaboradores, geralmente Assessores de Imprensa, Relações Públicas e agentes institucionais de comunicação que utilizam o *EurekAlert!*. Eles são chave na alimentação de informações disponíveis no *site*. Entre os serviços oferecidos aos PIOs destaca-se:

- postagem de comunicados à Imprensa para mais de 75 países;
- exposição deste material a mais de 6.600 jornalistas;
- inclusão no e-mail de alertas diários aos jornalistas;
- listagem de até 100 especialistas da organização em um banco de dados;
- possibilidade de postar imagens em uma Galeria Multimídia;
- destaques para informações sobre reuniões, conferências de Imprensa e eventos definidos pelo colaborador no Calendário de Eventos;
- acesso a uma área segura para a publicação de informações confidenciais exclusivamente para jornalistas, como notícias sobre os relatórios programados embargados em revistas e jornais;
- notificação via alertas por e-mail quando os pesquisadores da organização forem publicar em revistas como *Science*, *Proceedings of the National Academy of Sciences* e *Cell Press*;
- arquivamento automático de todos os comunicados de Imprensa;
- relatórios com o número de visualizações de cada recebimento por jornalistas das notícias liberadas à divulgação;
- *links* para a página da sua instituição de origem e publicações dedicadas à pesquisa;
- acesso ao Diretório de Revistas, que inclui políticas de embargo, a publicação de calendários e principais contatos para mais de 200 revistas científicas.

***AlphaGalileo*** - Serviço de notícias fundado em 1998 pelo *UK's Particle Physics and Astronomy Research Council*<sup>9</sup>. Passou, em 2003, a ser gerenciado pela Fundação *AlphaGalileo*, organismo independente e sem fins lucrativos. É mantido, em diversos

<sup>8</sup> Em português, Associação Americana para o Progresso da Ciência.

<sup>9</sup> Em Português, Conselho Britânico de Pesquisa em Física de Partículas e Astronomia.

momentos, pela Comissão Europeia e os governos da França, da Alemanha e do Reino Unido, com o apoio de organismos de promoção de pesquisas científicas da Bélgica, da Finlândia, Alemanha, Grécia, Irlanda, Países Baixos, Polônia, Portugal, Espanha, Suécia, Suíça e Reino Unido. Há também recursos arrecadados com subscrições de colaboradores e verbas de patrocínio e publicidade. Em seu *site* reúnem-se e distribuem-se informações nas áreas de Ciência, Medicina e Saúde, Tecnologia, Artes, Humanidades, Ciências Sociais e Empresariais. De acordo o site, estas informações são difundidas a mais de 7.500 jornalistas credenciados de 85 países.

À semelhança do *EurekAlert!*, no *AlphaGalileo* também são definidas categorias de usuários dentre as quais constam os colaboradores e jornalistas. A natureza do que pode ser publicado também é semelhante e segue normas de postagem que definem o que é ou não aceitável, havendo moderação prévia do publicável<sup>10</sup>.

Em sua pesquisa, com a caracterização dos serviços prestados por estes dois *sites*, Lopes (2010) ressalta que eles atuam, essencialmente como serviços de notícias e não como agências de notícias, sob o ponto-de-vista estrito do termo, pois não apuram e redigem jornalisticamente as informações que disponibilizam. São um repositório que favorecem a geração de pautas e/ou apoiam a produção de notícias por jornalistas.

Ao fazer uma análise destes serviços, Lopes (2010) também verificou que os jornalistas, ao se inscreverem em qualquer um dos dois serviços, além de aceitar um conjunto de regras que derivam da Política Editorial, não estão “adquirindo” um passaporte de acesso automático às publicações associadas ao *site*. No *EurekAlert!*, para acesso e leitura de artigos sob embargo de revistas como a *Science*, por exemplo, é necessário nova inscrição. Essa área com informações embarcadas, no entanto, parece ser o principal centro das atenções do *site*, assim como confirmado por entrevistados da pesquisa de Lopes (2010). Verificou-se que nenhum deles frequentava com atenção a primeira página de acesso do público em geral dos *sites*, preferindo a área reservada a *Embarged News*.

Pelo que foi abordado nas entrevistas de Lopes (2010), esta procura junto aos *sites* de forma mais orientada, com uma pauta já definida, tem sido proveitosa. No *site* é possível, por exemplo, ler comunicados de Imprensa de diversas universidades que atuaram em uma mesma pesquisa e até comentários mais extensos feitos por especialistas. Por se tratarem, a maioria, de matérias sob embargo, essa procura é feita na lista que reúne as *Embarged News*, no *EurekAlert!* ou na área de trabalho exclusiva para jornalistas - *Journalists Only* - do *AlphaGalileo*. Nestas áreas é possível ter acesso a detalhes sobre as fontes das pesquisas, telefone, e-mail e contatos com assessores de Imprensa das

---

<sup>10</sup> A política de postagem pode ser conferida em <http://www.alphagalileo.org/Pages.aspx?Page=Posting-policy>

instituições. Além disso, o jornalista também pode receber, por e-mail, notícias postadas no *site* segundo uma prévia seleção de assuntos e tipos de conteúdo.

Embora os *sites* não disponham de uma equipe de jornalistas dedicados a “reescrever” possíveis “deslizes” de redação do que foi postado, o que seria inexecutável pelo volume do material, eles são categóricos em suas linhas editoriais e se asseguram o direito de moderar todo o material que será postado, podendo interditá-lo em determinados casos.

### **Redes, softwares e experiências tecnológicas**

A experiência mais prática na trajetória da proposição da Agência de Notícias das IFES é o protótipo criado pela UFPR, uma vez que ele já experimenta mecanismos de atualização da agência, um através do Saci e outro, de forma manual, diretamente no *site* da agência. De 2/3/2010 a 15/4/2013, o acervo do protótipo conta com 310 notícias cadastradas por cinco instituições, UFF, UFG, UFPB, UFPR e UFSCar. Elas estão distribuídas entre as seguintes editoriais: Artes; Ciências Agrárias e da Terra; Ciências Exatas (Física, Química e Matemática); Ciências Humanas e Sociais; Educação; Engenharias; Eventos; Linguística e Letras; Meio Ambiente; Opinião; Saúde; Tecnologia; Teses e Dissertações; e Vestibular.

É também da UFPR a proposição da RedeIFES, que configura-se como um importante conceito de atuação em rede das IFES. A ideia, que surgiu inicialmente como um *software* de busca e permuta de programas para rádio e TV, avançou para, numa parceria com a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), desenvolver e aprimorar o ITVU<sup>11</sup>, sistema que é uma otimização das soluções técnicas da equipe da UFPR e da RNP e atualmente é utilizado por várias das emissoras das IFES.

No âmbito da proposta de agência deste trabalho, é possível compreender a RedeIFES como o conceito de rede que agrega a divulgação de informações sobre CT&I de todas as assessorias que atuam em conjunto na Andifes. Também é possível compreendê-la como a integração que já vem sendo sugerida entre diferentes plataformas como a ITVU e o Saci.

Como pôde ser notado nos relatos do GT da Andifes, no trabalho de Lopes (2010) e na descrição da experiência do protótipo da UFPR, há uma proposta de que a Agência de Notícias de CT&I das IFES seja criada a partir do aprimoramento da utilização do Saci, *software* desenvolvido na UFSCar em 2004 e colocado em uso nesta instituição a partir de 2007. Atualmente, além da universidade onde foi criado, o Sistema também é utilizado na

---

<sup>11</sup> A sigla representa a expressão Intercâmbio de TV Universitária. Neste sentido, também existe o ITVP, *software* similar, porém, voltado para Intercâmbio de TV Pública.

UFPR, UFMG, UFRN e nas universidades federais do Mato Grosso (UFMT), Ouro Preto (UFOP) e Rondônia (UNIR).

O Saci foi proposto, desenvolvido e aprimorado como *software* livre, com uma licença do tipo GNU GPL 3. Seus autores, estudantes da UFSCar, cederam os direitos autorais à Universidade que, por sua vez, registrou o *software* no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O investimento financeiro no desenvolvimento do Saci até hoje proveio da própria UFSCar e da RNP, em iniciativa no âmbito do projeto RedeIFES@Ipê, que também prevê o aprimoramento da RedeIFES e do ITVU.

O desenvolvimento do Saci, assim como seu histórico, já foi fruto de outros trabalhos acadêmicos. Botelho Francisco (2011), por exemplo, aborda a proposição do Sistema a partir do ponto de vista do processo de inovação e gestão do conhecimento e das propostas de desenvolvimento de *softwares* livres, formação de rede e compartilhamento de soluções e conteúdo. Em outro trabalho, ao aprimorar as ideias para uso do Saci na agência de notícias, Botelho-Francisco (2012) identifica como se daria o fluxo de informações numa possível implementação da agência de forma integrada ao Saci. Nesta perspectiva, desenhou-se um fluxograma em que pode ser visualizado todo o trajeto da notícia, desde sua sugestão a partir da comunidade das universidades, até sua disponibilidade tanto para consumo no ambiente interno das IFES, como num ambiente mais abrangente, por meio dos sistemas de difusão da agência.

Na Figura 1 pode ser identificado o fluxo da produção da notícia dentro do Saci, passando pelos processos de sugestão de pauta, redação, edição, revisão e, finalmente, publicação, tanto em sistemas locais (*mailing* da Assessoria e Portal da IFES), como na agência, que pode ser identificada na área destacada em cinza. Neste espaço também nota-se um link com o número 2, indicando que naquele sentido há outro fluxo de informações, que pode ser conferido na Figura 2.

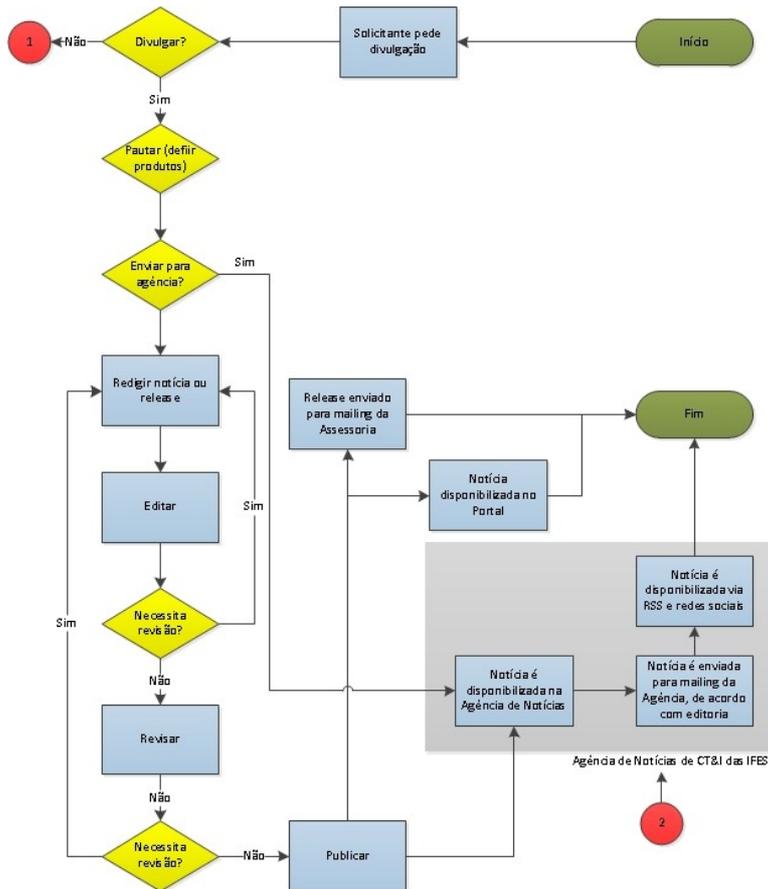


Figura 1: Fluxograma da produção da notícia até a publicação na agência

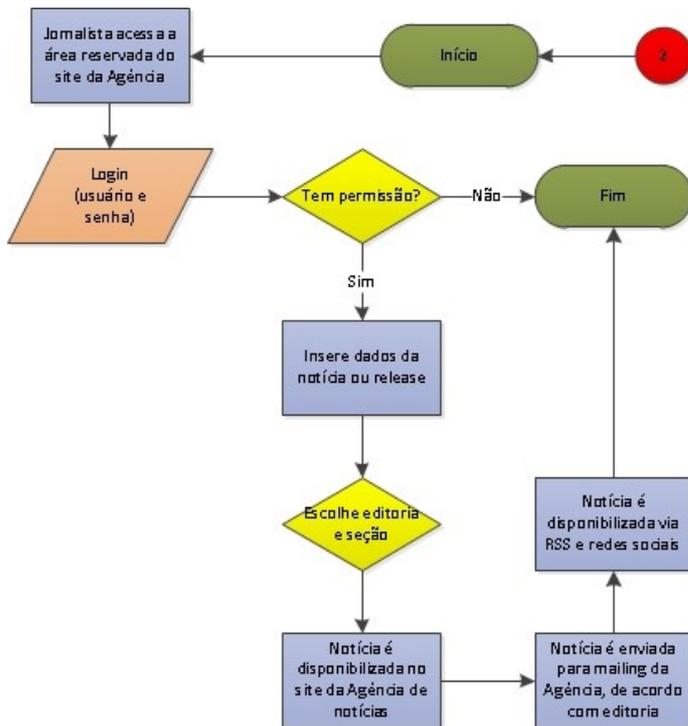


Figura 2: Fluxograma do processo alternativo de

A Figura 2 demonstra que há duas alternativas para atualização das notícias no âmbito da agência, uma por meio do Saci, como descrito na Figura 1, e outra como pode ser visto neste novo diagrama. Elas destacam procedimentos simples e objetivos para que um jornalista de uma IFES participante do projeto acesse o site da agência e insira a informação diretamente ou utilize um caminho alternativo, fazendo com que o Saci não seja um sistema obrigatório para a existência da agência e seja garantida a liberdade e autonomia de cada instituição parceira na definição de sua base tecnológica de produção midiática.

Além do Saci, a formação da agência de notícias também encontra oportunidades no aprimoramento de soluções e aplicativos das próprias IFES numa perspectiva convergente. Ao discutir este cenário na perspectiva de uma nova matriz tecnológica, Rocha, Estrada e Vidal (2011) discutem as novas TIC, convergência de mídias e um novo modelo de comunicação e de radiodifusão a partir do projeto da RedeIFES e de seu conjunto de soluções, entre elas o apoio à produção e inserção de pauta e produção de matérias (Saci); a plataforma de permuta de conteúdo audiovisual (ITVU); um modelo *webcasting* como janela para exibição de multiprogramação, que mescla o conceito de televisão “simultaneidade” com o conceito de Internet “instantaneidade, *on-demand* e interatividade” (UniVerTV<sup>12</sup>); e um sistema de busca integrado nos diferentes bancos de dados de texto, rádio e televisão (SInBA<sup>13</sup>). Neste sentido, este artigo assinala a RedeIFES e suas soluções como uma oportunidade ímpar para formação da agência das IFES.

### **Apontamentos para implantação da agência de notícias**

A partir das informações levantadas pelas pesquisas e pela experiência dos atores envolvidos, ousa-se, neste trabalho, delinear algumas que poderão ser as linhas mestras de concepção para agência de CT&I das IFES. A ideia central é disponibilizar para os jornalistas, em um mesmo lugar na Internet, informações sobre a produção científica e tecnológica realizada nos principais centros de pesquisa.

Ocorre que a montagem de uma estrutura em rede que favoreça a reunião destas informações não é nada simples. Parte-se do pressuposto de que os Assessores de Imprensa que trabalham nas IFES já realizam, de forma isolada, a produção de comunicados de Imprensa endereçados via *mailings* à Imprensa local e/ou regional. Parte deste material é voltada à divulgação das linhas de pesquisa e resultados obtidos pelas atividades

---

<sup>12</sup> Desenvolvida pelo Laboratório de Realidade Virtual (Lab3D) do Programa de Engenharia de Sistemas e Computação da COPPE-UFRJ.

<sup>13</sup> SInBA é a sigla para Sistema Inteligente de Busca Avançada. Trata-se de projeto de pesquisa aplicada em desenvolvimento na UFPR. A ideia, como descrevem seus autores, é criar uma interface que permitirá buscas por informações, de fontes seguras (universidades), em diferentes plataformas midiáticas (matérias jornalísticas, trabalhos acadêmicos, releases, programas de rádio e televisão).

acadêmicas das instituições acadêmicas. Esta produção seria, prioritariamente, a matéria-prima a ser reunida e distribuída pela futura Agência. Sabe-se que as consultas sobre temas e especialistas vinculados às universidades públicas, por exemplo, implica, na maioria das vezes, em falar com as assessorias de cada uma delas, fragmentariamente, por telefone, ou por acesso a contatos via mecanismos de busca na web. Apoiar esta estrutura de rede nas IFES possibilitará à Agência dispor de uma grande capilaridade nacional, dada a presença em todos os estados da federação de unidades de ensino e pesquisa públicas, assegurando, via a articulação dos assessores, uma proximidade maior com os próprios pesquisadores e a descentralização das notícias muito focadas em regiões específicas do País.

A segunda linha mestra é ter claro quem é o seu público. Sugere-se: jornalistas e mídia brasileira, buscando atingir também a esfera latino-americana e internacional; entidades científicas e tecnológicas, universidades, faculdades, centros tecnológicos, centros e museus de Ciências, fundações e centros de pesquisa, órgãos governamentais; público em geral. A terceira linha que pode caracterizar o projeto é a sua autonomia. Há um risco de fazer da agência um instrumento de veiculação de notícias a serviço de algum órgão específico de governo, dependente e subserviente a algum ministério, limitado por algum Conselho Editorial que discrimine as notícias de CT&I que podem ou não ser veiculadas. Entretanto, a autonomia para exercer uma linha editorial pode servir para que se evite uma apropriação indevida do trabalho da agência em prol de manifestações “chapa-branca” e uma prerrogativa do exercício de liberdade de Imprensa, em especial nas atividades de divulgação da Ciência visando a popularização junto ao público.

A capilaridade pode ser a força da nova agência. Imagina-se que não seria preciso um corpo de profissionais jornalistas que se locomovam para apurar reportagens. Seria preciso de uma equipe enxuta de profissionais para gerenciarem suas operações editoriais e desenvolverem estratégias de comunicação que a tornem conhecida no país e fora dele.

É evidente que uma das formas de assegurar credibilidade às informações veiculadas, será o credenciamento dos assessores de comunicação com direito a postá-las, procurando utilizar critérios já eficazmente praticados pelos sites mencionados.

Outra contribuição possível de resgatar das pesquisas realizadas é que a futura agência pode ter uma postura proativa em relação à difusão das informações que dispõe. A semelhança do *EurekAlertExpress*, pode ser criado um boletim/e-mail, que enderece aos jornalistas cadastrados as principais e recentes notícias postadas na agência. Este informe também poderia ser personalizado e atender a seleção de assuntos do jornalista.

Destaque-se que a proposta de constituição desta agência notícias de CT&I brasileira não nascerá, a princípio, associada a uma revista de divulgação científica nacional

de renome e não tem previsto algum tipo de política de embargo de notícias que derivem de *papers*. Entretanto, pelo que foi observado nas entrevistas realizadas por Lopes (2010), isto não retira a atratividade dos serviços de notícias prestados pela Agência que se pretende criar. Propõe-se, a semelhança do que foi constatado no *EurekaAlert!*, organizar as informações recebidas pela Agência por editorias, região geográfica e instituição, o que facilitará a distribuição personalizada das informações para os assinantes e a busca e localização das mesmas. Além disso, o destaque e a distribuição das informações inseridas nos sistemas da Agência podem ser controlados por meio de ferramentas e tecnologias capazes de processar um conjunto de parâmetros pautados na personalização, diversidade geográfica, diversidade de área de conhecimento, atualidade e período de postagem, abrangência editorial (local, regional, nacional) e editorias, dentre outros.

### **Considerações finais**

Os estudos e experiências apresentadas neste artigo apresentam um ambiente bastante favorável para criação de uma nova agência de notícias voltada para a divulgação da CT&I brasileira. Tal proposta, mesmo que ainda não seja formal, encontra respaldo em soluções tecnológicas que já veem sendo experimentadas pelas próprias IFES, a exemplo do que foi descrito nos trabalhos de Botelho-Francisco (2011, 2012) e Rocha, Estrada e Vidal (2011). Neste sentido, os *softwares* Saci e SinBa apresentam-se como soluções interessantes para viabilização da proposta.

A AC realizada no trabalho de Botelho-Francisco (2012) também se apresenta como um ensaio do desafio que será a integração da produção das IFES de todo o país num só espaço. Apesar de apresentar uma diversidade de plataformas tecnológicas e diferentes configurações em seus portais, ficou claro que a comunicação das universidades na Internet está pautada na disseminação de informações no formato de notícia, privilegiando uma lógica jornalística que, de antemão, é um sinal importante para implantação da agência.

Complementando estas ideias, o trabalho de Lopes (2010), apresenta detalhadas descrições do funcionamento de duas importantes agências internacionais de divulgação da Ciência e Tecnologia que servem, também, de parâmetro para pensar a proposta brasileira. Estes documentos, assim como os relatórios referenciados no trabalho (LOPES, PEZZO e BOTELHO-FRANCISCO, 2009), configuram-se como uma documentação em consolidação frente à proposta da agência, discutindo desafios, problemas e oportunidades.

Por fim, cabe afirmar que é aparente a recorrência do discurso de que há uma grande lacuna no fornecimento de informações sobre o que se produz nos principais centros de pesquisa do país e de que os jornalistas da área de CT&I estão bastante interessados em

dispor de uma agência que centralize e distribua estas informações. As Assessorias de Imprensa das universidades, auxiliadas pelos cursos de Comunicação Social, podem ter um papel decisivo no processo de construção coletiva da futura agência. Elas são intermediárias com acesso privilegiado a uma produção científica espalhada por todo o país, e que representa uma grande porcentagem de tudo o que se pesquisa no Brasil. A interação, via internet, das assessorias de Imprensa deste sistema universitário, centralizando informações de CT&I em um *site* promotor de serviços de notícias, permitirá um salto de qualidade na cobertura jornalística sobre Ciência, colaborando para a democratização do conhecimento do que se produz nas IFES.

### Referências:

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BARROS, J. V. S. de; STIPP, S. B. C. Agência Experimental como alternativa de comunicação para uma Instituição de Ensino Superior Comunitária. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16, 2011, São Paulo. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/expocom/EX24-0937-1.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2012.
- BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. **Como se comunicam as federais? Análise do ambiente e apontamentos para implantação de uma agência de notícias de ciência, tecnologia e inovação**. 2012. 108f. Monografia (Especialização em Gestão Pública) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2012.
- BOTELHO-FRANCISCO, R. E. Inovação e gestão do conhecimento em comunicação na UFSCar. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 12, n. 22, p. 35-46, jan.-jun. 2011. Disponível em: <[http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/1113](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/1113)>. Acesso em: 16 fev. 2012.
- BRANDÃO, E. P. Usos e significados do conceito Comunicação Pública. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1037-1.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2012.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- LIMA, L. C. B. Divulgação Científica na Fapesp: veículos e produtos. In: SEMINÁRIO DE TESES EM ANDAMENTO (SETA), 15, 2009, Campinas. **Anais XV Seminário de Teses em Andamento**. Campinas: IEL-Unicamp, 2009. Disponível em: <<http://www.iel.unicamp.br/revista/index.php/seta/article/view/924>>. Acesso em: 16 fev. 2012.
- LOPES, F. P. P. C. **Subsídios à construção de uma Agência de Notícias Virtual das Instituições Federais de Ensino Superior – Cientlfes**. 2010. 74f. Monografia (Especialização em Divulgação da Ciência da Tecnologia e da Saúde) – Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2010.

LOPES, F. P. P. C.; PEZZO, M. R.; BOTELHO-FRANCISCO, R. E. **Algumas anotações do encontro sobre a Agência de Notícias de C&T das IFES realizado em 17 de abril de 2009, na Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP**. Brasília: Andifes, 2009. 3 p. Relatório do Grupo de Trabalho criado no IV Encontro de Assessores de Comunicação da Andifes.

LOPES, F. P. P. C.; PEZZO, M. R.; BOTELHO-FRANCISCO, R. E. **Algumas anotações do encontro sobre agências de notícias de C&T realizado em 8 de maio de 2009, na Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ**. Brasília: Andifes, 2009. 2 p. Relatório do Grupo de Trabalho criado no IV Encontro de Assessores de Comunicação da Andifes.

MACIEL, B.; SABBATINI, M. Agência de notícias em suporte digital como espaço de práticas em Jornalismo. In: FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES EM JORNALISMO, 8, 2005, Maceió. **Anais do 8º Fórum Nacional de Professores em Jornalismo**. Florianópolis: FNPJ, 2005. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/agencia-de-noticias-em-suporte-digital-como-espaco-de-praticas-em-jornalismo%5B84%5D.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2012.

MARQUES, M. **As mudanças nas rotinas de produção das agências de notícias com a consolidação da internet no Brasil**. 2005. 143 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/marques-marcia-mudancas-nas-rotinas-de-producao.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2012.

NOVELLI, A. L. C. R. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da Governança. **Organicom**, São Paulo, ano 3, n. 4, 1º sem. 2006. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/viewFile/56/190>>. Acesso em 16 fev. 2012.

ROCHA, C. A. M.; ESTRADA, S. D.; VIDAL, L. A. Uma nova matriz tecnológica de convergência de mídias. Reconfiguração do modelo televisivo para as instituições públicas. In: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação, 4, 2011, Santa Maria, RS. **Anais do Sipecom: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação**. Santa Maria : UFSM, 2011.

SANTOS, A. C.; NASCIMENTO, E.; SANTIAGO, L. Agência de Notícias Multiciência: a pauta de ciência e educação no Vale do São Francisco. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 13, 2011, Maceió. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1122-1.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2012.

SANTOS, F. de M. dos. **Prática e aprendizado: a importância das agências de notícias como jornal-laboratório**. 2007. 316 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SILVA, A. C. de M.; PROENÇA, J. L.; MARTINS, L. R. AUN: Um meio de comunicação da produção científica e cultural da Universidade de São Paulo para a sociedade. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1, 2011, São Paulo. **Anais do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana**. São Paulo: Confibercom, 2011. Disponível em: <[http://confibercom.org/anais2011/sessao\\_04.html](http://confibercom.org/anais2011/sessao_04.html)>. Acesso em: 16 fev. 2012.

SILVA, A.; RIBEIRO, J. A.; RODRIGUES, L. A. **Sistemas de Informação na Administração Pública**. Rio de Janeiro: Revan, 2004.