



## **Divulgação de Pesquisa Científica na Internet – Um Estudo Exploratório nos Sítios da Embrapa e da UFRR<sup>1</sup>**

**Aliny Maria Ribeiro de Melo<sup>2</sup>**

**Universidade Federal de Roraima (UFRR)**

### **Resumo**

Este trabalho descreve um estudo exploratório sobre a divulgação científica, nos sítios da Embrapa Roraima e Universidade Federal de Roraima. Como estas instituições, estão divulgando seus resultados de pesquisas científicas por meio desses sítios. Trata-se de uma análise das notícias vinculadas nos dois sítios, buscando verificar se utilizam uma linguagem adequada ao jornalismo tendo em vista que se propõe a atender o público em geral com função a de formador de opinião. Também mostra como as instituições estão utilizando os recursos que a internet proporciona para melhor divulgar a ciência e tecnologia em benefício da sociedade.

**Palavras-Chaves:** Análise de sítios; Divulgação científica; Jornalismo científico.

### **Introdução**

A escolha do tema de pesquisa surgiu em uma conversa informal, com um pesquisador da Embrapa Roraima, sobre as dificuldades existentes entre os pesquisadores e a mídia local para divulgação de resultados de pesquisa científica. O assunto despertou o interesse em conhecer mais sobre o jornalismo científico e identificar se as matérias divulgadas por meio da internet (sítios) usam também o espaço para disseminação de conhecimento científico, e como estas matérias estão sendo trabalhadas na linguagem jornalística para um público diversificado.

O nosso estado colabora para o desenvolvimento da Ciência e Tecnologia no país em diversos segmentos com pesquisas realizadas pela UFRR e a Embrapa. Hoje a UFRR, por exemplo, já dispõe de professores-doutores que desenvolvem trabalhos em diversas áreas (biologia, agronomia, antropologia, entre outros) em parceria com o CNPq, órgão financiador de muitos destes projetos. A Embrapa contribui para a pesquisa científica voltada ao agronegócio, desenvolvendo melhores condições de plantio de arroz e soja, nos solos roraimenses. Técnicas que são divulgadas apenas em revistas especializadas e não chegam ao blico mais leigo. As duas instituições citadas possuem sítios específicos para sua própria divulgação, pois não encontram espaço nos meios de comunicação local.

### **Internet, comunicação de massa e divulgação científica**

A internet surgiu no período de 1960 a 1970, no cenário da Guerra Fria, entre as duas potências mundiais da época, Estados Unidos e ex-União Soviética. O governo americano desenvolve um sistema para que seus computadores militares pudessem se comunicar. A interconexão militar chamada de chaveamento de pacotes<sup>3</sup> era como se dava a troca de informações de uma base para outra.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Comunicação Aplicada e Segmentada, do VI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Norte – Belém – PA.

<sup>2</sup> Aliny Maria Ribeiro de Melo, Recém-graduada em Comunicação Social (Hab. Jornalismo) pela UFRR, e-mail, [aliny\\_rr@hotmail.com](mailto:aliny_rr@hotmail.com). Trabalho de Conclusão de Curso, realizado sob orientação do prof. MsC. Edileuson Almeida, defendido no 2º semestre de 2006.

<sup>3</sup> Chaveamento de Pacote, Um conjunto de normas (protocolo) para sistemas de telecomunicação em redes, que transmite os pacotes individuais de informação (*packet*) por caminhos diferentes do ponto de origem ao ponto de recepção, aproveitando com eficiência a capacidade disponível da rede.



Nesta época surgiu a ARPANET, *Advanced Research Projects Agency*, ou Agência de Pesquisa de Projetos Avançados, que futuramente seria substituída pela Internet. Sua função era a transmissão de dados em rede de computadores, as mensagens eram enviadas por partes ao endereço do destinatário, onde as informações recebidas vinham em pacotes que permitiam sua remontagem. O sistema garantia que as informações chegassem ao seu destinatário sem sofrer nenhuma modificação.

O sucesso da ARPANET superou as expectativas, e as universidades passaram a utilizá-lo para as áreas de pesquisa científica. Com o tempo, a ARPANET ficou sobrecarregada com dificuldades em administrar todo esse sistema e dividiu-se em duas distintas redes, a MILNET, servindo apenas para comunicação nas áreas militares e a nova ARPANET para áreas não-militares.

Visando aprimorar a comunicação entre as redes militares e as universidades, foi desenvolvido o protocolo IP (*Internet Protocol* ou Protocolo de Internet), permitindo assim a conexão entre milhões de computadores de forma padronizada sem provocar crise.

A internet foi concebida como uma rede sem um ponto de comando central único e essa construção permite que ela continue ativa mesmo em caso de suspensão nas comunicações de alguns de seus centros (Leão, 2001, p. 22).

A *web* começa então a ser utilizada para colocar informações ao alcance de qualquer usuário da Internet, proporcionando aos mesmos o acesso a textos, exibição de gráficos, arquivos de áudio e vídeo. E ainda, a tecnologia permitiu serviços de notícias especializadas com informações em tempo real, tornando melhor o acesso à pesquisa. Para Leão, “o que faz da *web* uma teia, uma rede na qual uma complexa



malha de informações se interligam, é a própria tecnologia hipertextual<sup>4</sup> que permite os elos entre os pontos diversos” (2001, p. 24). Este crescimento proporcionou o aumento no número de servidores na rede para um milhão, atualmente são mais de 25 milhões, um sucesso que atraiu a atenção da imprensa e de grandes empresas. Mattoso considera que o avanço nos servidores da internet e o interesse das empresas, contribuíram para a popularização dos microcomputadores.

Ele agora poderia estar dentro do lar de qualquer um que tivesse a oportunidade de arcar com os altos custos para a compra de um modelo. O micro passou a ser sinônimo não só de trabalho com cálculos, mas sim de uma ferramenta de criação, comunicação e entretenimento (Mattoso, 2006, p. 7).

Para Andrade, “o homem da atualidade não tem necessidade de sair em busca de informações, esta pode ser obtida em seu local de trabalho ou sua residência” (2003, p. 22), mudando a realidade anterior que apenas os pesquisadores tinham acesso. “A vida digital exigirá cada vez menos que você esteja num determinado lugar em determinada hora, e a transmissão do próprio lugar vai começar a se tornar realidade” (Negroponte, 1995, p.159).

No Brasil, os primeiros embriões de rede surgiram em 1988, ligando universidades e centros de pesquisa do Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre. Em 1989 surgiu a RNP<sup>5</sup> (Rede Nacional de Pesquisa), para unir essas redes embrionárias e formar um *backbone*<sup>6</sup> de alcance nacional. Até hoje o único de alcance nacional no país. O ano de 1993 foi estabelecido à primeira conexão a longa distância entre São Paulo e Porto Alegre. O ano de 1995 foi o marco inicial para a implantação da internet comercial.

O crescimento da *web* no país atualmente é duas vezes maior do que a média anual no mundo. O Brasil já está em terceiro lugar no ranking de países do continente americano com o maior número de computadores conectados, ficando atrás somente dos Estados Unidos e Canadá (Mattoso, 2006, p.47).

Com o crescimento da *web* melhorou o suporte de armazenamento de dados, e passou-se a desenvolver na sociedade mais um meio de comunicação. As pessoas ganham, então, o acesso a bibliotecas virtuais, jornais on-line, correio eletrônico, *blogs*, páginas individuais.

Por esses fatores, a internet tornou-se mais conhecida e alguns meios de comunicação têm utilizado a forma massiva para adequar-se a essa tecnologia e aumentar seu potencial no alcance de público. Hoje, a maioria dos jornais impressos do país tem seu site na internet, assim como programas de TV, revistas e uma infinidade de meios de comunicação já adotaram a internet como uma ferramenta para expandir informação.

Aos poucos os jornais digitais foram mudando sua cara na internet, além da utilização de hipertextos as matérias tornaram-se mais curtas e diretas, com atualização a cada hora e as notícias passaram a ser entregues a gosto do cliente. (...) como se sabe o mundo está diante de um novo meio de comunicação, de uma nova mídia, que tem as mesmas características dos três meios clássicos de informação: a imediatividade do rádio, o impacto visual da TV e o uso da linguagem escrita (Idem, p. 36).

---

<sup>4</sup> O que é Hipertextual (Ver conceito adiante)

<sup>5</sup> Criada como um projeto do Ministério da Educação para gerenciar a rede acadêmica brasileira, até então dispersa em iniciativas isoladas.

<sup>6</sup> *Backbone* é o trecho de maior capacidade da rede e tem o objetivo de conectar várias redes locais.



Lévy contribui e afirma:

Graças à digitalização, o texto e a leitura receberam hoje um novo impulso, e ao mesmo tempo uma profunda mutação. Pode-se imaginar que livros os jornais, os documentos técnicos e administrativos impressos no futuro serão apenas, em grande parte projeções temporárias e parciais de hipertextos on-line muito mais ricos e sempre ativos (1996, p. 50).

O reflexo dessas mudanças também registra a presença da informação científica na comunicação de massa. O empecilho é que nem todos sabem reconhecer quando uma matéria trata sobre ciência. Existem muitos periódicos específicos que dizem estar informando sobre ciência, ou seja, praticado o jornalismo científico. Antes de tudo, para entender o que é jornalismo científico é preciso esclarecer o conceito de disseminação científica, e de divulgação científica, onde ambos abordam a informação científica, mas para públicos diferentes.

A disseminação científica é “a informação de estudos científicos divulgados em revistas que interessa apenas para pesquisadores e estudiosos. (...) é circulação de informações científicas e tecnológicas entre os especialistas de uma área ou área conexas” (Zamboni, 2001, pp. 46-47). Geralmente são revistas consumidas apenas por um público especializado, com conteúdo específico como as revistas de economia que interessa tanto as economistas como aos cientistas políticos.

Já a divulgação científica, é informação sobre estudos científicos na linguagem jornalística, texto para pessoas leigas no assunto, para o público em geral.

Uma espécie de divulgação de livros didáticos, aulas de ciências do segundo grau, os cursos de extensão para não-especializados, as estórias em quadrinho folhetos de extensão rural e de campanha de educação... É preciso destacar, na caracterização da divulgação científica que é dirigido a leigos, peso que os especialistas em comunicação atribuem ao fator linguagem (Idem).

É a recodificação do texto adaptado, “é a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada” (Ibidem). O importante é atingir o público-alvo e ultrapassar a barreira da comunidade científica, chegando aos olhos do homem comum.

Zamboni defende que a divulgação científica é uma tarefa para exercer a partilha social do saber, “levando ao homem comum o conhecimento do qual ele historicamente foi apartado e do qual foi se mantendo cada vez mais distanciado, à medida que as ciências se desenvolviam e mais especializavam” (Ibidem, p. 49).

Atualmente a internet, aliada aos grandes meios de comunicação de massa, veio para possibilitar melhor divulgação da ciência e tecnologia. Para alguns cientistas, o jornalista veio para vulgarizar essa informação, por defender que os profissionais não precisam adequar a informação conforme os gêneros jornalísticos alegando que a notícia perde sua essência.

A maioria dos trabalhos científicos divulgados em nas revistas especializadas, possuem maior espaço para o texto e com linguagem prolixa. Diferente do texto que deve ser transformado em material jornalístico que precisa ser enxuto e sintético possuindo todas as informações necessárias dentro de um espaço reduzido que são as páginas dos jornais. Para Zamboni:



A atividade de divulgação científica assume, dessa maneira os contornos de uma prática fundamentalmente comunicativa, em que seus agentes são chamados a dissolver problemas de incompreensão, para que se restabeleça a ponte de interligação entre os dois grupos historicamente apartados: o dos cientistas e o dos leigos. Aos primeiros, cabe o poder pela autorização do saber competente. Aos segundos, restou a privação. Para remediar o alheamento causado pelo não-saber, busca-se difundir o conhecimento ao conjunto da sociedade num procedimento ideológico que, apenas reforça o poder dos autorizados a saber (Idem, p. 50).

### **Internet e jornalismo científico em Roraima**

Pouco se vê matérias de divulgação científica nos jornais locais, tampouco editoriais especializadas no assunto. Atualmente, o que se encontra na mídia local são apenas releases enviados pelas assessorias das instituições de pesquisa. Mas o material completo sobre os resultados de pesquisa científica geralmente saem nas páginas de internet das instituições. Boas, ressalta:

Para ser veiculada pela mídia, a ciência tem de ser capaz de despertar interesse, manter a atenção do leitor, ouvinte ou telespectador até o fim do artigo ou programa, a ser bem entendida pelo grande público (...) Os padrões para escolha das notícias são bastante subjetivos, embora seja consenso entre os profissionais da área que temas da atualidade têm de ser divulgados (2005, p.21)

Cabe aos assessores das instituições selecionar o material a ser divulgado, pois existe um grande número de informações científicas que devem ser transformada em pauta para virar notícia, e serem vinculadas tanto na mídia impressa quanto nos seus sites.

Espera-se dos jornalistas-especializados em comunicação, que saibam escolher, selecionar, interpretar, resumir e traduzir a informação para o público. Para atingir a população, as notícias sobre ciência devem passar. Como as de qualquer outra área, por esse processo (Idem, p.14).

Com a era da tecnologia, a maioria das empresas e/ou instituições de pesquisa científica, como Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e tecnológico (CNPq), Fundação de amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Embrapa e UFRR, divulgam em seus sítios todas as informações necessárias para uma boa matéria jornalística. Assim melhor divulgam seus trabalhos, pois utilizam à internet como aliada na hora de disseminar a informação. Não ficam esperando por nenhum outro meio de comunicação para divulgá-los.

Quando uma empresa tem uma assessoria de comunicação com bom relacionamento com a imprensa, torna-se mais fácil o acesso aos meios tradicionais de comunicação de massa. Para que isto aconteça à notícia sobre ciência necessita antes de tudo, como afirma Boas, “informar, entreter, em certos casos, até defender um ponto de vista” (2005, p.21).

O avanço da tecnologia e a utilização dos recursos de multimídia, que proporcionam maior versatilidade na geração e disseminação de informações científicas, garantem ao formato eletrônico o menor custo quando comparado ao formato tradicional em papel, e vem crescendo de forma exponencial. Para o jornal torna-se mais barato qualquer divulgação on-line.



A internet permite o uso de diversas mídias, proporcionando a exploração do hipertexto por sua capacidade de interatividade. “A idéia de hipertexto foi enunciada pela primeira vez por Vanevar Bush em 1945, em um célebre artigo intitulado ‘*As We May Think*’ [62]” (Apud Lévy, 1993, 28).

Para Leão, “considera-se Ted Nelson o inventor do termo hipertexto e de conceitos importantes como o texto elástico, *stretch text*, aquele que se expande e se contrai de acordo com a requisição de maiores informações.” (2001, 21).

Lévy aproveita e conceitua:

Hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou parte de gráficos, sequenciais de sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. (1993, p.33).

Leão completa: “(...) é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectados. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os *links*<sup>7</sup>” (2001, p.15). O texto on-line torna mais ágil a leitura por sua característica dinâmica e interativa como observa Lévy,

hipertexto é uma matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com o usuário (...) nenhuma diferença se introduz entre o texto possível da combinatória e um texto real que será lido na tela (1996, p.40).

Na internet a facilidade de obter informação é cada dia maior, Leão ressalta ainda que o “leitor é também um pouco escritor, pois, ao navegar pelo sistema, vai estabelecendo elos e delimitando um tipo de leitura” (2001, p. 46). Trata-se de “um leitor ativo, que está a todo o momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos. Como um labirinto a ser visitado, a hipermídia nos permite surpresa, percursos desconhecidos” (Idem, p.16).

Portanto, a falta na mídia tradicional de temas do jornalismo científico, reforça cada vez mais a utilização do jornalismo on-line para a disseminação de informações de cunho científico, utilizando uma linguagem jornalística.

### **Internet, socialização e o agendamento da sociedade**

Com a globalização da informação a internet tem sido uma grande aliada em diversas áreas do conhecimento, como no campo da pesquisa científica e acadêmica, proporciona novas formas de atingir o público alvo de vários segmentos da comunidade, tanto no grau de especialização como no perfil de interesse. Essa realidade exigiu que se repensasse nos meios de alcançar e implantar inovações nos diversos ramos de atuação. A *web* tornou-se uma necessidade, a grande teia possibilita disseminação de informações entre pesquisadores e a ampliação de seu uso no cotidiano.

O estudo do jornalismo moderno vem desenvolvendo alguma conceituação relacionada com a produção jornalística, e o efeito que ela possui junto ao seu leitor. A hipótese do *agenda setting* é a que contextualiza o poder existente nos meios de comunicação de massa para influenciar a sociedade de modo geral. Brum define:

---

<sup>7</sup> Links - É o nome que se dá às imagens ou palavras que dão acesso a outros conteúdos em um documento. Podendo levar a outra parte do mesmo documento ou a outros. Também conhecido como hiperlink.



[...] a hipótese do *agenda setting* é um tipo de efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público falará e discutirá (...) o estudo destes efeitos nos meios de comunicação e importância para a sociedade, uma vez que se compreende como estes meios trabalham na formação da opinião pública (2001,p. 35).

A corrente de investigação estuda sobre o quê e como os assuntos devem ser pensados na sociedade. Portanto o que as pessoas falam após ter recebido uma notícia.

Os pioneiros na apresentação da hipótese do *agenda setting* foram Maxwell McCombs e Donald Shaw em seu artigo intitulado *The Agenda Setting Function of Mass Media* (1972). Este estudo tinha o propósito de investigar a capacidade de agendamento dos media na campanha presidencial de 1968 nos Estados Unidos, (Idem).

Os estudos sobre o *agenda setting* se fundamentam em dois procedimentos: a análise de conteúdo dos meios de comunicação e a pesquisa de opinião. Entre estes dois aspectos muitas variáveis são definidas, o que provavelmente causa discussão com relação aos determinantes dos efeitos.

(...) os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, dependendo dos assuntos que venham ser agendados pela mídia, o público, o médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, agenda da mídia de fato passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social (Hohlfeldt *et all*, 2001, p.191).

A internet vem pautando seus usuários com informação de tudo que acontece no mundo por meio de notícias e resultados de pesquisas científicas, o que muitas vezes culmina com uma verdadeira, “avalanche informacional que na maioria das vezes, inclusive, nos leva ao conhecido processo de entropia, ou seja, um excesso de informações que não trabalhadas devidamente pelo receptor, se perdem” (Idem, p.190).

(...) dependendo da mídia, sofremos sua influência, não a curto, mas a médio e longo prazo, não nos impondo determinados conceitos, mas incluindo em nossas preocupações certos temas que, de outro modo, não chegariam a nosso conhecimento e, muito menos, tornar-se-iam temas de nossa agenda (Ibidem).

Quando se trata de agendar o que deve ser publicado, o tema jornalismo científico, não tem sido abordado com frequência pelos sítios de jornais locais, apenas os sítios das instituições de pesquisa tentam pautar a mídia local com os resultados de suas pesquisas.

(...) a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação (Ibidem, p. 198).

A Internet é uma rede horizontal, multidirecional, descentralizada e interativa, aspectos que a diferenciam dos demais meios de comunicação. Esta estrutura tem sido determinante para definição de um novo modelo de comunicação.



A rede possibilita uma liberdade sem precedentes de publicação, descentralização e agilidade das fontes de informação. “Com o aparecimento da Internet, fica cada vez mais claro que qualquer receptor/leitor pode torna-se imediatamente um emissor/publicador em escala mundial” (Oliveira, 2001, p.197), Para Leão, “o leitor é, então, um operador das multiplicidades e deve proceder de uma forma descontínua e multilinear” (2001, p. 45).

A internet está como novo modelo para o advento comunicacional, que altera modelos mais antigos de comunicação de massa. Por sua capacidade interativa pode conter e reunir todas as mídias, e selecionar maior quantidade de informação.

As mídias impressas, o rádio e a televisão distribuem. O novo modelo representa também uma revolução de produção e distribuição das notícias e, principalmente, na relação com os consumidores/leitores. As mídias tradicionais já perceberam que é preciso acompanhar o ritmo das mudanças. Hoje, as mais importantes companhias jornalísticas ampliam seus investimentos no setor de mídias interativas, oferecendo os mais diversos serviços na Rede (Oliveira, 2001, p. 197).

Por conter a capacidade de reunir todas as mídias com infinidade de informação que ela proporciona, a mesma torna-se ainda maior frente aos meios de comunicação tradicionais sobre sua capacidade interativa.

Eles procuram e selecionam a informação ativamente e, em alguns casos, podem adicionar novos dados ao material divulgado. A distinção entre emissor e receptor é dissolvida e os papéis se confundem, por meio da interação proporcionada pelo novo meio. (...) A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir não mais apenas com o objeto (a máquina ou ferramenta), mas com a informação, isto é, com o conteúdo (Ibidem).

Com a variedade de sítios, há maior possibilidade do leitor, por exemplo, escolher usar texto, gráficos ou vídeos ou receber informação em inglês ou um idioma diferente ou, ainda, e até mesmo uma informação especializada, como acessar aos sítios de instituições como Embrapa e UFRR, em busca de assuntos específicos que despertem atenção do leitor. Vale lembrar, estes sítios têm frequência de leitores cada vez mais fragmentados, não somente aqueles que buscam informação especializada.

O material especializado precisa ser selecionado para atender uma quantidade maior de pessoas, não apenas aos grupos específicos de leitores. Os jornalistas especializados na área científica precisam explorar mais o universo da ciência e tecnologia.

(...) o ideal é levar ao maior número de pessoas possível, os conhecimentos científicos que podem melhorar suas vidas, (...) Todos os projetos para melhorar a forma de transmitir as informações; aperfeiçoar a formação dos jornalistas científicos; avaliar criticamente o conteúdo do que é publicado; medir o espaço que a ciência ocupa nos jornais, tudo, enfim, é feito com o intuito de atingir esse objetivo o leitor. (Lima, 2000, p.133).

A internet está conduzindo a sociedade por seu modelo democrático com maior liberdade para a cidadania e igualdade social.

[...] alguns estudiosos, vêem a Internet como uma explosão de cultura e liberdade de comunicação sem precedentes na história; o caminho para a constituição de uma inteligência coletiva, capaz de favorecer o desenvolvimento



da comunidade e de cada indivíduo, rumo a uma sociedade mais humana. (Oliveira, 2001, p.197).

### **Histórico das instituições (Embrapa e UFRR), metodologia e descrição do objeto**

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), foi criada no dia 26 de abril de 1973. Sua personalidade jurídica é de empresa pública com direito privado<sup>8</sup>.

A sede administrativa é em Brasília. Sua missão é “viabilizar soluções para o desenvolvimento sustentável do espaço rural, com foco no agronegócio, por meio da geração, adaptação e transferência de conhecimentos e tecnologias, em benefício dos diversos segmentos da sociedade brasileira”<sup>9</sup>.

Em Roraima a Embrapa está presente antes de 1980, possui quatro campos experimentais para execução de suas atividades no âmbito do estado, sendo dois em área de cerrado e dois em área de floresta. As atividades de pesquisa e de transferência de tecnologia são realizadas ainda em áreas de produtores por meio de parcerias.

As linhas de pesquisas são desenvolvidas nas seguintes áreas: Sistemas integrados de lavoura - produção animal, em área de savana, com ênfase ao plantio direto; Recuperação/incorporação de áreas alteradas/degradadas em floresta, com tecnologias alternativas ao uso do fogo; Sistema de produção para fruticultura irrigada, em área de savana; Coleta, conservação e uso de recursos genéticos e, Manejo de Recursos Florestais.

A Universidade Federal de Roraima - UFRR<sup>10</sup> teve sua implantação no final de 1989, quatro anos após ter sido autorizada pela Lei nº 7.364/85. Foi à primeira instituição de ensino superior do Estado de Roraima sendo considerada a mais jovem do país. Possui apenas 17 anos, com 399 docentes em seu quadro de funcionários, sendo 100 doutores, e 184 técnico-administrativos.

São 24 cursos de graduação e na pós-graduação oferece quatro cursos de mestrado (Recursos Naturais, Física e Química e Agronomia) e 30 cursos de especialização. Atualmente possui seis núcleos de pesquisas: Núcleo de Recursos Naturais (NUREN); Núcleo Histórico Sócio-Ambiental (NUHSA); Núcleo de Estudos Comparados da Amazônia e do Caribe (NECAR) e Núcleo de Estudos Semióticos da Amazônia (NUPS); Núcleo de Estudos de Língua Estrangeiras (NUCELE), Núcleo de Pesquisa Energéticas (NUPENERG). São, ao todo, 29 grupos de pesquisas registrados no CNPq, os quais reúnem mais de 93 linhas de pesquisa, além dos 75 projetos em andamento ligados a assuntos voltados para a região.

Com todos esses projetos em andamento a instituição ganha espaço com a publicação científica de seus professores. São cerca de 1500 publicações científicas em jornais e revistas especializados, tanto nacionais quanto internacional.

A pesquisa é de caráter exploratório nos sítios das duas instituições: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e Universidade Federal de Roraima (UFRR), e refere-se à divulgação de notícias de caráter científico. Pois ambas utilizam seus respectivos sítios para maior divulgação dos trabalhos de pesquisa científica.

---

<sup>8</sup> Fonte: Embrapa Roraima, disponível em <http://www.cpafrt.embrapa.br>, acesso em 10 agosto 2006

<sup>9</sup> Diretor-presidente da Embrapa, Sílvio Crestana.

<sup>10</sup> Fonte: [www.ufrr.br](http://www.ufrr.br) acesso em 11 de Dezembro de 2007.

O recorte amostral inclui 14 reportagens sobre pesquisa científica, coletadas na segunda quinzena (15/8 a 31/8) de agosto de 2006, período que se fez uma observação no dos sítios escolhidos e foram selecionadas as matérias disponibilizadas sobre o tema de estudo. O período foi escolhido por ser considerado com maior fluxo de divulgação de informação, quando as instituições já passaram à época de planejamento de suas atividades e apresentam os resultados de suas pesquisas .

A partir dos dados desenvolveu-se a proposta de análise quantitativa-qualitativa, com o objetivo de extrair aspectos significativos acerca dos resultados da pesquisa com predominância de assuntos referentes ao conteúdo científico, avaliando as prioridades de cada sítio se ele trata apenas de fatos do cotidiano das instituições e/ou está divulgando os resultados das pesquisas realizadas, com uma linguagem adequada ao público leigo.

Como abordado ao longo do estudo, optou-se por analisar aos sítios da Embrapa e UFRR.

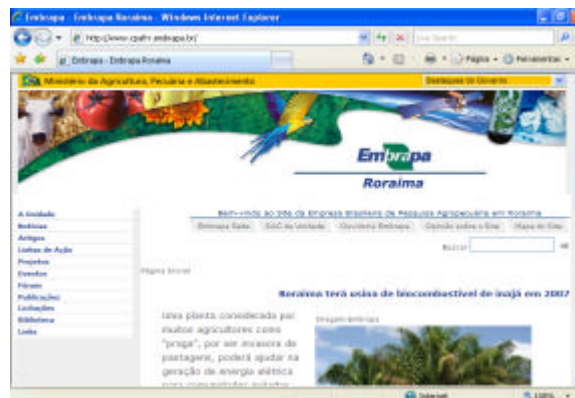


Fig. 1 – Página

inicial do sítio da

Embrapa Roraima ([www.cpafr.embrapa.br](http://www.cpafr.embrapa.br))



Fig. 2 – Página inicial do sítio da UFRR ([www.ufrbr.br](http://www.ufrbr.br)).

O sítio da Embrapa Roraima, na página inicial, apresenta o nome da instituição, logomarca, slogan, e menu de busca. No menu horizontal possui links para navegação (histórico da [Unidade](#), [Notícias](#), [Artigos](#), [Linhas de Ação](#), [Projetos](#), [Eventos](#), [Fóruns](#), [Publicações](#), [Licitações](#), [Biblioteca](#) e [Links](#)<sup>11</sup>). O Layout usa como cores predominantes o branco e o azul, pois as mesmas fazem parte da logomarca da empresa. A parte superior mostra imagens de frutas, gados, o verde das paisagens, tudo ligado ao meio ambiente, definindo assim algumas áreas de pesquisas. Fundo é composto por uma única

<sup>11</sup> Ver conceito na página 26.



cor uniforme que é o branco e o título tem a tonalidade de azul.

O conteúdo de maior relevância, e destaque principal do sítio, é sobre a pesquisa realizada fica exposto na parte central (matérias e artigos de pesquisadores). Os artigos são em maior quantidade. A diferença da notícia para o artigo é basicamente a linguagem, o primeiro usa uma linguagem jornalística e forma simples de fácil compreensão, já no segundo a linguagem científica (termos técnicos) prevalece.

O sítio da UFRR tem espaço para a divulgação institucional da Universidade, na parte superior do sítio, com diversos *links* (Instituição, Graduação, Pesquisa e Pós-graduação, Extensão, Administração e Planejamento, Professores e Alunos e Processos Seletivos). No menu horizontal tem *links* para o setor administrativo, Cursos, resultado de fila eletrônica e também uma área de auxílio ao estudante.

No layout, o azul, amarelo, branco e uma pigmentação verde são as cores que predominam. Fotos de atividades dos acadêmicos ilustram o cabeçalho.

O conteúdo de maior importância e destaque do sítio fica exposto na parte central, este espaço é reservado para a divulgação das notícias sobre o cotidiano da instituição (informações sobre eventos e cursos). Também há *link* para a biblioteca onde estão disponibilizadas apenas sete trabalhos de mestrado (4) e doutorado (3) realizados por professores da instituição, todos são disponibilizados na versão completa, inclusive para download<sup>12</sup>.

### **Análise dos dados**

Foram selecionadas 14 peças jornalísticas, todas as matérias veiculadas nos sítios no período dos quinze dias, matérias que estavam disponíveis no menu Notícia ou localizada na página inicial do sítio. Do total, oito matérias da Embrapa foram veiculadas no sítio da instituição. A quantidade de textos com divulgação científica é mais expressiva. Mostra que a Embrapa procura divulgar seus resultados de pesquisa para a sociedade.

No caso da UFRR, foram seis matérias publicadas referentes ao cotidiano da instituição (capacitação para professores, vestibular, informações para acadêmicos e docentes). Em apenas uma trata sobre divulgação científica: A apresentação de uma dissertação de mestrado. Mesmo constando no histórico que a mesma possui 100 doutores com uma média de 1500 publicações em revistas especializadas, no sítio o número é inexpressivo para a quantidade de doutores existentes na instituição.

A classificação dos assuntos revelou que entre as instituições há dois grupos de matérias dentro do universo selecionado. Foi possível identificar a diferença nos textos em ambas as divulgações.

As matérias do sítio da Embrapa possuem conteúdo mais científico, abordam resultados de pesquisas realizadas, pois visam o desenvolvimento da ciência e tecnologia e auxiliar o pequeno produtor no melhoramento das técnicas agrícolas. Todavia, com a utilização de termos de conhecimento restrito, são relatados numa linguagem nem sempre de fácil compreensão.

O sítio da UFRR exhibe matérias que divulgam apenas o factual, a maioria aborda questões de interesse acadêmico, com uma linguagem simples que facilita a leitura. Há também matérias que abordam a parte administrativa da UFRR como convênios, publicação de edital e cursos. Em todos os textos

---

<sup>12</sup> Fonte: [http://www.bc.ufrr.br/tesesdissertacoes\\_ufr.html](http://www.bc.ufrr.br/tesesdissertacoes_ufr.html), acesso em 10 de dezembro de 2006



analisados apenas um trata sobre divulgação científica apresentando o resultado de uma dissertação de mestrado sobre o uso de plantas medicinais.

Análise de dados confirma a pouca divulgação científica no sítio da UFRR. Detecta também que a Embrapa deu mais destaque as notícias de cunho científico considerando que as mesmas não atualizam seu sítio com frequência, diferindo da UFRR que faz atualizações constantes com novas informações voltadas para o factual.

### **Considerações finais**

O tema é desafiador. Neste trabalho é possível perceber a carência de informações sobre o campo de ciência e tecnologia, num estado que possui o potencial de desenvolvimento enorme para ser explorado, ao mesmo tempo enfrenta limitações dos jornalistas em satisfazer os anseios da sociedade intermediando o difícil acesso a estas informações científicas.

Nos sítios da Embrapa e UFRR as instituições deixam a desejar na divulgação de suas pesquisas, mesmo levando em consideração a vantagem e o baixo custo de produção na Internet, aliados ao poder de alcance e penetração, além de ser interativo no sentido de "aproximar" as pessoas, oferecendo o acesso à informação mais rápido e dinâmico para o leitor. O ritmo de atualização dos sítios é irregular.

### **Referências bibliográficas**

- ANDRADE, Aparecida. O jornalismo na Sociedade da Informação – A produção e a recepção em jornalismo On-line. Florianópolis, 2003. Dissertação de Mestrado, UFSC.
- BRUM, Juliana. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n35/jbrum.html#Jb>, acesso em 18 de dezembro de 2006.
- BOAS, Vilas Sergio. Formação e Informação Científica: Jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2005.
- HOHLFELDT, Antônio (organizador). Teorias da Comunicação – conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ, Vozes, 2001.
- LIMA, Lara Viviane Silva. Jornalismo de Precisão e Jornalismo Científico: Estudo da aplicabilidade. Florianópolis, 2000.
- LEÃO, Lúcia. O labirinto da hipermídia – arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo, Iluminuras, 2001.
- LÉVY, Pierre [tradução de Paulo Neves]. O que é o virtual? RJ, Editora 34, 1996.
- \_\_\_\_\_ [tradução de Carlos Irineu Costa]. Cibercultura. RJ, Editora 34, 1999.
- MATTOSO, Guilherme. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Disponível em [http://www.bocc.ubi.pt/\\_listas/tematica.php?codtema=21](http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=21), acesso em 12 de dezembro 2006.
- MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Universidade Federal da Bahia. Dissertação de mestrado.



NEGROPONTE, Nicholas [Tradução de Sérgio Tellaroli]. A vida digital. São Paulo, Cia das Letras, 1995.

OLIVEIRA, Fabíola. Jornalismo Científico. São Paulo, Ed. Contexto 2002.

OLIVEIRA, Roseli Maria de Souza. O impacto da internet no Jornalismo: características e recomendações para a concepção de jornais digitais interativos. Florianópolis, 2001.

ZAMBONI, Lílian Macia Simões. Cientistas, jornalistas e a divulgação científica. Subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Editora Fapesp, 2001, Campinas-SP, Páginas 46 e 47.

<http://www.cpafr.embrapa.br>, acesso em 10 agosto 2006

<http://www.jornalismocientifico.com.br/conceitojornacientifico.htm>, acesso em agosto de 2006.

<http://www.ufr.br>, acesso em 11 de dezembro 2006.