

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

BIBIANA RODRIGUES GUARALDI

**JORNAIS UNIVERSITÁRIOS:
UM ESTUDO SOBRE EXPERIÊNCIAS
CONTEMPORÂNEAS NAS CINCO
REGIÕES DO BRASIL**

**PORTO ALEGRE
2013**

BIBIANA RODRIGUES GUARALDI

**JORNAIS UNIVERSITÁRIOS:
UM ESTUDO SOBRE EXPERIÊNCIAS
CONTEMPORÂNEAS NAS CINCO
REGIÕES DO BRASIL**

Trabalho de conclusão apresentado ao Departamento de Comunicação da FABICO, UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Aline do Amaral Garcia Strelow

PORTO ALEGRE
2013

BIBIANA RODRIGUES GUARALDI

**JORNAIS UNIVERSITÁRIOS:
UM ESTUDO SOBRE EXPERIÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS NAS
CINCO REGIÕES DO BRASIL**

**Trabalho de conclusão apresentado ao
Departamento de Comunicação da
FABICO, UFRGS, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social –
Jornalismo.**

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Aline do Amaral Garcia Strelow - Orientadora

Profa. Dra. Ilza Maria Tourinho Girardi - UFRGS

Profa. Dra. Sandra de Fatima Batista de Deus - UFRGS

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado “Jornais Universitários: um estudo sobre as experiências contemporâneas nas cinco regiões do Brasil” de autoria de Bibiana Rodrigues Guaraldi, estudante do curso de Comunicação Social - Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 25 de novembro de 2013.

Assinatura:

Nome completo do **orientador**:

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família e amigos por todo o apoio, a minha orientadora, pela disponibilidade e paciência, e a UFRGS, por todas as experiências que me proporcionou. Agradeço principalmente a minha mãe, minha companheira e amiga, que esteve presente em todos os momentos em que precisei; ao meu pai, por ajudar a despertar em mim a paixão pela leitura; a minha irmã, por me acompanhar desde sempre (e pra sempre); aos meus avós, que tanto carinho me deram e tanto torceram por mim; a tia Lili, que entre tranças, tabuadas e garupas de bicicletas, me ajudou a crescer; a todos os amores e amigos que passaram pela minha vida, fazendo de mim o que sou; e aos meus companheiros mais presentes desta última etapa do TCC, Luiz, Daniela, João, Natascha, Natasha e Tanize, por tudo.

RESUMO

O tema do presente trabalho são jornais institucionais universitários. Com o objetivo de traçar um perfil das publicações produzidas pelas universidades federais brasileiras, trabalhamos com as matérias de capa das edições publicadas de janeiro a junho de 2013 dos jornais de cinco instituições - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Universidade Federal de Goiás e Universidade Federal do Pará -, cada uma representando uma região do país. Este material foi submetido a uma análise quantitativa para verificar suas características gerais como periodicidade, número de páginas, gêneros jornalísticos mais frequentes, temas mais trabalhados e prevalência de assuntos de interesse interno ou externo à comunidade acadêmica. A partir dos resultados obtidos, selecionamos para compor o *corpus* ao qual aplicamos análise qualitativa as reportagens (gênero mais frequente) que tratavam tanto de temas ligados à instituição, quanto à ciência (principais temas encontrados). Assim, utilizamos os métodos de análise de conteúdo oferecidos por Bardin, realizando a análise à luz da referência teórica sobre comunicação em universidades públicas e jornalismo institucional, apresentada no primeiro capítulo, com base em autores como Kunsch, Barichello e Amadori; e da revisão bibliográfica de autores como Oliveira, Falcão e Marques de Melo a respeito do jornalismo científico, trazida no segundo capítulo. Na análise, pudemos perceber características do jornalismo institucional e do jornalismo científico presentes nos textos, revelando alguns pontos de encontro entre os dois, que são utilizados pelos jornais com o intuito de divulgar o conhecimento produzido pelas universidades. Além da predominância de reportagens e de temas ligados a ciência e instituição, também constatamos que as publicações trazem principalmente matérias de interesse do público interno.

Palavras-chave:

Jornais universitários - jornalismo institucional - jornalismo científico - comunicação em universidades

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Periodicidade	41
Gráfico 2 - Número de páginas	41
Gráfico 3 – Gêneros	42
Gráfico 4 – Temas	42
Gráfico 5 – Proximidade	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	08
2	UNIVERSIDADES E COMUNICAÇÃO	12
2.1	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	13
2.1.1	UNIVERSIDADE COMO ORGANIZAÇÃO	14
2.1.2	COMUNICAÇÃO ADAPTADA À ORGANIZAÇÃO	15
2.2	COMUNICAÇÃO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS	16
2.3	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	18
2.3.1	COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	20
2.3.2	COMUNICAÇÃO COMO FATOR DE LEGITIMAÇÃO	22
2.4	COMUNICAÇÃO EM UNIVERSIDADES E DIVULGAÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA	23
3	JORNALISMO A SERVIÇO DA CIÊNCIA	25
3.1	ORIGEM	25
3.2	FUNÇÕES E PRINCÍPIOS	26
3.3	CIENTISTAS E JORNALISTAS	29
3.4	A SEDUÇÃO DA CIÊNCIA FANTÁSTICA	30
3.5	JORNALISMO CIENTÍFICO E UNIVERSIDADES	32
4	ANÁLISE	36
4.1	DELIMITAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	38
4.1.1	ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA	40
4.2	CIÊNCIA	46
4.2.1	O processo por trás dos resultados	47
4.2.2	Para além das ciências exatas	49
4.3	INSTITUIÇÃO	51
4.3.1	Apresentação e legitimação	51
4.3.2	Expandindo a comunidade acadêmica	52
4.4	REFLEXÕES ACERCA DA ANÁLISE	54
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
	APÊNDICE A - <i>Jornal da UFG</i>	62
	APÊNDICE B - <i>Boletim</i>	64
	APÊNDICE C - <i>Jornal Beira do Rio</i>	66
	APÊNDICE D - <i>Jornal da UFRN</i>	68
	APÊNDICE E - <i>Jornal da Universidade</i>	70

1. Introdução

Os jornais institucionais são, em muitas universidades, o principal meio de comunicação da comunidade acadêmica. Além de sua função na articulação da comunicação organizacional destas instituições, os jornais universitários costumam ser também a principal forma de divulgação das atividades culturais e pesquisas científicas realizadas nas universidades. Geralmente, o público-alvo destas publicações está diretamente ligado à universidade, mas há alguns casos em que são distribuídos fora dos *campi* e contam com reportagens acerca de temas externos às instituições que os produzem.

No entanto, esta é uma área ainda pouco explorada em pesquisas acadêmicas. Apesar de estarem presentes em muitas universidades brasileiras, os jornais universitários não costumam ter seu conteúdo analisado sob o prisma jornalístico neste tipo de trabalho. Já foram realizados estudos acerca do planejamento de comunicação de universidades, mas as especificidades dos jornais universitários enquanto produtos jornalísticos não são contempladas por estes trabalhos, que se limitam a citar os jornais como um dos elementos possíveis da comunicação organizacional – como em Sá, Gomes e Paiva (2010), Silva (2010), Cruz (2007), e Kunsch (1992), que apenas tangenciam o tema, dentro do contexto da comunicação integrada. Reconhece-se o importante papel desempenhado pelos jornais universitários como instrumentos de comunicação institucional, entretanto, neste trabalho o enfoque é outro: o presente estudo se diferencia dos demais à medida que trata destas publicações sob o ponto de vista de seu caráter jornalístico. Diferentemente dos trabalhos que o precedem, aqui não serão analisados os efeitos provocados pelos jornais universitários junto aos públicos visados, ou sua contribuição para a construção da imagem das instituições que os produzem, mas sim suas linhas editoriais, processos de produção, critérios de noticiabilidade, organização gráfica, etc.

Mesmo na área do jornalismo, os estudos sobre a produção de publicações dentro de universidades dedicam-se principalmente a analisar jornais-laboratório produzidos por alunos de faculdades de jornalismo – a exemplo de Lopes (1989), Santos (2007), Vieira Júnior (2002), Mota (2007), Policeno Filho (2008) e Oliveira (2010). Outros trabalhos da área de Comunicação se dedicam ainda a analisar a

produção de periódicos científicos – como em Castedo (2009), que trata da produção editorial de periódicos científicos sob o impacto da tecnologia digital, e Stumpf (1998), que analisa a estrutura de revistas científicas brasileiras. Todas as publicações estudadas têm, dentre seus objetivos, a finalidade de divulgar a produção científica da comunidade acadêmica da instituição que as produz, sendo os jornais universitários veículos importantes neste sentido, pois em suas redações é praticado o jornalismo científico, um gênero pouco difundido na grande mídia (Marques de Melo, 2006). Entretanto, se diferenciam dos periódicos científicos por tratarem de outros temas de interesse do público leitor, além de não predominarem em suas páginas artigos científicos, como acontece nesses periódicos.

Por fim, apesar de alguns terem em sua equipe de repórteres estudantes de graduação dos cursos de comunicação mantidos pelas universidades produtoras dos jornais e de terem como principal público-alvo a comunidade acadêmica, os jornais universitários se diferenciam dos jornais-laboratório por seu caráter institucional. Lopes afirma, em seu livro *Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor* (1989), que uma das características fundamentais dos jornais-laboratório é não ter caráter institucional.

Além disso, esta pesquisa traz ainda motivações pessoais, visto que a autora foi bolsista de um dos jornais pesquisados, o *Jornal da Universidade*, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Acompanhar e colaborar diariamente com a produção de um jornal universitário possibilita um melhor entendimento acerca do funcionamento deste tipo de publicação, além de promover o contato com materiais enviados por outras instituições de ensino – fato que motivou a autora a interessar-se pelo tema.

Este trabalho se propõe a analisar cinco jornais universitários produzidos por universidades federais brasileiras para compreender que características compõem o produto final das publicações estudadas. Algumas das variáveis que serão estudadas neste trabalho são os gêneros jornalísticos que predominam nos textos destas publicações, a tiragem, a periodicidade, o suporte, a prevalência de notícias de interesse interno ou externo à instituição, as informações de caráter institucional, o espaço ocupado por diferentes temáticas e a maneira como a produção científica é retratada. Para atingir estes objetivos, serão realizadas análises do conteúdo dos materiais estudados a partir dos métodos descritos por Bardin (2011).

Integram o *corpus* do trabalho cinco jornais produzidos por universidades federais, um de cada região do país, escolhidos desta forma com o objetivo de possibilitar uma visão nacional sobre a produção de jornais universitários institucionais. São eles: *Jornal da Universidade*, produzido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), *Jornal da UFRN*, produzido pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), *Jornal da UFG*, produzido pela Universidade Federal de Goiás (UFG), *Jornal Beira do Rio*, produzido pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e *Boletim*, produzido pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Dentre as publicações de instituições federais de ensino superior do país, foram escolhidas as cinco que compõem o *corpus* deste trabalho utilizando o desempenho das universidades no Índice Geral de Cursos (IGC) divulgado em 2013 pelo Ministério da Educação (MEC) e produzido com base em dados coletados em 2011. Nos casos em que as universidades melhor colocadas da região não possuíam jornal universitário, escolheu-se a próxima da lista que dispusesse deste tipo de publicação. Este procedimento foi adotado com os jornais das regiões sudeste - em que a UFMG foi a terceira universidade federal melhor colocada, mas as duas primeiras, Universidade Federal do ABC e Universidade Federal de Lavras, não possuíam jornal institucional impresso com periodicidade regular -; norte - em que a Universidade Federal Rural da Amazônia teve desempenho superior, mas não produz publicações impressas -; e na região centro-oeste - onde, a exemplo do sudeste, a Universidade de Brasília, com melhor desempenho no IGC, não apresentava jornal institucional impresso.

O período escolhido compreende as edições publicadas entre janeiro e junho de 2013, totalizando um semestre. Para formar uma amostra representativa do conteúdo dos jornais, serão analisadas as reportagens de capa de cada um, levando em conta que esta costuma trazer o assunto ao qual é dado maior destaque na publicação, checados o gênero jornalístico e os temas predominantes, e então analisados os textos que corresponderem a estes critérios.

Durante a pesquisa para delimitar o *corpus*, foram encontradas diversas universidades de grande porte que não mantinham jornais institucionais impressos. Muitas destas apresentavam informativos eletrônicos ou revistas para cumprir a função dos jornais, mas em algumas ficou evidente a escassez de veículos

informativos. No entanto, não raro as instituições mantinham em seus sites oficiais a informação de que possuíam jornal, mas as últimas edições haviam sido publicadas meses ou até mesmo anos antes. Logo, a simples existência de publicações no formato que este trabalho se propõe a analisar tornou-se um critério determinante.

Em relação a isso, Kunsch (1992) considera que não se pode conceber serviços de comunicação que sejam feitos de forma parcial, ou extemporânea, o que costuma ser agravado quando se trata de organizações públicas, em que mudanças na cúpula diretiva podem provocar o desmantelamento de setores inteiros, descontinuando práticas e programas estruturados em gestões anteriores. Esta é uma conduta bastante equivocada, pois para que um plano de comunicação surta efeito na imagem da instituição junto à sociedade, deve ter continuidade temporal para se consolidar, não podendo estar condicionado à alternância de poder. A permanência e consolidação dos serviços de comunicação devem pressupor sua atualização constante, do contrário, ao invés de contribuir para o sucesso da organização, acabam por representar uma falha em seu funcionamento, arranhando a imagem que se propunham a melhorar.

O objetivo geral do trabalho é analisar os jornais universitários para identificar que fatores contribuem para o produto final das publicações. Para atingir este objetivo, a autora pretende analisar o conteúdo dos jornais utilizando como método a análise de conteúdo, identificando suas características, para compreender as semelhanças e diferenças existentes entre eles. O mesmo método será utilizado ainda para verificar a ocorrência de notícias externas e internas às instituições produtoras dos materiais analisados, além de entender de que forma aspectos como periodicidade, formatos e tamanhos das publicações estudadas contribuem para seu resultado final.

No segundo capítulo do trabalho, “Universidades e comunicação”, as universidades são apresentadas como organizações, e assim é explorada a forma como é desenvolvida a comunicação organizacional, aplicando conceitos deste tema às universidades públicas. Além de tratar dos recursos utilizados pelas instituições de ensino para se comunicar com a comunidade acadêmica e demais setores da sociedade, é abordada ainda a importância de uma comunicação voltada especificamente a este tipo de organização.

Já no terceiro capítulo, “Jornalismo a serviço da ciência”, discorreremos sobre este gênero da comunicação e a sua importância no âmbito das universidades. Aborda-se também a relação única que se dá entre ele e a comunicação institucional em instituições de ensino. Apesar de em outras situações parecerem muito diferentes e distantes um do outro, na comunicação universitária jornalismo científico e comunicação institucional se encontram e trabalham juntos, visto que em um meio em que a ciência em suas mais variadas formas é a grande protagonista, a divulgação dos avanços em pesquisas e projetos cumpre função dupla: trata da produção científica promovendo a democratização do conhecimento, objetivo principal do jornalismo científico, e com isso desempenha ainda o papel da comunicação institucional, visto que o conhecimento é o principal retorno que uma universidade pode dar à sociedade que a mantém, esta retribuição é o cumprimento de sua função social.

No quarto e último capítulo pode ser encontrada a exposição dos procedimentos utilizados na produção do trabalho, apresentação dos dados coletados e o resultado da análise realizada entre os jornais universitários que compõem o corpus do trabalho. Aqui são resgatados os conceitos apresentados nos capítulos anteriores para dar sustentação à análise, podendo ser verificada a maneira como se aplicam os ensinamentos teóricos a respeito do tema no resultado prático das publicações examinadas.

2. Universidades e comunicação

A universidade tem importância fundamental na construção e no funcionamento de nossa sociedade. Ela tem uma relação com o passado, preservando a memória; com o presente, ao transmitir conhecimento e formar novos profissionais; e com o futuro, promovendo o avanço da ciência. É na universidade que os conhecimentos do passado se encontram e complementam novos valores e estilos de vida (Kunsch, 1992).

Por seu caráter interdisciplinar, a universidade interage com maior quantidade de segmentos da sociedade do que qualquer outra organização. Abrigando da elite intelectual à juventude idealista, cientistas de ponta e pensadores críticos, a

universidade é a fonte de ideias e conceitos que vão da fissão nuclear às tendências comportamentais da sociedade contemporânea, servindo como fonte de conhecimento teórico, formação profissional e iniciador de vida social.

Posto isso, fica clara a imensa responsabilidade que as universidades têm para com a sociedade no desempenho de suas finalidades - ensino, pesquisa e extensão. Assim, é necessário que se crie um ambiente cada vez mais aberto ao relacionamento com a sua comunidade, através de um sistema de comunicação dinâmico e eficaz, principalmente em relação à produção científica, visto que no ensino e nas atividades de extensão há um contato direto entre a universidade e a comunidade.

2.1 Comunicação Organizacional

A comunicação está presente em todos os atos da vivência humana e, nas organizações, isto não é diferente. De acordo com Wels (2005), a comunicação está inserida na base das funções administrativas mais variadas, de planejamento a direção e, portanto, é como a alma da organização por estabelecer as relações de entendimento necessárias para que as pessoas possam interagir como grupos organizados para atingir objetivos predeterminados - o que, segundo a autora, define uma organização. Para Berlo (1989), uma organização de qualquer espécie só é possível por meio da comunicação, pois é a comunicação entre os elementos que a compõem que a faz uma organização, do contrário, seriam apenas elementos isolados e desorganizados. Já Palma (1983, p.51) considera a comunicação como o melhor meio para “racionalizar o esforço para estabelecer e manter relações maduras entre a organização e seus públicos”.

Conforme Scroferneker (2000, p.1), a comunicação organizacional “abrange todas as formas de comunicação utilizadas pela organização para relacionar-se e interagir com seus públicos”. Wels (2005) aponta duas perspectivas de comunicação na organização, que se complementam e interagem entre si: a comunicação interna, em que estão envolvidas todas as pessoas que fazem parte da hierarquia e do quadro funcional da organização; e a outra que se refere às relações externas da organização, em que o corpo organizacional é representativo na interação com o meio ambiente. Freitas (2001, p. 40) tem uma visão parecida; para ela, a

abrangência da comunicação na organização é determinada pelo fato de que “a comunicação estabelece o diálogo da organização em âmbito interno e externo”.

2.1.1 Universidade como organização

Para entender as universidades como organizações, Carvalho e Fossá (2004) definem organização como um conjunto de elementos que através de inter-relações e intercâmbios no sistema social global em que está inserida cumpre objetivos e finalidades específicas. Para as autoras, não se trata de um sistema acabado, e sim em constante processo de evolução, tendo como elementos centrais as pessoas que “dão vida às organizações” (p.300). As organizações podem ser classificadas e diferenciadas por fatores como tamanho, objetivos, estruturas, sistemas administrativos, entre outros.

Kunsch (1992) diferencia as universidades de outros tipos de organizações por suas finalidades específicas: promover o ensino, pesquisa e extensão. Estas seriam as principais funções exercidas pelas universidades a fim de formar profissionais capacitados a suprir as necessidades da sociedade. Já conforme a classificação de Carvalho e Fossá (2004), a universidade seria uma organização complexa, formal e burocrática. Complexa por suas dimensões físicas, número de pessoas que atende e influencia, objetivos, relações e funções variados que mantém dentro da sociedade. Formal por todas as suas ações serem norteadas por regras, normas e regulamentos, além do fato de possuir uma hierarquia de cargos que comanda as relações interpessoais. E burocrática por esta ser sua forma de organização, que tem o intuito de, “através de suas regulamentações e normas, gerar uma padronização nos procedimentos organizacionais visando disciplina e eficiência” (Carvalho e Fossá, 2004, p.301).

De acordo com Kunsch (1992), a ideia básica da palavra universidade se apoia na questão da universalidade do saber e da cultura, sentido que pende ao seu superdimensionamento, mas segundo a autora, “não podemos deixar de vê-la como uma organização formal complexa e como parte integrante do sistema social global onde está inserida” (p.19). Neste sentido, a comunicação, como um setor integrante da estrutura organizacional, adquire uma grande relevância. A autora considera que por possuir características e objetivos próprios, as instituições universitárias

necessitam de uma estrutura de comunicação organizacional que se encaixe às suas características específicas.

2.1.2 Comunicação adaptada à organização

Assim como as organizações não são todas iguais, suas políticas comunicacionais também não devem ser. Isto acontece mesmo quando os canais utilizados são os chamados veículos de comunicação de massa. Segundo Rego (1986), isto se deve à constatação de que os grupos sociais não são compostos por pessoas anônimas mas, ao contrário, por indivíduos que interagem entre si, pessoas com individualidades específicas. Por isso, não se pode adotar um modelo comunicacional de maneira aleatória, e sim, um moldado especificamente para as necessidades da organização em questão. Conforme Fachinelli, Rech e Mattia (2005, p.68), para propor e implementar práticas comunicacionais compatíveis com a identidade da organização, em coerência com seus contextos interno e externo, o comunicador precisa compreender a essência da instituição e suas representações, saber de que modo esta essência se manifesta no dia-a-dia da organização.

Para Palma (1994), há uma estreita relação entre a forma como a organização se estrutura administrativamente e sua comunicação - “toda política de comunicação deve estar ligada e dimensionada a partir da estrutura organizacional particular de cada instituição” (p.43). O trabalho desenvolvido pelo setor de comunicação de uma instituição com as características de uma universidade pública é mais amplo e abrangente do que o prestado a uma empresa privada comum. “A universidade, tanto por sua função social ou por sua relação com seu público, quanto pelo “produto” gerado por ela - o saber - exige um direcionamento específico de sistemas comunicacionais” (Amadori, 1998, p.53).

Como explica Amadori (1998), o investimento em comunicação é um investimento em algo abstrato, é difícil perceber o retorno dele advindo. Como o impacto da comunicação não é percebido nos resultados finais, o setor acaba sendo negligenciado pela administração. No entanto, os resultados no campo da comunicação não podem ser medidos em lucros, mas em outras medidas difíceis de mensurar, mas diretamente ligadas aos ganhos financeiros, como aceitação do público e credibilidade.

Credibilidade, aliás, é duplamente importante no contexto do jornalismo institucional, pois além de ser fundamental para o desempenho de qualquer organização, é um dos pressupostos básicos do próprio jornalismo, fundamental a qualquer processo comunicativo. Quando se trata de uma instituição pública, a preocupação com a credibilidade e valores afins torna-se ainda maior, pois seu desempenho é medido por eles, e não em lucros. Construir credibilidade, de acordo com Rego (1986, p.176), é o desafio das organizações, algo que segundo o autor depende da relação entre a identidade de uma empresa e a imagem que é lançada ao público.

Matérias de cunho institucional veiculadas neste tipo de publicação podem ser decisivas para a imagem da organização que a produz. Segundo Amadori (1998), quando lê, depois de selecionar as notícias de acordo com seus interesses, buscando elementos atrativos, o público tende a compará-las com as de outras fontes e interpreta as informações ali contidas de acordo com a forma como foram transmitidas ou a sua veracidade. Assim, quando se trata de uma notícia sobre algo próximo ao leitor, ou até mesmo que lhe diga respeito diretamente, sua leitura será mais atenta, e o conhecimento quanto à veracidade das informações tende a ser maior, sendo possível checar mais facilmente se o que foi dito corresponde à realidade.

2.2 Comunicação em organizações públicas

A implantação e gestão adequada de políticas comunicacionais em organizações se fazem cada vez mais necessárias para promover a comunicação entre as instituições e organizações e a sociedade de um modo geral e, principalmente, com sua comunidade. Tratando-se de instituições públicas, a necessidade é redobrada, visto que estas têm o dever de prestar contas à sociedade sobre o modo como empregam as verbas que recebem. Segundo Amadori (1998, p.40), “essa é, sobretudo, uma necessidade das universidades públicas, que necessitam dessa troca para legitimar sua função social”.

Wels (2005, p.78) traça um panorama da comunicação em organizações públicas em diferentes lugares de acordo com suas características próprias. No Brasil, a proposta de comunicação pública estaria fortemente atrelada ao exercício

através dos meios de comunicação tradicionais, como jornais e revistas. Já na Europa, segundo a autora, este tipo de comunicação é percebido como um processo que envolve Estado, governo e sociedade, mais como um espaço de debates e negociações para a tomada de decisões relativas à vida pública da nação. Nos Estados Unidos, ela esclarece que, vista como o sistema público de informação de uma sociedade democrática, a comunicação pública pode ser definida como o conjunto de mensagens e suportes de comunicação por meio dos quais os cidadãos são informados das atividades do governo, e em contrapartida também expõem suas opiniões, necessidades, etc.

Ampliando os conceitos apresentados, que dizem respeito principalmente à comunicação externa que se dá entre o setor público e a população, Torquato (2002, p.121) traz também características da comunicação interna e externa ao traçar um roteiro do desenvolvimento da comunicação em organizações públicas. Em primeiro lugar, o autor coloca a comunicação como forma de integração interna, cuja função é o ajustamento organizacional, ou seja, tem a tarefa de abastecer os ambientes internos com fontes de informação para, além de manter informados, também motivar e integrar os diferentes setores para atingir objetivos comuns.

No segundo item, é trazida a comunicação como forma de expressão de identidade. Aqui a sua função é construir e proteger a imagem e a credibilidade da instituição. Depois vem a comunicação como a origem da difusão de valores, processo que se inicia internamente e depois é projetado para o exterior. O autor dá seguimento mostrando a comunicação como base de cidadania, por dar direito à informação, de acordo com o pressuposto de que promover a comunicação é um dever da administração pública, bem como um direito dos usuários e consumidores de seus serviços.

Depois, o autor apresenta a comunicação com a função de orientar o discurso dos dirigentes, o que é considerado por ele como uma das funções mais importantes, pois, além do fato de oferecer orientação à chefia, exige dos comunicadores alguns atributos como qualificação e bagagem cultural, para que possam assumir um posto de assessoria estratégica na organização. Já a comunicação com função de mapeamento dos interesses sociais é a que tem a tarefa de desenvolver pesquisas, traçando a base para qualquer estudo e

planejamento, que vise a atender às expectativas da comunidade com a qual a instituição se relaciona.

Torquato (2002) traz ainda a comunicação como modo de orientação aos cidadãos, cuja função é servir como fonte de educação, transmissão e construção de valores e ideias. Depois é mostrada a comunicação com a função de compartilhar informações para promover a democratização do poder. Aqui, o autor argumenta que detém poder quem tiver mais informações, portanto, com a difusão de informações, ocorre uma repartição do poder. No penúltimo item do roteiro, é apresentada a comunicação como forma de integração social, integrando comunidades e unindo-as em torno de um mesmo ideal. Encerra a lista a comunicação usada a serviço da verdade, com função ética.

2.3 Comunicação pública

Expressão com múltiplos significados, a comunicação pública é apresentada por Brandão (2009) como sendo “um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (p.9). Monteiro (2009) lembra que, apesar da tendência a associar a comunicação pública exclusivamente àquela praticada por órgãos do governo, ela também é feita por movimentos sociais, organizações do terceiro setor e empresas privadas com ações sociais que vão além de seus negócios privados.

Duarte (2009) apresenta as diferentes nuances que a comunicação pública pode ter de acordo com o setor que a pratica. No setor público, o pressuposto da transparência é incorporado. Aqui, a comunicação pública tem grande potencial de desenvolvimento, mas pode se relacionar à busca de visibilidade e legitimidade, assumindo viés político ou de promoção institucional. No terceiro setor, atua como um meio natural de dar viabilidade ao atendimento das necessidades da sociedade - muitas vezes complementando ou até mesmo substituindo o papel do Estado. Já na área privada, onde é menos identificada, a comunicação pública pode ser apenas uma estratégia de marketing, ou então estar ligada ao compromisso institucionalizado com a responsabilidade social da organização.

Conforme Duarte (2009, p.61), para ser assim denominada, a comunicação pública precisa estar associada ao esforço de melhorar a vida das pessoas através

da comunicação, devendo para isso colocar o cidadão no centro do processo comunicacional, não se limitando à garantia de seu direito à informação e expressão, mas também respeitando suas características e necessidades e estimulando a sua participação ativa, racional e corresponsável. Logo, “praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas”.

São definidos por Monteiro (2009, p.35) como princípios da comunicação pública:

- o direito do cidadão à informação, como base para o exercício da cidadania;
- o dever do Estado de informar, zelando pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social daquilo que divulga;
- a comunicação pública como instrumento de diálogo, interatividade e envolvimento do cidadão nas políticas públicas e não como instrumento de promoção pessoal dos agentes públicos;

- a importância da qualidade na comunicação dos serviços públicos e dos valores da ética, transparência e verdade.

Para complementar este conceito e torná-lo menos vago, Brandão (2009) apresenta algumas diferentes áreas de conhecimento e atividade profissional às quais a comunicação pública está ligada. A primeira delas é a comunicação organizacional, definida pela autora como

[...] área que trata de analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, buscando estratégias e soluções. Sua característica é tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos e construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas (2009, p.1).

Assim, sob esta acepção, a comunicação pública seria um processo de comunicação voltado à esfera pública, tendo como objetivo atingir os diversos públicos das corporações com o intuito de vender (um produto, uma imagem, uma ideia) obtendo lucro financeiro, *status* ou poder.

A segunda é a identificação da comunicação pública com a comunicação científica, que têm em comum a noção de compromisso público e de prestação de contas à sociedade. De acordo com a autora, a produção e divulgação do conhecimento científico passaram recentemente a incorporar preocupações sociais, econômicas, políticas e corporativas que vão além dos limites da ciência pura, fazendo com que as instituições de pesquisa precisem expandir o alcance de sua divulgação científica. São citados alguns destes fatores:

- a preocupação com o papel social da ciência na sociedade;
- o aumento da competitividade entre equipes e instituições de pesquisa em âmbito nacional e internacional;
- os vultosos investimentos em dinheiro, tempo e capacitação dos pesquisadores;
- a premissa de que o acesso às informações de ciência e tecnologia é fundamental para o exercício pleno da cidadania;
- a necessidade de posicionar a ciência no que se refere às decisões políticas e econômicas do país e, por conseguinte, a necessidade de legitimação perante a sociedade, o que significa despertar o interesse da opinião pública, dos políticos, da sociedade organizada e, principalmente, da mídia (Brandão, 2009, p.4).

Também é apresentada a identificação da comunicação pública com a comunicação do Estado ou governamental, à medida em que ela atua como um instrumento de construção de agenda pública, prestação de contas, estímulo ao engajamento da população em suas políticas, reconhecimento de ações, provocação do debate público e levar ao conhecimento da opinião pública ações, projetos e políticas que realiza. De acordo com esta visão, a comunicação pública pode ser compreendida como um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania (Brandão, 2009, p.5).

Apesar de este não ser o objetivo dos autores, fica clara com esta conceituação a identificação da comunicação pública com a comunicação realizada nas universidades analisadas neste trabalho. Partindo do princípio de que está ligada às comunicações organizacional, científica e governamental, estão assim contempladas características das universidades, visto que são organizações públicas voltadas à produção de conhecimento científico.

2.3.1 Comunicação institucional

Não basta apenas que uma organização desempenhe bem o seu papel, ou tenha um bom produto, é preciso que ela se apresente e se identifique, para que a sociedade saiba disto, ou então a responsabilidade social da organização não estará sendo cumprida. Vista por Zémor (2009) como uma das funções assumidas pela comunicação pública, a comunicação institucional objetiva mostrar ao público o papel da organização, afirmando sua identidade e imagem, prestando contas do conjunto de suas atividades e possibilitando o acompanhamento das políticas da

instituição. É, assim, uma comunicação global, que deve se preocupar com os aspectos internos e externos.

A comunicação institucional, segundo Kunsch (2003, p. 164), “está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserida”. Para a autora, ela se insere no composto da comunicação integrada, formada ainda por outros três componentes - a comunicação administrativa, que ocorre dentro da organização e engloba as redes formal e informal, além dos fluxos de comunicação da administração com os funcionários; a comunicação interna, paralela à administrativa, que busca o envolvimento dos colaboradores com a organização; e a comunicação mercadológica, responsável pela projeção dos produtos ou serviços de uma organização (Kunsch, 1992).

Como se trata de um processo de integração comunicativa entre todas as áreas do composto, a comunicação institucional também se encontra diretamente relacionada com a mercadológica e com a administrativa, sendo a responsável direta pela construção de forma positiva e forte da imagem e identidade de uma organização. Quando bem feita, a comunicação institucional possibilita um retorno em forma de credibilidade, confiança e simpatia dos mais diferentes públicos em relação à organização.

Visão que é partilhada por Zémor (2009), para quem identidade é o ponto central da comunicação de um emissor institucional, pois é ela que determina ao mesmo tempo o clima interno e a presença externa. O autor considera que a identidade de uma instituição de serviço público - como são as universidades federais que tem seus jornais institucionais aqui analisados - é fundada sobre o sentimento de pertencimento de seus funcionários, e portanto, dificilmente dissociável de sua legitimidade. Isto porque a imagem que o agente público tem de seu papel é determinada pela que o cidadão tem da função pública. “Se o diálogo deve acompanhar o procedimento, é no momento em que se dá a oferta do serviço que pode acontecer, com uma legitimidade renovada, uma identificação da instituição pública” (Zémor, 2009, p. 238).

2.3.2 Comunicação como fator de legitimação

De acordo com Barichello (2001), as instituições são legitimadas por seus papéis particulares na sociedade, precisando se modificar para relegitimar suas funções à medida que o contexto em que estão inseridas se modifica. Com as universidades, não é diferente. Na Idade Média, com a quebra da ordem de tradição da narrativa oral e a instalação de um novo saber, a universidade surgiu como a casa deste novo conhecimento, responsável por renová-lo, transmiti-lo e legitimá-lo. À época, a maioria das universidades nasceu ligada à Igreja, e mesmo aquelas instituídas de outras formas dependiam de autorização do Papa para funcionar, o que as colocava em uma posição de templos do saber, com uma aura de autoridade e sacralidade características da sociedade à qual pertenciam.

Na Idade Moderna, ocorreu a complexificação da instituição universitária, atenção especial passou a ser dada à ciência, vista como auto-referente e legitimada pela filosofia. O Estado passou gradativamente a responsabilizar-se pela manutenção das instalações, funcionários e professores das universidades, promovendo a democratização do ensino, processo que teve seu auge com a hegemonia dos Estados-Nação.

Atualmente, a ciência é tida cada vez mais como uma tecnologia intelectual, colocando o saber como principal força de produção para o desenvolvimento dos países e a geração de conhecimento como um elemento estratégico para a obtenção de poder. Diante das novas interações que se dão entre sociedade, tecnologia e mercado, a administração das universidades, por sua vez, está passando a se apropriar de aspectos mercadológicos, o que altera sua forma organizacional, exigindo uma postura semelhante à de uma organização de mercado.

Agora, acompanhando a racionalidade mercadológica em vigor, apenas a função não basta para conferir legitimidade, é preciso também desempenho. Para se adaptar às mudanças da contemporaneidade, aumenta a importância da exteriorização da relação entre o saber produzido nas universidades e a sociedade para justificar as práticas destas instituições. Assim, a comunicação se coloca como um meio de estabelecer relação mais complexa com a sociedade, dando visibilidade às instituições universitárias (Barichello, 2001).

Para Kunsch (1992, p.126), se não comprovarem seu trabalho com resultados concretos, dificilmente as universidades continuarão contando com apoio para serem sustentadas pela sociedade. Elas precisam deste apoio, mas nem sempre as conquistas e descobertas que solucionariam problemas de toda ordem são percebidas pela população, justamente em razão da ausência de uma política comunicacional mais transparente.

Como centro de produção sistematizada de conhecimento, a universidade deve canalizar suas potencialidades para contribuir para o aperfeiçoamento da vida da comunidade onde está inserida. Kunsch (1992) defende que é preciso que as universidades não apenas pensem em planos estratégicos para atender às demandas à medida que forem surgindo, mas que se preparem para administrar as mudanças que ocorrem na sociedade, participando ativamente ao invés de tentar acompanhar quando já estão em curso - e seu setor de comunicação tem a incumbência de transmitir ao restante da sociedade esta preocupação.

Por meio da comunicação, podem ser renovados os programas de ordem científica e cultural, com a difusão junto à opinião pública dos progressos (ou até mesmo dos entraves encontrados), das pesquisas, dos debates e das ideias gerados em todas as áreas da ciência, sejam elas exatas, tecnológicas, artísticas, sociais ou culturais. Assim, com um programa comunicacional alinhado à produção científica de forma estruturada, as universidades poderão manter e até mesmo recuperar seu papel e sua dimensão no contexto de transformações por que passa o mundo atualmente.

2.4 Comunicação em universidades e divulgação da produção científica

A concepção de universidade como “ilha do saber” pode facilmente levar ao seu isolamento em uma ilha de reclusão. Para não cair nesta armadilha, é preciso criar pontes entre universidade e sociedade, que podem ser construídas através da comunicação. Trata-se do cumprimento de sua função social, pois se estas instituições têm como uma de suas finalidades básicas a realização de pesquisas, também têm o dever de transmitir de forma aberta, a toda a população, o conhecimento delas advindo.

Kunsch (1992) defende que é preciso democratizar a universidade, pois é injustificável que a produção científica permaneça enclausurada em arquivos e prateleiras, com acesso restrito a poucos privilegiados, visto que se não for posto em prática, se não for compartilhado, o conhecimento perde sua utilidade. Em um contexto em que o trabalho científico é mais transparente, os projetos de pesquisas individuais e institucionais são muito mais pensados e avaliados, não servindo apenas para avançar na carreira acadêmica ou avançar na hierarquia de títulos universitários, e sim, para intervir na sociedade, contribuindo para as suas transformações.

Para a autora, não há melhor forma para promover esta democratização do que a comunicação, que se bem estruturada constitui um canal de diálogo dentro e fora da universidade.

Acreditamos que, se a universidade adotar uma política de transparência no que se refere ao que é produzido por ela em termos de pesquisas e produção científica, haverá um melhor delineamento dos projetos de investigação e um maior cuidado não só na elaboração de seu conteúdo, mas também quanto ao investimento realizado, tanto no nível pessoal do próprio investigador como no da relação custo-benefício para a universidade e, conseqüentemente, para a sociedade (Kunsch, 1992, p.125).

Conforme vimos, o modelo de comunicação de cada organização deve ser pensado para atender às suas necessidades específicas. Logo, em uma organização voltada à produção do saber, que tem a obrigação de difundir o conhecimento que produz, a presença do jornalismo científico é indispensável, visto que é por definição um mecanismo de divulgação e esclarecimento da ciência. Em publicações universitárias, a prática do jornalismo científico é algo tão natural, que muitas vezes não é percebida claramente. Isto ocorre pois, se considerarmos que a função da universidade é produzir conhecimento, e que o objetivo da comunicação institucional é, conforme Zémor (2009), mostrar ao público o papel da instituição, afirmar sua identidade, prestar contas de suas atividades e promover o acompanhamento de suas políticas, logo a ciência não está presente apenas em matérias explicitamente de jornalismo científico, mas permeia todo o material de cunho institucional produzido pelas universidades.

3. Jornalismo a serviço da ciência

Para conceituar jornalismo científico, Schäffer (2000, p.83) o diferencia de comunicação científica, que segundo a autora é como se denomina a “comunicação dos cientistas entre seus pares, e não a um público leigo”. Sendo assim, o jornalismo científico seria o “fluxo de informações sobre ciência que chegam à sociedade”. No entanto, a comunicação entre cientistas está na origem do jornalismo científico. Ao lado do *Journal des Sçavans* (que data do mesmo ano), que circulava na França, *Philosophical Transactions*, criada em 1665 pela *Royal Society*, de Londres, é considerada a primeira revista científica da história, visto que o *Journal des Sçavans*, apresentava conteúdo científico, mas estava mais voltado à crítica literária. De acordo com Costa (2001), *Philosophical Transactions* tratava-se de uma publicação feita por e para cientistas, sem a preocupação de tornar os textos compreensíveis à sociedade leiga, mas mesmo assim o interesse de pessoas comuns pelas informações ali contidas impulsionou o desenvolvimento do jornalismo científico como conhecemos hoje.

3.1 Origem

A história do jornalismo científico remonta a meados do século XV, quando grupos isolados de cientistas se reuniam em bares e cafés para discutir filosofia. Com o passar do tempo, estes grupos isolados passaram a se reunir em sociedades e clubes, e na Inglaterra - considerada berço da divulgação e jornalismo científico - a principal destas agremiações era a *Royal Society*. Lá, além de participar dos debates na sede, “alguns cientistas ficavam em casa lendo obras do mundo inteiro, enquanto outros viajavam para o exterior para observar e discutir diretamente o que estava sendo produzido” (Schäffer, 2000, p.83). Assim, era intensa a circulação de cartas comunicando ou debatendo novas ideias e descobertas.

Paralelo a este movimento, o advento da imprensa de tipos móveis em meados do século XV também exerceu grande importância no nascimento do jornalismo científico. Apesar de haver cerca de dois séculos separando o momento em que Johann Gutenberg e seus associados publicaram, em 1455, o primeiro livro completo impresso na máquina de tipos móveis (a Bíblia de Gutenberg) e a

publicação da *Philosophical Transactions*, em 1665, é preciso lembrar que naquela época os processos de transformações sociais aconteciam de maneira bem mais lenta do que hoje, o que faz com que dois séculos não representem um intervalo de tempo demasiado grande como uma análise superficial poderia considerar (Costa, 2002).

Retomando o movimento de formação de sociedades científicas, na segunda metade do século XVII, o trânsito de informações e o número de pessoas envolvidas havia aumentado muito, o que tornou necessária a produção de cópias para distribuição. Conforme Schäffer (2000), embora o manuscrito continuasse a ser utilizado nos séculos seguintes (principalmente em comunidades menores), as primeiras publicações científicas nasceram, em geral, no final da segunda metade do século XVII, já produzidas com a invenção de Gutenberg. Inicialmente meros “conjuntos de artigos de pesquisas de diversos autores, reunidos de tempos em tempos, impressos e distribuídos sob um só título” (Schäffer, 2000, p.84), as publicações foram sendo aprimoradas tanto em termos de rigor científico e requisitos para seleção do material a ser publicado, quanto no sentido de expandir o alcance das informações ali contidas, com maior circulação e linguagem mais acessível. “Por isso não é exagero dizer que o surgimento da imprensa no século XV não só impulsionou a difusão da ciência como também possibilitou o surgimento do jornalismo científico no século XVII” (Oliveira, 2002, p.17).

3.2 Funções e princípios

O jornalismo científico é, basicamente, a tradução da ciência pelo jornalismo. Como gênero jornalístico, é regido por princípios comuns a qualquer outro tipo de jornalismo:

clareza, concisão, objetividade, interpretação (no sentido de ‘comunicar de maneira inteligível’), democratização da informação (contendo naturalmente uma função pedagógica). Ele pode, isso sim, deixar que predominem algumas dessas características ou possuir algumas particularidades legadas pela ciência, sua matéria-prima (Schäffer, 2000, p.91).

Ideias semelhantes são apresentadas por Peruzzolo e Pippi (2003), para os quais, o jornalismo científico, enquanto prática jornalística envolvida com o tema ciência, utiliza-se das mesmas características do fazer-jornalístico voltado para qualquer

outro tema ou assunto. “Apuração, redação e edição de notícias e reportagens são idênticas porque o jornalismo é uma prática universal, porém, dependendo da especificidade do tema envolvido, os passos para a produção de um produto jornalístico podem variar” (Peruzzolo e Pippi, 2003, p. 12).

Segundo Marques de Melo (2006), o jornalismo científico deve ser uma atividade principalmente educativa, promovendo a popularização do conhecimento através de uma linguagem capaz de permitir o entendimento das informações por cidadãos comuns. Além disso, deve ainda despertar o desejo de conhecimento pelos processos científicos completos, em sua totalidade, realizando assim um trabalho de iniciação ao mundo do conhecimento – sem, contudo, deixar de discutir a política científica. Existem alguns critérios que, para Burkett (1990, p. 50), devem determinar a seleção das notícias no jornalismo científico. São eles: a importância do assunto para a vida diária da população; o significado para o desenvolvimento da ciência; o pioneirismo (descobertas científicas) em determinadas áreas; proximidade com a realidade da comunidade, isto é, a divulgação do conhecimento científico local; pesquisas que geram conflitos de opiniões, teorias e pontos de vista entre cientistas que estudam o mesmo tema.

Ainda de acordo com Marques de Melo (2006), o jornalismo científico é aquele que se dedica ao mundo da ciência, “uma parte do real – aquela que ocorre nos laboratórios de pesquisa, que, por sua vez, só se torna notícia quando desperta sensação” (2006, p.116), o que talvez explique o porquê de este gênero jornalístico ocupar espaço marginalizado na grande mídia. Ligadas a este conceito, e moldadas por ele, estão três características funcionais do jornalismo científico apontadas pelo autor contraditórias às suas funções principais expressas anteriormente. A primeira delas refere-se à aura de sacralidade que reveste a pesquisa científica, contribuindo para reforçar as estruturas de poder deste meio, e não para democratizar o conhecimento. A segunda diz respeito à neutralidade da ciência, alimentada pelo hábito de noticiar apenas resultados isolados, sem divulgar os processos que os originaram, ações que dependem e são influenciadas pelas demais instâncias da sociedade na qual as pesquisas estão inseridas. A terceira característica é o preconceito da ciência, decorrente da função de geradora de tecnologia para a reprodução do capital que a ciência tem na sociedade capitalista, o que faz com que

o jornalismo científico atue como divulgador de fatos ligados às ciências básicas e aplicadas, muito mais do que às ciências humanas.

Para romper com a aura de sacralidade da ciência, o jornalista científico deve ter sempre uma visão crítica e interpretativa da ciência, o que não significa que deva entrar em conflito com os cientistas, mas sim não depender cegamente das fontes, reproduzindo na íntegra o que lhe é passado. Como em qualquer editoria, é preciso conhecimento prévio sobre o assunto e, principalmente nesta área, não ter vergonha de pedir explicações mais detalhadas, afinal, para que o texto seja de fácil entendimento para os leitores, é preciso primeiro que o jornalista entenda sobre o que está escrevendo. Assim, com jornalismo científico de qualidade, é possível desmitificar a imagem maniqueísta que o senso comum carrega da ciência, demonstrando que “fazer ciência e tecnologia é, acima de tudo, atividade estritamente humana, com implicações diretas nas atividades socio-econômicas e políticas de um país” (Oliveira, 2002, p.14).

Para conquistar o público mesmo em meios de comunicação de massa ao falar de ciência sem precisar usar sensacionalismo, Schäffer (2000) recomenda que não se utilize pesquisas ou teorias como gancho para a notícia, o que exige que em alguns casos se “fabrique” o fato jornalístico. Ao invés disso, a autora sugere “buscar na comunidade e nos interesses dos leitores/receptores um fato que possa ser subsidiado ou exemplificado por algum estudo” (Schäffer, 2000, p.81). Afinal, a produção de conhecimento científico permeia todas as ações de nosso dia a dia, ainda que nem sempre percebamos.

Quanto à importância da contextualização nesta área, Sparremberger (1998, p. 15) afirma que a descontextualização do fato divulgado é considerada um obstáculo. “Contextualizar as informações é uma atitude essencial, já que o jornalismo científico deve constituir-se num elo de ligação entre a ciência e a sociedade”. Reis (1972) também chama atenção para o assunto, afirmando que é preciso colocar a informação específica dentro de um contexto maior para que o leitor compreenda a importância e significação do que ele encerra.

De acordo com Hernando (1977), o jornalismo científico cumpre com seis funções básicas: “informativa, educativa, social, cultural, econômica e político social.” Em consonância com os mesmos conceitos, Peruzzolo e Pippi (2003) consideram que o jornalismo científico, ao informar, complementa e atualiza conhecimentos e,

neste sentido, educa; ao transmitir conhecimento, atua diretamente sobre a sociedade e a cultura, determinando escolhas econômicas e, mais além, opções político-ideológicas. Assim, percebemos a importância social da prática jornalística relacionada à apuração de notícias e reportagens de caráter científico e tecnológico.

Como afirma Adeodato (1987, p.44), “o jornalismo científico é um fator de crescimento da ciência - um instrumento para democratizar o conhecimento, um meio de elevar o nível cultural, científico e educativo de um país”. Assim, o jornalismo científico institui-se como uma importante forma de divulgação científica e tecnológica porque o faz através da narração jornalística, traduzindo e mediando o contato entre os leitores e o mundo da ciência. Visto que o jornalismo científico se insere no âmbito da divulgação científica, segundo Bueno (1988, p.24), o que os distingue na prática são “as características particulares do código utilizado e do profissional que o manipula”. Se for um especialista, é provável que faça uso de um código mais direcionado a sua área, o que não ocorre quando o texto é produzido por um jornalista, comprometido com um estilo de redação claro e objetivo.

3.3 Cientistas e jornalistas

Marques de Melo (2006) considera muito importante diferenciar os papéis de cientista e jornalista, pois ao primeiro cabe produzir o conhecimento, enquanto ao segundo cabe divulgá-lo e popularizá-lo. Oliveira (2002) também aponta algumas diferenças de linguagem e finalidade entre os universos jornalístico e científico:

- enquanto o cientista produz trabalhos dirigidos para um grupo de leitores restrito, específico e especializado, o jornalista pretende atingir o grande público;
- a redação do texto científico é produzida atendendo a rígidas normas de padronização e normatização universais, além de ser desprovida de atrativos, já a escrita jornalística deve ser coloquial, amena, objetiva e simples;
- a produção de um trabalho científico é resultado não raro de anos de investigação, enquanto a jornalística costuma ser rápida e efêmera;
- o trabalho científico normalmente encontra amplos espaços para publicação em revistas especializadas, o que permite uma linguagem prolixa, enquanto o texto jornalístico precisa se encaixar em espaços cada vez mais restritos, e por isso deve ser enxuto, sintético.

A partir da comparação, a conclusão é a de que as duas áreas são distintas, mas é possível ocorrer a junção entre ambas, visto que o jornalismo usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade, fazendo uma espécie de tradução dos enunciados inerentes ao campo científico, aproximando a ciência do grande público.

Conforme vimos, apesar de seu compromisso com a crítica, a relação do jornalista com o cientista não é necessariamente permeada por tensão ou oposição. Na verdade, de acordo com Pfeffer (2011), esta relação é mais simbiótica, pois o processo de divulgação científica envolve a negociação de interesses e valores entre eles. E segundo o autor, os valores centrais da atividade jornalística não se contrapõem aos da comunidade científica - “universalidade, compartilhamento, desapego material e ceticismo sistemático e comportamento ético”. Os dois grupos teriam ainda outras semelhanças, como por exemplo, seus objetivos: buscar

o avanço do conhecimento e a divulgação da produção científica e tecnológica que possa garantir o desenvolvimento social. Apesar da diversidade de forma, de linguagem e de abrangência do conteúdo, não resta dúvidas de que cientistas e jornalistas têm em comum a responsabilidade social no processo de democratização da informação. Cabe a ambos uma postura educativa na comunicação pública da ciência (Pfeffer, 2011, p. 20).

3.4 A sedução da ciência fantástica

Martha San Juan França (2005) aponta algumas características do jornalismo científico no início de sua prática que perduram ainda hoje. O princípio norteador deste gênero jornalístico é desde seus primórdios a divulgação do conhecimento científico, com caráter educativo. O objetivo desta divulgação seria, por sua vez, a aproximação de cientistas e sociedade, com a diminuição do abismo existente entre eles.

Para ilustrar a visão de jornalismo científico no início do século passado, a autora conta a história do jornal norteamericano *Science Service*. Criado em 1921, o jornal ditou as bases do jornalismo científico moderno, servindo de modelo de como escrever sobre ciências. Para seu primeiro editor, Edwin Emery Slosson, foi grande o desafio de falar sobre o assunto em um período em que aconteciam paralelamente uma crescente especialização da ciência e a ascensão da cultura do entretenimento.

Diante deste cenário, o plano de Slosson era “apresentar a informação científica de um modo que a fará tão atrativa quanto a desinformação que agora ocupa o campo” (França, 2005, p.34). Para tanto, as notícias deveriam ser enxutas, enaltecer os aspectos extraordinários da ciência, tratando de fatos superlativos (o maior, o menor, o mais rápido, o mais quente, o mais frio, o mais distante, etc), e explorando os “heróis” da área. Além disso, deveriam também apresentar elementos de interesse humano, com pitadas de emoção e linguagem didática e educativa, para mostrar como as atividades de homens sisudos de jaleco branco lidando com tubos de ensaio em laboratório estavam ligadas à vida diária dos leitores.

Atesta a prevalência desta visão de jornalismo científico herdada de séculos passados, uma pesquisa realizada entre 2002 e 2003 envolvendo Argentina, Brasil, Espanha e Uruguai, parte do Projeto Ibero-Americano de Indicadores de Percepção Pública de Ciência. O resultado do trabalho revelou que no imaginário social da população dos países pesquisados a ciência está ligada a “grandes descobertas”, condição de “avanço técnico” e fonte de “melhoria de vida humana” - em consonância com os princípios ditados por Slosson nos primórdios do jornalismo científico.

Mas e quando o público-alvo está também dentro das próprias universidades, assim como os tantas vezes descritos como inatingíveis cientistas? Este é o caso dos jornais universitários, e aqui, como o leitor não costuma ser completamente leigo, o objetivo de popularização cede um pouco de seu espaço à divulgação. E por se tratar de um público mais próximo da realidade retratada, diminuem a dificuldade de promover a aproximação entre os leitores e os cientistas, e a necessidade de apresentar o fator de “interesse humano” e sensacionalismo que, segundo Slosson, seriam necessários para atrair a atenção dos leitores. No entanto, não podemos esquecer do fato de que ainda que pertençam a um mesmo meio (o acadêmico), os cientistas e os leitores nem sempre pertencem às mesmas áreas, e por melhor graduado que seja um acadêmico de ciências humanas, certas descobertas de astrofísica, ou de engenharia, por exemplo, ainda soariam como grego para ele - ou então como alguma outra língua, se estivermos falando de um estudioso de línguas clássicas.

Falta de entendimento acentuada pela crescente especialização que, para Santaella (2006), é da natureza da própria ciência. O desenvolvimento tem se

intensificado desde meados do século XIX, principalmente a partir dos anos 1950. Com isso, a complexidade científica cresceu à medida que expandiram-se os ramos das ciências - aprofundaram-se as especialidades destes ramos. Além disso, deve ser considerado o fato de que novas descobertas não significam que as teorias anteriores serão simplesmente abandonadas, mas sim, que serão transformadas e, muitas vezes expandidas, gerando uma maior densidade da esfera científica e de seu papel na sociedade.

Por isso, a autora considera que o quadro das ciências atualmente é extremamente intrincado e indiscernível.

O nível de especialização de cada campo das ciências e de ramos dentro de uma mesma ciência é tão profundo que cientistas, mesmo quando trabalham em áreas vizinhas, não são mais capazes de acompanhar ou compreender as pesquisas de seus colegas. O quadro geral das ciências tornou-se tão denso e o diálogo entre cientistas tão intransponível que a metáfora da torre de Babel parece adequada para definir esse estado de coisas (Santaella, 2006, p. 83).

3.5 Jornalismo científico e universidades

Conforme Sparremberger (1998), no Brasil, a prática do jornalismo científico coincide com o surgimento das universidades, na década de 30, logo, é antiga e profunda a relação entre eles. Kunsch (1992) afirma que a universidade tem a responsabilidade de divulgar suas pesquisas, já que é um centro por excelência de criação e reprodução de novos avanços científicos e tecnológicos. Tem, por isso, “a missão de democratizar suas conquistas, tornando-as acessíveis à sociedade” (1992, p. 78). De acordo com a autora, as universidades precisam se organizar e criar condições para que a sua produção científica chegue ao conhecimento da comunidade - fato que se acentua no caso de universidades públicas, que além de suas pesquisas, têm ainda todas as outras atividades que desenvolve financiadas com verbas públicas, o que faz com que aumente a responsabilidade de dar retorno à sociedade que as mantém.

Oliveira (2002, p.13) chama atenção ao papel duplo que instituições governamentais têm na promoção do desenvolvimento científico. Por grande parte das verbas e investimentos em ciência e tecnologia serem provenientes dos cofres públicos, é reforçada a importância de retornar com benefícios à sociedade que, ainda que indiretamente, financia este desenvolvimento. Não é descartado aqui o

fato de que o grau de desenvolvimento científico de um país está fortemente ligado à melhoria da qualidade de vida de sua população, mas para além deste retorno, consideramos que é preciso ainda prestar contas de forma menos abstrata, através da informação. Esta visão é reforçada por Costa (2001), para quem o jornalismo científico é, principalmente, uma forma de se fazer utilidade pública, “pois o cidadão tem o direito constitucional a informação” (Costa, 2001, p.133). Assim, a divulgação científica deve partir principalmente de suas fontes primárias: os órgãos governamentais, enquanto responsáveis pelo planejamento e pela distribuição dos recursos; “e sobretudo da comunidade científica concentrada nas universidades e instituições de pesquisa, responsáveis pela produção de ciência e tecnologia” (Oliveira, 2002, p.14), visto que, no processo básico de comunicação social, os detentores das informações primárias cumprem o papel de emissores das mensagens.

Quanto à formação do jornalista científico, são apresentados motivos para que ela ocorra por meio da universidade, e não apenas da prática no mercado de trabalho. Marques de Melo (2006) acredita que a prática oferece uma absorção acrítica dos padrões de produção da notícia, desprovida dos pressupostos históricos, filosóficos, sociais e econômicos fornecidos pela academia – local destinado não apenas à transmissão de conhecimento, mas também à produção e pesquisa. O autor defende ainda que não é preciso que o jornalista seja especialista para fazer um jornalismo científico de boa qualidade, pois um bom profissional “deve ser capaz de codificar qualquer informação para o grande público, independentemente da sua especificidade” (Marques de Melo, 2006, p.119). Oliveira (2002, p.56) reforça esta visão ao afirmar que “é no nível universitário que os futuros jornalistas têm a melhor chance para conscientizar-se da relevância da ciência e da tecnologia”.

No entanto, o papel da universidade na construção de um novo jornalismo científico não se limita à criação de uma disciplina dedicada ao tema no currículo de graduação, pois, segundo Marques de Melo (2006), isto (como medida isolada) em nada altera no processo de formação, além de reforçar as distorções vigentes. Aliás, o principal passo a ser dado pelas universidades tampouco estaria no campo do jornalismo, e sim na dessacralização de seus laboratórios de pesquisa e

humanizando os seus cientistas, tornando-os abertos e acessíveis aos jornalistas que também ali se formam. Deste modo, a ciência pode se converter no principal objeto da produção jornalística experimentada na universidade, que a confrontaria criticamente com o conjunto da sociedade. Além de escancarar as portas da universidade para que a população (que a financia) acompanhe e avalie o conhecimento que aí se produz, os cientistas disporiam de canais de percepção sobre a projeção comunitária do seu trabalho e sua utilidade social (Marques de Melo, 2006, p.120).

O autor ainda defende que o exercício competente do jornalismo científico depende da parceria intelectual que deve ser firmada entre jornalistas e cientistas.

Além da parceria entre jornalistas e cientistas, deve ser considerado ainda outro fator importante para a prática de um jornalismo científico bem-sucedido: o público ao qual se destina e seus interesses. Kriegbaum (1970, p.201) considera que o público tem interesse apenas num “resumo altamente condensado dos resultados”. No entanto, a partir de sua pesquisa sobre os interesses e percepções de estudantes universitários acerca do jornalismo científico praticado na Universidade Federal de Santa Maria (RS), Sparremberger (1998, p.24) afirma que

os universitários querem saber mais sobre os procedimentos e os conhecimentos empregados na pesquisa, a maneira pela qual chegou-se às conclusões. Enfim, mais detalhes que permitam a compreensão do trabalho e não, apenas, o conhecimento de seus resultados.

Logo, podemos perceber a comunidade acadêmica como um público diferenciado que, pela proximidade de atividades e por estar inserido em um ambiente de produção de conhecimento, demonstra interesse pelo processo e não apenas pelo resultado. Assim, a prática de jornalismo científico em universidades deve também se dar de forma diferenciada, levando em consideração o interesse de seus leitores e acompanhando o desenvolvimento dos projetos e pesquisas ao invés de apenas apresentar um resumo do que já está terminado.

Entretanto, Schäffer (2000) lembra que a divulgação de pesquisas ainda não concluídas é vista com reservas por parte de cientistas, principalmente “devido ao alto grau de competitividade por descobertas, pelo ineditismo na publicação e pela exatidão das informações fornecidas, de forma que não comprometam os cientistas” (Schäffer, 2000, p.84). Da parte dos jornalistas, a divulgação de pesquisas em andamento, sem resultados, ou com resultados cuja aplicação ainda não é óbvia, segundo a autora, também não desperta muito interesse. Ainda que, antes de ser anunciado, um fato científico passe por um ciclo de trabalho do pesquisador que coletou os dados, fez experiências e processou informações, isto não exclui a

possibilidade de produção de notícias científicas desde os momentos iniciais do trabalho - ainda que isto exija uma criatividade maior por parte dos jornalistas, que podem trazer à tona curiosidades sobre o dia a dia da produção científica, ou mudar o enfoque para falar dos próprios pesquisadores e de seu ambiente de trabalho (Schäffer, 2000).

Desta forma, além de atender às demandas de interesse de seu público-alvo, o jornalista científico pode também proporcionar trocas de saberes que podem enriquecer as pesquisas que divulga. Além disso, mostrar os processos que levam à obtenção dos resultados valoriza o esforço de quem os produz - apresentando-se apenas o fruto do trabalho, corre-se o risco de fazer parecer algo simples, possível graças a um lampejo de genialidade de algum cientista, e não resultado de anos de pesquisas, tentativas e erros, de equipes inteiras, como costuma ocorrer no cotidiano da ciência.

De acordo com Falcão (2005), há disposição por parte da maioria dos cientistas em divulgar os resultados de seu trabalho pois isso ajuda no financiamento das pesquisas. “Por meio da mídia, parlamentares que votam as propostas de orçamento e até mesmo dirigentes de agências financiadoras têm acesso mais fácil à produção científica” (2005, p.98). No caso das universidades, há um duplo interesse, recíproco, pois se é de vontade dos cientistas que seu trabalho seja divulgado para facilitar a obtenção de verbas, o mesmo ocorre com as instituições de ensino que abrigam estes profissionais e se beneficiam de seus êxitos. Assim, cabe lembrar que os cientistas são fontes interessadas, e por mais conhecimento que tenham sobre determinado tema, as informações passadas por eles devem ser checadas e analisadas criticamente.

No entanto, apesar de o jornalismo científico se ocupar de assuntos relacionados à ciência, nem tudo o que se faz nesta área resulta em notícia. Conforme Falcão (2005, p.90):

se uma pesquisa passou pela avaliação de outros cientistas - os editores ou *referis* da publicação - antes de ser estampada em uma revista prestigiosa, pode muito bem servir para a divulgação ao grande público. Isso não quer dizer que todo artigo científico se preste a uma matéria. Assuntos de difícil abordagem jornalística, como a matemática pura ou a física teórica, continuam recebendo pouco espaço na mídia. Ciências humanas e sociais também dificilmente ganham destaque no noticiário científico, praticamente dominado pelas ciências exatas, biológicas, arqueologia, paleontologia, agronomia e as engenharias.

O pouco espaço dado às ciências humanas no jornalismo científico pode ser percebido, ainda que de maneira indireta, na pesquisa citada por Meadows (1998) sobre o “espaço dedicado a diversos ramos da ciência num jornal diário ‘de qualidade’ durante um ano” (Meadows, 1999, p.70) nos Estados Unidos: o espaço relativo ocupado pela biomedicina foi de 48%; tecnologia, 30%; astronomia/ciência espacial, 17%; geociências, 3%; química e a física, 1%, respectivamente. Ao analisar o espaço dispensado à ciência, o autor não inclui as ciências humanas e sociais, revelando assim uma visão da ciência limitada às áreas exatas e biológicas, o que ajuda a explicar o papel secundário que outras áreas ocupam no jornalismo científico.

A separação de assuntos de viés científico das demais notícias também pode colaborar para reforçar este conceito limitador. Oliveira (2002) ressalta que o conhecimento científico pode ser utilizado para compreender melhor qualquer fato ou acontecimento, fazendo com que o jornalismo científico esteja presente não apenas na cobertura de assuntos específicos de ciência e tecnologia, mas sim em qualquer editoria. “A ciência ajuda a entender os fenômenos sociais e a interpretar as causas e consequências dos fatos de interesse jornalístico” (Oliveira 2002, p.47).

Assim, as universidades se colocam como o lugar em que este cenário pode ser diferente, dando visibilidade a áreas e assuntos que não atraem o foco da mídia tradicional. Sem a preocupação com as vendas ou lucros, os jornais universitários são um ambiente muito propício para a experimentação dentro do jornalismo científico, com acesso facilitado a pesquisadores e laboratórios, podendo tratar de temas considerados de baixo apelo, buscando formas de torná-los atrativos à sociedade em geral, contribuindo assim para uma mudança neste cenário.

4. Análise

Jornais universitários são uma das mais frequentes formas pelas quais se dá a comunicação institucional e divulgação da produção científica de universidades. Após examinar o jornalismo institucional dentro da perspectiva da comunicação organizacional, apresentamos a comunicação em universidades. A seguir, descrevemos uma breve trajetória histórica e abordamos temas ligados ao

jornalismo científico e, mais especificamente, como este gênero jornalístico está ligado à comunicação universitária. Assim, chegamos à análise propriamente dita.

O método escolhido para analisar os cinco jornais universitários que compõem o corpus deste trabalho - *Jornal da Universidade*, produzido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), *Jornal da UFRN*, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), *Jornal da UFG*, pela Universidade Federal de Goiás (UFG), *Jornal Beira do Rio*, pela Universidade Federal do Pará (UFPA), e *Boletim*, pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - foi a análise de conteúdo. Esta técnica de pesquisa é definida por Bardin (2011) como:

Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a 'discursos' (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O fator comum dessas técnicas múltiplas e multiplicadas - desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até a extração de estruturas traduzíveis em modelos - é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atração pelo escondido, o latente, o não aparente, o potencial do inédito (do não dito), retido por qualquer mensagem. Tarefa paciente de 'desocultação', responde a esta atitude de voyeur de que o analista não ousa confessar-se e justifica a sua preocupação, honesta, de rigor científico (Bardin, 2011, p.15).

Já em relação ao seu campo, Bardin (2011) afirma que se trata de um "conjunto de técnicas de análise das comunicações" (Bardin, 2011, p.37), e é aplicável a qualquer forma comunicacional, seja qual for o seu suporte, e por isso bastante utilizada no campo das ciências humanas.

O método, que segundo a autora tem a superação da incerteza e o enriquecimento da leitura como principais objetivos, apresenta na prática a função heurística, através da qual a análise de conteúdo enriquece a ação exploratória tornando maior a propensão para descobertas. Por se tratar de um método essencialmente empírico, não há roteiro determinado obrigatório para que a análise de conteúdo seja colocada em prática, e sim algumas regras básicas que devem ser reinventadas sempre para se adequar ao domínio e ao objeto pretendidos. No entanto, as diferentes fases de uma análise de conteúdo podem ser organizadas na seguinte ordem cronológica: primeiro a pré-análise, depois a exploração do material, e por último o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A pré-análise é uma etapa decisiva, pois é a fase de organização, tem como objetivo “tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema precioso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (Bardin, 2011, p.125). Nesta etapa, deve-se criar um programa que seja, ao mesmo tempo, flexível sem deixar de ser preciso. Geralmente, a pré-análise possui três missões: a escolha dos documentos que serão submetidos à análise, formulação de hipóteses e objetivos, além da elaboração dos indicadores que fundamentarão a interpretação ao final.

4.1 Delimitação do *corpus*

A escolha dos documentos a serem analisados se dá através da atividade denominada por Bardin (2011) como leitura flutuante, em que se estabelece um primeiro contato com os documentos. As impressões e orientações tiradas deste reconhecimento geral norteiam a próxima etapa, que é a formulação de um *corpus*, a escolha dos documentos propriamente dita. A seguir é feita a formulação de um objetivo, a finalidade a ser encontrada com a conclusão da análise. Os elementos da pré-análise não se sucedem obrigatoriamente na ordem em que foram descritos, mas estão profundamente ligados, podendo a escolha dos documentos ser definida pelo objetivo, ou o objetivo formulado de acordo com os documentos disponíveis.

No caso do presente trabalho, o *corpus* foi delimitado para atender ao objetivo. Sendo ele “traçar um perfil dos jornais universitários de universidades federais brasileiras”, a leitura flutuante se deu como forma de conhecer as publicações deste tipo. Para a delimitação do material que comporia o *corpus*, foi utilizada inicialmente a regra da representatividade, segundo a qual “a análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (Bardin, 2011, p.127). Por se tratar de uma análise de abrangência nacional, o universo inicial era a totalidade dos jornais universitários produzidos em universidades federais brasileiras, o que foi reduzido a uma publicação representando cada uma das cinco regiões brasileiras.

As universidades, por sua vez, foram escolhidas de acordo com sua pontuação no Índice Geral de Cursos (IGC) divulgado em 2013 pelo Ministério da

Educação (MEC) e produzido com base em dados coletados em 2011. Conforme esclarecido na introdução, nos casos em que as universidades melhor colocadas da região não possuíam jornal universitário, escolheu-se a próxima da lista que dispusesse deste tipo de publicação. Este procedimento foi adotado com os jornais das regiões sudeste, norte e centro-oeste. Sendo assim, as publicações selecionadas foram: *Jornal da Universidade* (UFRGS) representando a região sul; *Jornal da UFRN*, para representar a região nordeste; representando a região centro-oeste, o *Jornal da UFG*; o *Jornal Beira do Rio*, produzido pela UFPA para representar a região norte; e o *Boletim*, da UFMG como representante da região sudeste.

Ainda utilizando a regra da representatividade, foram selecionadas as edições dos jornais escolhidos publicadas durante o primeiro semestre de 2013 - de janeiro a junho. Por fim, para formar uma amostra representativa do conteúdo dos jornais, o *corpus* foi limitado às reportagens de capa de cada publicação, por considerar que estas correspondem, normalmente, aos principais conteúdos de cada edição. Retomando: o *corpus* deste trabalho abrange as reportagens de capa dos jornais universitários produzidos pelas universidades federais melhor colocadas de cada região do Brasil publicadas entre janeiro e junho de 2013.

Finalizando a pré-análise, a referenciação dos índices e a elaboração de indicadores. A etapa seguinte, a exploração do material, nada mais é do que a aplicação sistemática dos indicadores planejados anteriormente ao *corpus*. Neste trabalho, o material que compõe o *corpus* foi catalogado inicialmente em fichas separadas por publicação, sob as seguintes categorias:

FICHA POR PUBLICAÇÃO

- Título do jornal
- Universidade
- Periodicidade
- Editor(es)
- Números
- Datas
- Número de páginas por edição

- Observações

Depois desta catalogação inicial, foram criadas fichas mais específicas, separando os textos das edições a ser analisadas. As categorias estipuladas foram:

FICHA POR TEXTO

- REF (nº da edição)
- Data
- Página inicial/final
- Título
- Autor
- Gênero
- Assunto
- Ilustração/foto
- Ilustrador/fotógrafo
- Tema
- Proximidade

4.1.1 Análise quantitativa e qualitativa

A partir dos resultados encontrados com esta organização, passamos à análise propriamente dita, quando os dados brutos são refinados em unidades que representam as características do material. Assim, alguns itens foram separados para que fossem submetidos a uma análise quantitativa, primeiro em nível geral, com todas as publicações, e depois mais especificamente, separando-se os dados dos diferentes jornais para aferir suas características próprias (conforme apêndices A, B, C, D e E), complementando os resultados encontrados em posterior análise qualitativa.

De acordo com Bardin (2011) a análise quantitativa baseia-se na frequência de aparição de determinados elementos da mensagem, enquanto a qualitativa está mais ligada a inferências, podendo a presença ou ausência de elementos constituir

um bom índice. A abordagem quantitativa obtém dados descritivos através do método estatístico, sendo mais objetiva e exata. Já a qualitativa é “mais maleável e mais adaptável a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses” (Bardin, 2011, p.145).

Na análise quantitativa, obtivemos os seguintes resultados:

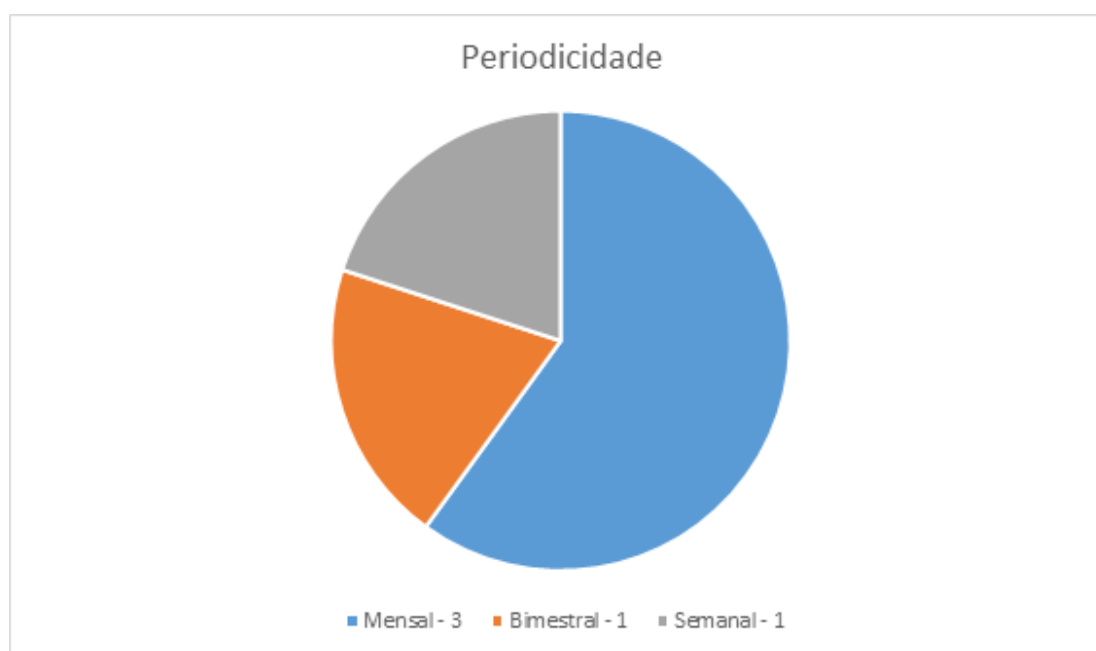


Gráfico 1 – Periodicidade

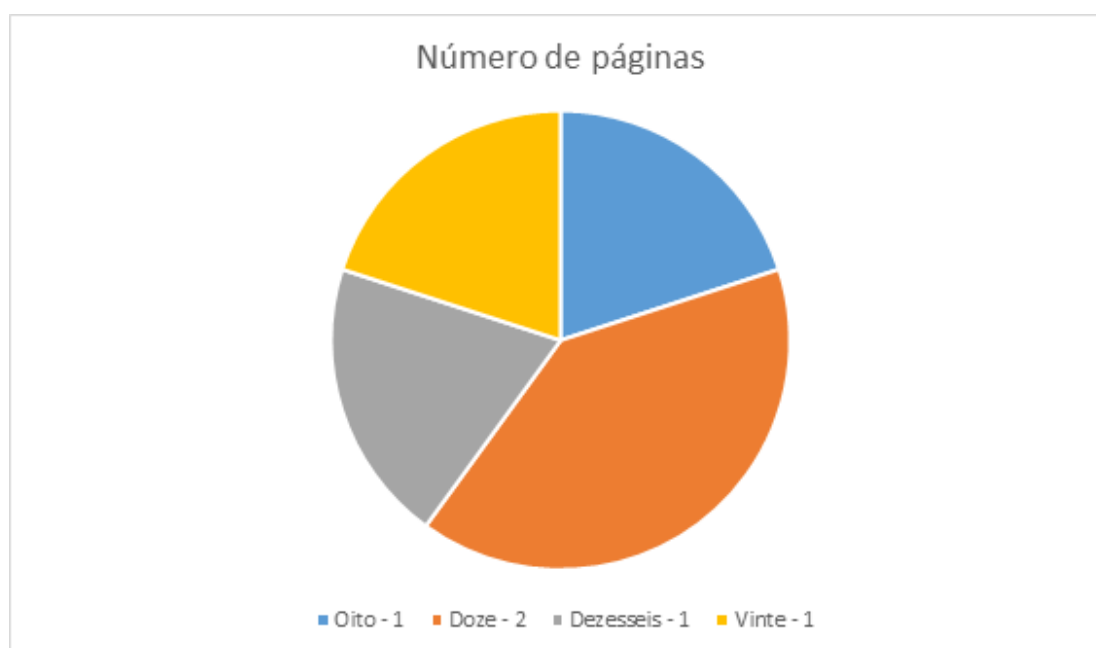


Gráfico 2 - Número de páginas

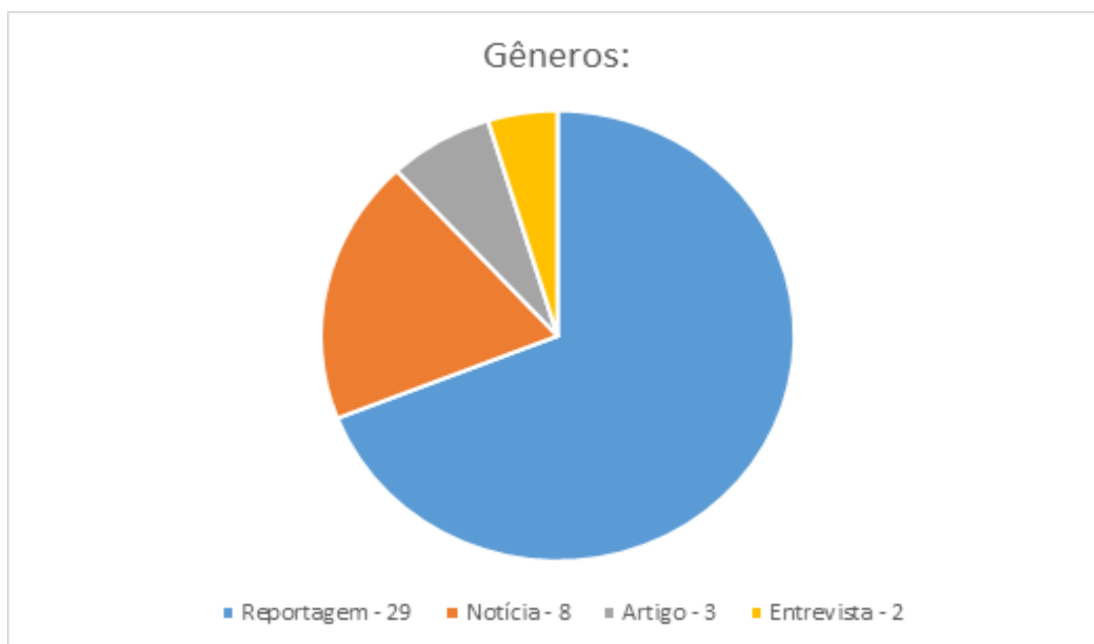


Gráfico 3 - Gêneros

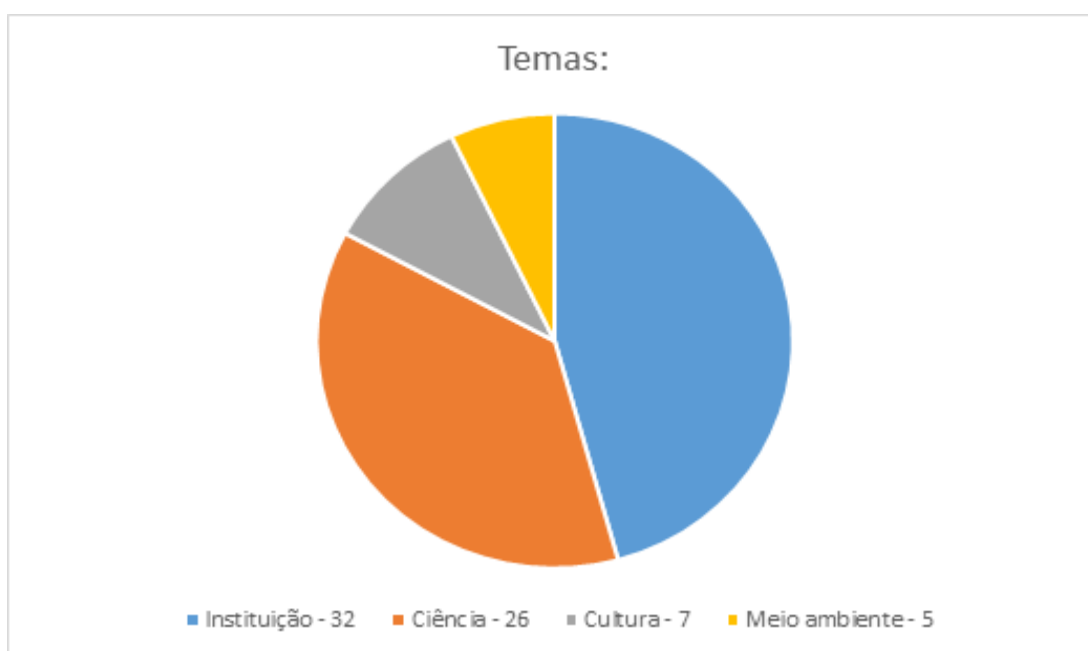


Gráfico 4 - Temas

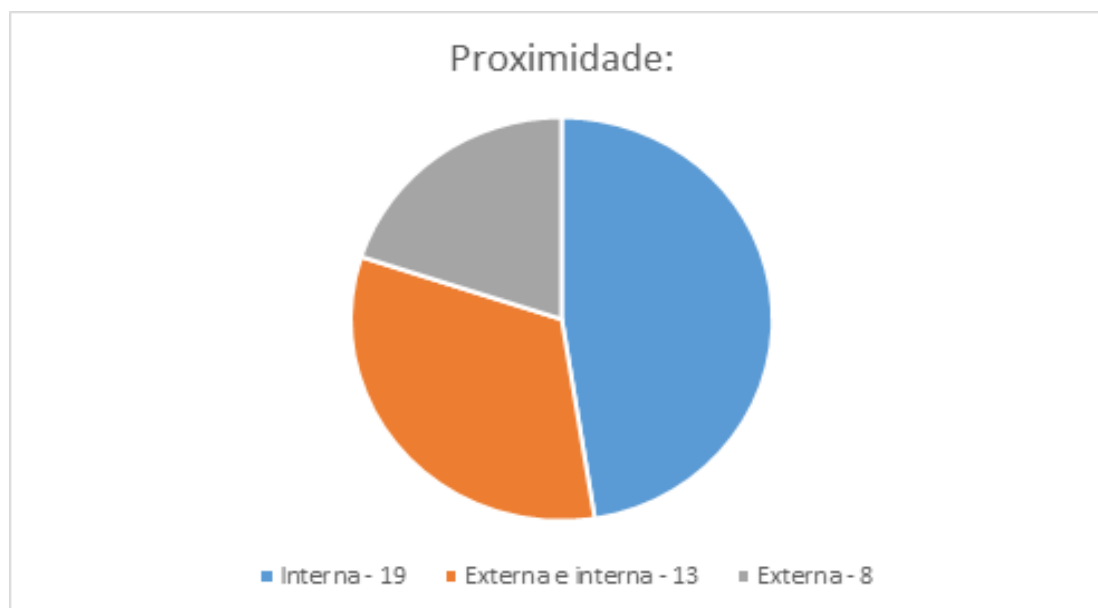


Gráfico 5 - Proximidade

Através da análise quantitativa, pudemos perceber que, quanto à periodicidade (Gráfico – 1), predominam os jornais mensais (três), tendo apenas um bimestral (*Jornal Beira do Rio*) e um semanal (*Boletim*). Já em relação ao número de páginas (Gráfico – 2), os resultados foram heterogêneos, variando de oito a vinte. Em relação a isso, vale destacar que o jornal com menor número de páginas é também o que possui menor intervalo de tempo entre as edições, trata-se do *Boletim*, produzido pela UFMG. Relacionando estas duas informações, pode-se concluir que, por ser semanal, o jornal possui menos páginas, visto que tem também um período menor de tempo (e acontecimentos) para cobrir, bem como para a sua produção.

Quanto à proximidade (Gráfico – 5), encontrou-se maior número de notícias de relevância interna (19), e menor número de textos de relevância externa (oito), o que confirma o caráter institucional das publicações analisadas. Em segundo lugar, com 13 textos encontrados, estão as notícias de relevância tanto externa quanto interna, demonstrando o interesse de promover o contato entre a comunidade acadêmica e o restante da sociedade, como forma de integrar os dois grupos, além de cumprir com o dever de retornar à população em forma de informação o que é investido nas universidades.

Já em relação aos gêneros (Gráfico – 3), definidos de acordo com Lage (2001 e 2005), predominou a reportagem, com 29 ocorrências, seguida da notícia, com

oito. O autor (2005, p.73) considera a notícia o texto básico do jornalismo, tendo a função de expor um fato novo ou desconhecido, ou então uma série de fatos sobre um mesmo evento, com suas circunstâncias. Notícia e reportagem são gêneros jornalísticos distintos, mas que podem ser facilmente confundidos por um observador leigo ou desatento, o que Lage (2005) atribui à amplitude da palavra inglesa *news*, que não abrange apenas notícias, mas informações jornalísticas em geral - se referindo também a reportagens e entrevistas, por exemplo.

As diferenças entre os dois gêneros costumam residir principalmente na pauta, na apresentação e na profundidade de tratamento dado às informações. Em relação à pauta, a notícia pode ser a cobertura de eventos programados, sazonais, continuados, desdobramentos de fatos geradores de interesse ou ainda de fatos constatados por observação direta. Já a pauta da reportagem costuma ser programada com maior antecedência, abordando assuntos com visão jornalística, não necessariamente a partir de fatos geradores de interesse. Enquanto a notícia pressupõe uma apresentação breve, sintética e fragmentária do fato, limitando-se ao acontecimento e seus efeitos imediatos, a reportagem não se limita a acompanhar o desdobramento, mas explora suas implicações, investiga e interpreta, combinando o interesse do assunto com o maior número possível de dados, para expô-lo de modo compreensível e abrangente (Lage, 2001).

Além de notícias e reportagens, encontrou-se ainda três artigos, que, segundo Marques de Melo (2003), integram o gênero opinativo, ao lado da coluna, da resenha, da crônica, do comentário e do editorial. De acordo com o autor, o artigo se caracteriza por levar ao público diferentes visões acerca dos acontecimentos, fortemente dependentes dos autores dos textos e do enfoque que dão aos assuntos. Duas entrevistas também foram encontradas. Sobre este gênero, Lage (2001) afirma que é “o procedimento clássico de apuração em jornalismo” (2001, p.73), podendo ser apresentada no jornalismo impresso de forma semelhante à notícia, como ponto de partida para uma exposição ou como perguntas e respostas. Todas as entrevistas encontradas no material analisado estão dispostas da terceira forma.

Quanto aos temas abordados (Gráfico – 4), pôde-se verificar que os mais frequentes são instituição (32), seguido de ciência (26), cultura (sete) e meio ambiente (cinco). A predominância de temas ligados à instituição reforça o caráter institucional dos jornais, o que já havia sido percebido com a análise do resultado de

proximidade. O grande número de textos que tratam de ciência revela também um resultado já esperado, em consonância com o objetivo das publicações de divulgar o conhecimento produzido nas instituições. Em relação a esse assunto, nos chamou a atenção ainda o fato de seguidamente os dois temas mais frequentes se mesclarem nas reportagens, combinando elementos de jornalismo científico e institucional. Mescla semelhante também foi encontrada entre os textos de meio ambiente e ciência e cultura e instituição. Os textos que tratavam de meio ambiente estavam em sua maioria ligados a pesquisas realizadas sobre o tema, enquanto os que tinham por tema a cultura, noticiavam principalmente eventos e atividades culturais promovidas pelas instituições.

Na fase seguinte da análise, realizamos um novo recorte, devido à impossibilidade de trabalhar com todos os 42 textos catalogados, e para obter informações mais específicas a respeito das publicações. Assim, utilizamos como critérios: em primeiro lugar definimos o gênero jornalístico predominante nas matérias de capa dos jornais; depois, verificamos as duas temáticas mais presentes; em seguida, selecionamos os textos que combinassem os três fatores. Logo: com 29 registros, a reportagem foi o gênero jornalístico mais frequente; instituição e ciência, percebidos em 32 e 26 textos, respectivamente, foram os temas que mais apareceram; atendendo aos critérios de formação do *corpus*, encontramos ao todo oito reportagens que tratavam de instituição e ciência. São elas:

- *Dedicação e trabalho em equipe estimulam o interesse pela Robótica: Jornal da UFG - Ano VII - Nº 57 (Abril de 2013)*

- *Sistema reutiliza água da chuva: Jornal Beira do Rio (UFPA) - Ano XXVII - Nº 113 (Junho e Julho de 2013)*

- *Instituto do Cérebro completa dois anos com avanços em ensino e nas pesquisas em Neurociências: Jornal da UFRN - Ano XV - Nº 61 (Maio de 2013)*

- *Com terra: Jornal da Universidade (UFRGS) - Ano XVI - Nº 159 (Maio de 2013)*

- *Compromisso com a formação docente: Jornal da Universidade (UFRGS) - Ano XVI - Nº 160 (Junho de 2013)*

- *Livro-objeto: Boletim (UFMG) - Nº 1809 - Ano 39 (25 de Fevereiro de 2013)*

- *Os fundadores: Boletim (UFMG) - Nº 1820 - Ano 39 (13 de Maio de 2013)*

- *Rede de percepções: Boletim (UFMG) - Nº 1822 - Ano 39 (27 de Maio de 2013)*

Com o material final do *corpus* definido e realizada a análise quantitativa, chega-se então à próxima etapa do trabalho, fase em que serão interpretados os dados obtidos nos textos que compõem o *corpus*. Esta análise será feita à luz do referencial teórico oferecido pelos dois primeiros capítulos, para que seja alcançado o objetivo proposto na introdução, de traçar um perfil dos jornais institucionais produzidos pelas universidades federais brasileiras.

4.2 Ciência

Conforme dito anteriormente, a ciência foi um dos temas mais recorrentes dentre o material analisado, com 26 ocorrências ao todo. Dentre as oito reportagens escolhidas para compor o *corpus*, o tema foi trabalhado principalmente de três formas diferentes:

- abordando pesquisas realizadas na universidade, como em *Sistema reutiliza água da chuva*, que fala do trabalho do Grupo de Pesquisa “Aproveitamento de água da chuva na Amazônia” (GPAC Amazônia), do Núcleo de Meio Ambiente da Universidade Federal do Pará (NUMA/UFPA), que avalia o reaproveitamento doméstico do recurso natural, buscando maneiras de otimizá-lo;

- apresentando os bastidores de laboratórios e institutos de pesquisa, como em *Os fundadores*, que explica as atividades realizadas no do Biotério Central da UFMG;

- e mostrando as aplicações práticas do conhecimento gerado em âmbito acadêmico, como em *Com terra*, que trata das ações realizadas em parceria entre pesquisadores da UFRGS e trabalhadores de um assentamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

Além disso, foi possível observar que, conforme proposto no terceiro capítulo, o jornalismo científico encontrado nos jornais universitários apresenta algumas diferenças em relação ao praticado em outros veículos da imprensa tradicional.

Outra característica percebida foi o forte viés institucional dado a algumas matérias, mesmo quando o assunto principal era a ciência.

4.2.1 O processo por trás dos resultados

Uma das características encontradas no material analisado que diferencia o jornalismo científico praticado em publicações universitárias é o fato de não concentrar-se apenas nos resultados de pesquisas, mas também em trabalhos em andamento, mostrando os processos que levam a estes resultados. Isto está de acordo com o que afirma Sparremberger (1998, p.24), para quem o público universitário deseja saber mais sobre os procedimentos e os conhecimentos empregados em pesquisas, o modo pelo qual são encontradas as conclusões. Enfim, um maior detalhamento que permita a compreensão do trabalho para além do conhecimento dos resultados. Assim, pode-se concluir que os jornais analisados cumprem com o compromisso de atender aos interesses de seu público.

Na reportagem *Rede de percepções*, do *Boletim*, são apresentadas três pesquisas em andamento do Departamento de Ciência da Computação (DCC) da UFMG, detalhando os objetivos e métodos utilizados pelos pesquisadores, o que permite que o leitor entenda melhor como o trabalho de cientista funciona. A reportagem se vale bastante de citações em que os próprios autores e seus orientadores explicam as pesquisas, como pode ser observado neste trecho, em que o autor de uma pesquisa sobre o que determina a popularidade de vídeos no *Youtube* fala sobre os procedimentos, etapas e objetivos de seu estudo:

A pesquisa se vale de informações disponibilizadas pelo próprio YouTube, para o monitoramento dos vídeos. Ela percorre o caminho feito pelo vídeo até o seu destino e mapeia a interferência de eventos externos e a interação dos usuários com o conteúdo. “*Trabalhamos basicamente com exploração e aprendizado. Primeiramente, um programa navega no YouTube e coleta os dados de que precisamos. A partir deles, fazemos uma série de análises para entender a trajetória de popularidade do vídeo*”, diz Flavio Figueiredo. O objetivo é descobrir as variáveis – e qual a relevância de cada uma – para tornar um vídeo popular. [Grifo nosso]

Além das reportagens que mostram pesquisas em andamento, verificou-se ainda outras que apresentaram os bastidores de laboratórios, sem se fixar em nenhuma pesquisa em especial. Em *Os Fundadores*, também do *Boletim*, o enfoque foi o Biotério Central da UFMG, com instalações concebidas exclusivamente para a

produção de animais de laboratório (ratos e camundongos padronizados por rígido controle sanitário e genético). Aqui, o enfoque principal era demonstrar a importância de uma estrutura física adequada para o avanço da ciência, o que pode ser percebido em:

Segundo a coordenadora Ana Lúcia Brunialti Godard, o diferencial da nova estrutura é a produção de animais padronizados, do tipo Specific Pathogen Free (SPF), o que confere a garantia de que estão livres de agentes biológicos específicos capazes de interferir nos experimentos, seja em aspectos microbiológicos, parasitológicos ou imunológicos. Desse modo, destaca, *a mudança terá impacto direto nas pesquisas da Universidade, já que muitos periódicos científicos internacionais exigem que o padrão sanitário e genético dos animais utilizados nos experimentos seja conhecido.* [Grifo nosso]

O trecho mostra ainda que há preocupação por parte dos cientistas de divulgar seus trabalhos. Interesse que se deve em parte ao dever de democratizar o conhecimento, mas também ao fato de que uma maior visibilidade pode colaborar para o financiamento das pesquisas. De acordo com Falcão (2005, p.98), é através da imprensa que parlamentares e até mesmo dirigentes de agências financiadoras têm acesso facilitado à produção científica, o que pode influenciar suas opiniões no momento de definir verbas e orçamentos. Isto fica explícito em um trecho da reportagem *Dedicação e trabalho em equipe estimulam o interesse pela Robótica*, do *Jornal da UFG*. O texto trata do Núcleo de Robótica da UFG, formado por estudantes de Engenharia, que apesar de ter conquistado prêmios em competições internacionais, não tem continuidade garantida, pois não é uma atividade institucionalizada permanente da universidade. Com a divulgação, os alunos responsáveis pelo Núcleo esperam que esta situação mude:

Confiantes em dar continuidade aos trabalhos, os estudantes esperam a institucionalização do Núcleo de Robótica de forma permanente dentro da Escola de Engenharia Elétrica, Mecânica e de Computação. *“Isso vai nos ajudar a conseguir recursos financeiros para custear nossos projetos, contratar bolsistas ou estagiários e formalizar as parcerias entre empresas e a universidade”*, declarou Michel Lúcio da Costa. [Grifo nosso]

A importância dada à divulgação científica por parte dos pesquisadores também fica explícita na reportagem *Sistema reutiliza água da chuva*, publicada pelo *Jornal Beira do Rio*. Em um primeiro momento, é expressa esta preocupação:

Outra ação do GPAC Amazônia é a divulgação de pesquisas. Em janeiro deste ano, foi realizado o Seminário “Aproveitamento da água da chuva para diversos usos”. Com apoio do Numa e da Faesa/ITEC, os pesquisadores do GPAC Amazônia atuaram como palestrantes no evento, que serviu para mostrar à comunidade acadêmica e à sociedade as

realizações do grupo de pesquisa, bem como para atrair novos interessados. [Grifo nosso]

E depois, os resultados práticos decorrentes da divulgação:

[...] com a visibilidade do projeto, a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (Sudam) procurou o grupo para firmar parceria. [Grifo nosso]

Vale lembrar que o texto também trata de uma pesquisa ainda não concluída, conforme afirmado no trecho:

Segundo o coordenador do grupo, a pesquisa ainda está em fase preliminar. [Grifo nosso]

4.2.2 Para além das ciências exatas

Além da preferência pela divulgação de pesquisas concluídas, outro traço apontado como característico do jornalismo científico tradicional é a ausência de matérias sobre as áreas das ciências humanas e sociais, em contraste com a preferência por assuntos das áreas exatas e tecnológicas - conforme Falcão (2005) e Meadows (1998). Contrariando esta premissa estão as reportagens *Livro-objeto*, do *Boletim e Compromisso com a formação docente*, do *Jornal da Universidade*.

Na primeira, são mostradas as pesquisas e projetos desenvolvidos no Museu Vivo Memória Gráfica e no Laboratório de História do Livro com foco na cultura escrita. Aqui, é curioso observar que, talvez para legitimar o estudo da literatura enquanto ciência, são usados termos ligados à tecnologia para falar das pesquisas:

“Ficamos presos à banalidade instituída pelo hábito e esquecemos que o livro tem uma história, é uma máquina que se caracteriza por um modo de funcionamento e por um conjunto de tecnologias próprias”, afirma a professora Ana Utsch, da Escola de Belas-Artes, que idealizou e coordena o museu e o laboratório. [Grifo nosso]

Já na segunda, o foco são os desafios do ensino nos cursos de licenciatura e de Pedagogia. São apresentadas ainda algumas tendências no perfil dos docentes e também dos estudantes, que estariam mais voltados à pesquisa do que ao trabalho em sala de aula. Um trecho da reportagem mostra a preocupação da professora da Faculdade de Educação da UFRGS e membro do Conselho Nacional de Educação (entre 2004 e 2008), Maria Beatriz Luce, com o excesso de especificidade da formação que estaria acontecendo devido a esta maior inclinação para a pesquisa. Vale lembrar que este é um dos motivos apontados por Santaella (2006) para que o jornalismo científico seja praticado dentro das universidades, tendo como público-

alvo seus próprios pesquisadores. Ela faz uma comparação com a torre de Babel para exemplificar como o nível de especialização nos diversos campos das ciências tornou-se profundo a um ponto tal que cientistas, mesmo de áreas vizinhas, não conseguem mais acompanhar nem compreender as pesquisas dos colegas, tornando o quadro geral das ciências cada vez mais denso e intransponível (Santaella, 2006, p. 83). Assim, o jornalismo entraria em cena como uma espécie de intérprete e mediador entre diferentes áreas do conhecimento, para promover a comunicação entre elas.

Além disso, a reportagem também mostra algumas especificidades da educação em relação a outras ciências:

[...] Rosa comenta que a seleção de professores deve levar em conta o currículo dos concorrentes como um todo, e não apenas focar a produção científica. Muitas vezes, ressalta, existem professores que não tiveram tempo de escrever artigos justamente porque estavam “absolutamente absorvidos em suas práticas em sala de aula”. [Grifo nosso]

No entanto, não podemos ignorar que, apesar de estarem presentes as ciências humanas e sociais, elas ainda são minoria na amostra analisada: apenas duas em um universo de oito. Isto coincide com o que afirmou Falcão (2005, p.90). Segundo a autora, ciências humanas e sociais raramente são tema de notícias científicas, bem como matemática pura e física teórica, considerados assuntos difíceis de abordar. Já as ciências exatas, biológicas, engenharias, agronomia, arqueologia e paleontologia são mais contempladas pela mídia.

Apesar disso, a natureza interdisciplinar do ambiente acadêmico faz com que elementos de diferentes áreas científicas se encontrem. O que ficou evidente no trecho da reportagem *Rede de percepções*, do *Boletim*, que trata de projetos na área da computação, em que um dos pesquisadores afirma que utiliza elementos de ciências sociais em sua pesquisa:

Pedro Henrique ressalta que *todas as ferramentas de que lançou mão para ditar o funcionamento do programa são respaldadas pela literatura das ciências sociais*. “Meu trabalho emana da materialização computacional das teorias sociais e psicológicas, ainda que conte com pequena contribuição intuitiva”, informa o autor. [Grifo nosso]

4.3 Instituição

Visto que se trata de jornais institucionais, o fato de instituição figurar como a temática predominante, com 32 ocorrências nas matérias de capa das publicações trabalhadas, não foi uma surpresa. O tema esteve presente de diferentes formas, sempre com a preocupação de dar visibilidade às universidades, conforme especificado a seguir.

4.3.1 Apresentação e legitimação

Jornais institucionais têm como uma de suas funções formar pontes de ligação entre a universidade e a sociedade, além de tornar conhecidas suas realizações, para justificar sua importância. De acordo com Barichello (2001), as instituições são legitimadas por seus papéis particulares na sociedade, papéis estes que precisam ser conhecidos do público, o que aumenta a importância da exteriorização da relação entre o saber produzido nas universidades e a sociedade, o que é possível através da comunicação. Atendendo a esta necessidade, reportagens que mostram o que acontece do lado de dentro dos muros da academia, destacando a importância das atividades ali desenvolvidas, foram frequentes no material analisado.

Em *Compromisso com a formação docente*, do *Jornal da Universidade*, é primeiro reforçada a importância da formação de professores:

“Nunca, no mundo inteiro, a escola foi tão importante quanto é hoje. Se antes ela foi um lugar para poucos, hoje nós estamos pensando que é o espaço pelo qual todas as pessoas têm de passar um período de suas vidas, e esse período é cada vez mais longo”. Com o aumento da demanda por bancos escolares, espera-se crescimento proporcional na outra ponta: o corpo docente. [Grifo nosso]

E algumas linhas depois, é apresentado o papel da universidade na formação destes profissionais:

A cada novo vestibular, a UFRGS oferece vagas em 17 licenciaturas e, anualmente, coloca no mercado uma média de 480 novos professores. Instituída em 1970, a Faculdade de Educação (Faced), além de dispor de 60 vagas semestrais para o Curso de Pedagogia [...].

O mesmo acontece na reportagem do *Jornal da UFRN, Instituto do Cérebro completa dois anos com avanços em ensino e nas pesquisas em Neurociências*. Aqui, primeiro é apresentado o objetivo e funções do Instituto do Cérebro da UFRN, foco do texto, para, a seguir, afirmar que estes deveres estão sendo cumpridos e de que forma isto está ocorrendo:

[...] abriga *equipamentos de última geração e neurocientistas* que são referências nacionais e internacionais, *com o objetivo de pesquisar e descobrir os mistérios de um dos 'dispositivos' mais complexos do universo: o cérebro humano*. Durante esses dois anos de criação, o ICe *cumprir a sua missão* que se fundamenta no tripé ensino, pesquisa e extensão. Graças ao Programa de Pós-Graduação em Neurociências (PGNeuro) nos níveis de Mestrado e Doutorado, criado desde 2009, o Instituto *desenvolve pesquisas de alto nível e promove a excelência científica e a formação de recursos humanos qualificados*. [Grifo nosso]

4.3.2 Expandindo a comunidade acadêmica

Outra característica presente nos textos de cunho institucional dos jornais analisados é a afirmação dos laços criados com a sociedade, para além dos professores, funcionários e alunos. A explicitação das relações entre a instituição e a comunidade em que está inserida atende a um princípio da comunicação pública definido por Duarte (2009, p.61), que é a necessidade do comprometimento com a melhoria da vida das pessoas através da comunicação, devendo para isso colocar o cidadão no centro do processo comunicacional.

Outro objetivo buscado com este enfoque é a identificação, a sensação de pertencimento, consideradas por Zémor (2009) como os pilares da legitimação de organizações públicas e da construção de uma imagem positiva - interna e externamente, visto que os funcionários são também cidadãos. Para o autor, “é no momento em que se dá a oferta do serviço que pode acontecer, com uma legitimidade renovada, uma identificação da instituição pública” (p. 238), por isso a importância do contato com a população, que se dá normalmente através de projetos de extensão.

Assim, na reportagem *Instituto do Cérebro completa dois anos com avanços em ensino e nas pesquisas em Neurociências*, em vários trechos há preocupação em mostrar o contato do Instituto com a comunidade:

- *Projetos do ICe também chegam às comunidades carentes;*

- O Instituto do Cérebro da UFRN (ICe) não se projeta somente através de pesquisas, um de seus braços mais fortes. *Existem ainda vários projetos desenvolvidos na área de extensão, de cunho científico, cultural e esportivo, voltado para crianças, adolescentes e adultos de escolas, hospitais públicos e comunidades carentes, que fazem o Instituto alcançar uma dimensão complementar em sua missão social e acadêmico-científica;*
- *Aproximadamente 3 mil pessoas foram alcançadas pelas ações de extensão do ICe e seus parceiros em 2011 e 2012. [Grifo nosso]*

O mesmo acontece na matéria *Dedicação e trabalho em equipe estimulam o interesse pela Robótica*: “Entre uma competição e outra, os participantes do Núcleo e Robótica também *promovem visitas em escolas do ensino básico para divulgar o conhecimento por trás da Robótica*” [Grifo nosso]. Fica demonstrado nas reportagens um esforço das universidades para dar retorno do investimento feito pela sociedade para mantê-las, cumprindo sua obrigação social, por elas reconhecida. Isto pode ser exemplificado por outro trecho do mesmo texto:

“Já visitamos duas escolas levando os nossos robôs com o objetivo de repassar para as crianças os conhecimentos em Robótica de forma a facilitar o ensino de Ciências e promover o interesse pela Engenharia”, informou um dos fundadores do núcleo, o estudante Michel Lúcio da Costa. [Grifo nosso]

De acordo com Kunsch (1992), as universidades precisam de apoio para serem sustentadas pela sociedade, e em contrapartida, devem canalizar suas potencialidades para ajudar a aperfeiçoar a vida da comunidade onde estão inseridas. Na reportagem *Compromisso com a formação docente*, publicada pelo *Jornal da Universidade*, também há um trecho que representa expressamente este dever: “[...] Sonia Ogiba salienta a *responsabilidade social da Universidade* em formar futuros professores dentro de uma concepção de *educação como bem público*” [Grifo nosso]. O mesmo ocorre em *Com terra*, do mesmo jornal. A reportagem trata das parcerias firmadas entre a universidade e o assentamento do MST Filhos de Sepé, no município de Viamão (RS), e oferece diversos exemplos de como o cumprimento da função social da universidade é concretizado através de ações junto à comunidade:

- Segundo a nutricionista Gladis Kalil, integrante do Núcleo de Economia Alternativa (NEA) da UFRGS, *é exatamente para, ao mesmo tempo, melhorar os alimentos consumidos por essas famílias e criar alternativas de produção econômica que a Universidade tem-se envolvido com diversas ações.* Entre elas, por exemplo, estão a formação de um banco de sementes orgânicas e a introdução de técnicas de adubação verde;
- *O envolvimento da UFRGS com a questão dos sem terra tem tomado rumos que vão muito além da observação e da discussão da temática: são propostas concretas de solução para problemas enfrentados pelos*

assentados que pretendem abarcar todo o processo produtivo, desde o plantio até a comercialização dos produtos;

- A concepção do professor da Faculdade de Ciências Econômicas e coordenador do NEA - núcleo que congrega uma parte desses projetos -, Carlos Schmidt, a respeito da *missão da UFRGS, dá uma dimensão da função exercida pela instituição: "O papel da Universidade é pesquisar, experimentar e propor alternativas para a transição de um modelo de agricultura predador, excludente e concentrador de renda, para outro sustentável, inclusivo e distribuidor de renda". [Grifo nosso]*

Nos trechos acima, além da expressão do comprometimento da universidade com o estreitamento de laços com a comunidade, e a melhoria da vida das pessoas diretamente relacionadas às ações, é possível perceber uma preocupação com mudanças estruturais que alcancem um número maior de pessoas. Aqui, além de mostrar à sociedade o que é feito dentro da universidade, as aplicações práticas de conhecimentos e a influência benéfica imediata deste saber posto em prática, a função social das universidades é posta em prática de forma mais abrangente, em um contexto de transformação estrutural da sociedade como um todo, recuperando sua importância como agentes ativos destas mudanças, e não apenas se adaptando a elas, como Kunsch (1992) afirmou que estaria acontecendo.

4.4 Reflexões acerca da análise

Ao observar os resultados encontrados na análise, é possível perceber alguns pontos importantes. Primeiro, a confirmação do jornal universitário como um espaço propício ao exercício de jornalismo científico de qualidade, com mais possibilidades de experimentação e sem precisar recorrer a algumas práticas prejudiciais encontradas em outros veículos, citadas por Marques de Melo (2006), visto que os profissionais de imprensa têm, neste contexto, acesso facilitado aos cientistas e pesquisas, maior espaço e maior liberdade para falar de ciência - sendo, inclusive, incentivados a isso -, e não precisam se preocupar com as vendas, pois escrevem para um público interessado.

Verificou-se uma benéfica diversificação nos temas abordados, não se restringindo a áreas da ciência consideradas mais populares. Variedade também nos enfoques apresentados, fugindo da limitação de apenas oferecer resultados, mas trazendo pesquisas em andamento, projetos ainda nem iniciados, mostrando os processos que levam às descobertas, mostrando bastidores e o cotidiano do fazer

científico, o que cumpre não só com a função divulgadora, mas também com as funções educativa e desmitificadora do jornalismo científico. Outro ponto positivo nesta área foi a constatação de uma boa relação entre cientistas e jornalistas, percebida a partir da abertura dos laboratórios aos profissionais da imprensa, facilitada talvez pelo maior acesso aos pesquisadores oferecida pelo fato de ambos pertencerem a uma mesma comunidade.

Além disso, o caráter institucional das publicações esteve sempre presente nos textos, exercendo tanto influências positivas, quanto negativas. O interesse em divulgar a produção científica é benéfico, no entanto, esta divulgação é limitada às atividades ligadas à universidade que mantém o jornal, não inserindo as pesquisas e ações em um contexto mais abrangente, nem oferecendo um panorama de como o mesmo assunto é abordado em outros lugares, o que agregaria valor aos relatos. Logo, outro ponto destacável é a predominância de fontes ligadas à universidade.

5. Considerações Finais

Quando iniciei o presente trabalho, sabia das dificuldades que enfrentaria. Escolhi um tema sobre o qual há pouco estudo na área da comunicação, e menos ainda dentro do jornalismo. Em um assunto pouco explorado, teria dificuldade em encontrar bibliografia, o que me motivou a aprender mais sobre áreas afins ao tema, que colaboraram com a composição do referencial teórico. Congregando diferentes áreas da comunicação, visto que o jornalismo institucional universitário se insere em um contexto maior da comunicação integrada, pude ver como é aplicado o que a faculdade me ensinou ser possível de forma harmoniosa durante a graduação.

Houve ainda o questionamento quanto à natureza ética das publicações estudadas à luz do jornalismo, visto que se trata de material institucional, visto com demérito por parte da classe jornalística. No entanto, no meu caso, a resposta veio antes mesmo do questionamento, com a experiência anterior da atuação como bolsista em um dos jornais estudados - o *Jornal da Universidade*, da UFRGS. Me considero privilegiada por ter a oportunidade de trabalhar no jornal, que foi decisivo em minha formação profissional. Durante a rotina de produção, os chamados constrangimentos organizacionais, que fazem com que o trabalho do jornalista perca em liberdade para melhor atingir os objetivos da chefia e melhorar a imagem da

empresa, foram bem menores (na verdade, quase nulos) do que os experienciados em empresas privadas de jornalismo em experiências profissionais anteriores, mostrando que a natureza institucional do veículo não acarreta necessariamente perda de valores jornalísticos em favor dos valores da publicidade ou das relações públicas, nem na perda da liberdade.

Liberdade, aliás, foi um dos pontos mais marcantes em minha experiência como bolsista do jornal. No mercado de trabalho, encontramos cada vez menos espaço para reportagens de fôlego, com aprofundamento dos fatos, a diminuição dos textos com medo de perder o interesse do leitor, também para atrair mais público, a entrada em uma zona cinzenta em que se confunde notícia com entretenimento, a produção condicionada pela ditadura do deadline, com pouco tempo para apuração, gerando conseqüentemente um material mais raso. No entanto, no Jornal da Universidade encontrei um ambiente completamente diferente, com liberdade total de sugestão de pautas de todo tipo, no mínimo um mês para apuração e espaço suficiente para desenvolver análises aprofundadas, apresentar diferentes ângulos acerca dos fatos - o que me foi ensinado ser o correto na prática da reportagem -, além de colegas jornalistas firmemente comprometidos com a qualidade ética do material produzido - verdadeiros luxos encontrados por poucos nas redações atuais. Assim, o questionamento que esta experiência suscitou foi, não quanto à validade deste tipo de publicação como material autenticamente jornalístico, do que não tenho dúvidas, mas sim, pela escassez de material bibliográfico sobre o tema sob a perspectiva do jornalismo. Com isto, me interessei por verificar como era a produção no restante do país.

Além das dificuldades geradas pela pouca bibliografia, fui informada logo no início de que meu objetivo tratava-se de uma proposta um tanto ambiciosa - traçar um perfil dos jornais universitários produzidos por universidades federais no Brasil. No entanto, com o auxílio de minha orientadora, optei por diminuir não o universo, mas sim as amostras do material analisado. Assim, selecionei um conjunto representativo com um jornal de cada região brasileira - Jornal da Universidade (sul), Boletim (sudeste), Jornal da UFG (centro-oeste), Jornal Beira do Rio (norte) e Jornal da UFRN (nordeste) -, e um período temporal de seis meses; fazendo posteriormente, através de análise quantitativa, um recorte mais específico quanto ao gênero jornalístico mais frequente - a reportagem - e aos temas mais recorrentes

- instituição e ciência - baseando a análise qualitativa em pressupostos destes três elementos. Para isso, construí um capítulo de referencial teórico acerca da comunicação em universidades, abarcando a comunicação nestes locais enquanto organizações, a comunicação pública e o jornalismo institucional; além deste, também outro tratando do jornalismo científico, naturalmente presente em instituições voltadas à produção e difusão do conhecimento.

Ciente dos limites impostos pelo tempo para realização do trabalho e pelo recorte do corpus, acredito que este seja um ponto de partida para estudos mais aprofundados. A pesquisa analisa um número limitado de publicações e de edições das mesmas, logo, novas investigações podem ser feitas e colocadas em diálogo com os resultados aqui alcançados. Em um país de proporções continentais como o nosso, talvez uma única universidade representando toda uma região não seja suficiente para oferecer uma visão abrangente. Além disso, ao selecionar apenas as instituições melhor colocadas no último IGC, deixamos de contemplar talvez universidades menores, ou menos estruturadas, impondo uma homogeneidade ao corpus que talvez não se confirme fora da pesquisa.

Caso o trabalho tivesse dentre seus objetivos oferecer uma perspectiva histórica das publicações, o que também seria interessante para o enriquecimento dos estudos na área, a opção por um período de apenas seis meses teria de ser repensada. A escolha do espaço temporal representou, inclusive, um dilema na confecção desta pesquisa, pois considerando que as publicações possuem variações quanto à periodicidade, em um mesmo período de tempo obtém-se uma diferença amostral de um jornal a outro, o que, se por um lado, representa uma informação em si, que não pode ser ignorada em nome de uma padronização fictícia, também pode, por outro lado, conduzir a um resultado tendencioso em favor da publicação com maior número de edições analisadas - o que se buscou amenizar com o segundo recorte feito, a partir dos principais gêneros e temas.

A partir da análise realizada, pudemos perceber uma certa homogeneidade dos jornais em relação a características como gêneros jornalísticos mais valorizados e temas mais recorrentes. Sendo assim, os jornais universitários são mais voltados à produção de reportagens e notícias, tendo como temas principais as próprias instituições, a ciência, cultura e meio ambiente, não oferecendo em suas páginas tanto espaço para outros assuntos, como política e esporte. A periodicidade das

publicações é principalmente mensal, o que pode ser ligado à maior produção de reportagens - para as quais é necessário maior tempo de apuração e confecção -, e também ao número de páginas, visto que os jornais com maior número de páginas foram os de maior intervalo de tempo entre as edições. Como jornais institucionais, houve predominância de assuntos de interesse interno à comunidade acadêmica, mas também foi constatada a preocupação com a abordagem também de temas interessantes para a sociedade em geral, expandindo os limites de influência dos jornais.

Em relação aos temas mais trabalhados - objeto de uma análise mais aprofundada - concluímos que o exercício do jornalismo científico e do jornalismo institucional ocorrem de forma simbiótica nas publicações analisadas, sendo apresentados de forma quase indissociável. No entanto, este encontro pode ser prejudicial, pois exerce efeito limitador, privando o leitor de uma abordagem mais ampla ao se preocupar apenas com o que é produzido em âmbito acadêmico.

Assim, fica a proposta para uma ampliação dos estudos na área, com a exploração de um universo maior, para conhecer mais a fundo as ações desenvolvidas no campo do jornalismo institucional universitário, oferecendo subsídios para um aprimoramento do material produzido. Se considerarmos o caráter interdisciplinar das instituições universitárias, que interagem com uma gama de segmentos da sociedade maior do que qualquer outra organização, pode-se perceber o quão rico e diverso pode ser o estudo de sua comunicação. Levando em conta também a importância que as universidades têm em nossa sociedade, pode-se concluir que a escassez de trabalhos sobre a comunicação nesta área é um negligência grave, pois é o investimento em comunicação de qualidade no âmbito universitário, tendo o jornalismo como uma espécie de intérprete e tradutor da ciência para os leitores, que permite que as instituições se aproximem da sociedade, para que desempenhem melhor suas funções de pesquisa, ensino e extensão, possibilitando sua constante evolução.

Referências Bibliográficas

ADEODATO, Sérgio. O conceito de jornalismo científico: teoria e prática. **Anais do Seminário Brasileiro de Divulgação Científica**. Rio de Janeiro, 1987.

AMADORI, Rosane. Universidade e comunidade: um estudo sobre a necessidade de implantação de assessoria de comunicação nos centros de ensino e administração central da UFSM. In: **Universidade e comunicação**/org. por Eugenia Maria Mariano da Rocha Barrichello. - Santa Maria: FACOS/UFSM: FAPERGS: CNPq, 1998. 115p.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo : Edições 70, 2011. 279 p.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. **Comunicação e comunidade do saber** / Santa Maria: Palotti, 2001.

BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** / Jorge Duarte, organizador. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. São Paulo: ECA/USP, 1988.

CALVO HERNANDO, M. **Periodismo Científico**. Madri: Paraninfo, 1977.

CARVALHO, Clarissa Oliveira de; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Comunicação, comprometimento e responsabilidade social na universidade. In: **Viabilidade midiática, legitimação e responsabilidade social: dez estudos sobre as práticas de comunicação na Universidade** / Eugenia Mariano da Rocha Barichello, (org). - Santa Maria: FACOS/UFSM; [Brasília]: CNPq, 2004.

COSTA, Carla M. Jornalismo Científico Utilidade Pública. In: **Ecos Revista**. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas; EDUCAT, v.5, n.1, p.1-140, Jan. - Jul./2001.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** / Jorge Duarte, organizador. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

FACHINELLI, Ana Cristina; RECH, Jane; MATTIA, Olivar Maximino. A informação na compreensão de contextos estratégicos para a comunicação organizacional. In: **Conexão - comunicação e cultura** / Universidade de Caxias do Sul. - v. 4, n. 7, jan./jun. 2005.

FALCÃO, Verônica. Dupla hélice - Aos jornalistas, auxílio; aos cientistas, preparo para lidar com a imprensa. In: **Formação e informação científica - jornalismo para iniciados e leigos**. Organizador Sergio Vilas Boas. - São Paulo: Summus, 2005. (Formação e informação).

FRANÇA. Martha San Juan. Divulgação ou jornalismo? Duas formas diferentes de abordar o mesmo assunto. In: **Formação e informação científica - jornalismo para**

iniciados e leigos. Organizador Sergio Vilas Boas. - São Paulo: Summus, 2005. (Formação e informação).

FREITAS, Sidinéia Gomes. Cultura organizacional e comunicação. In: **Obtendo resultados com relações públicas.** Kunsch, Margarida Maria (Org.). São Paulo: Pioneira, 2001.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Loyola, 1992.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística** / Nilson Lage. - Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Teoria e técnica do texto jornalístico** / Nilson Lage, - Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo.** 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. **Teorias do jornalismo: identidades brasileiras.** Paulus, 2006.

MEADOWS, Arthur Jack. **A comunicação científica** / A.J. Meadows; tradução de Antonio Agenor Briquet de Lemos. - Brasília, DF: Briquet de Lemos / Livros, 1999.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** / Jorge Duarte, organizador. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico** / Fabíola de Oliveira. - São Paulo: Contexto, 2002. - (Coleção comunicação).

PALMA, Juarez. **Jornalismo empresarial.** Porto alegre: Sagra DC Luzzatto Editores, 1994.

PERUZZOLO, Adair; PIPPI, Joseline. O jornalismo de popularização científica. In: **Animus - revista interamericana de comunicação midiática** / Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas. - Vol. II, n. 2 (julho/dez 2003).

PFEFFER, Renato Somberg. O jornalismo e a crise do paradigma científico moderno. In: **Conexão - Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 10, n. 20, jul./dez. 2011.

REGO, Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial - Comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

SANTAELLA, Lucia. O jornalismo científico como intermediário cultural. In: **Líbero: revista acadêmica** / Programa de Pós-graduação, Faculdade Casper Líbero. - v.9, n.18 (dezembro 2006). - São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2006.

SCHÄFFER, Patrícia. Erros e Acertos em Jornalismo Científico: um caminho rumo ao aprimoramento. In: **Ecos Revista**. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas; EDUCAT, v.4, n.1, p.1-104, Jan. - Jul./2000.

_____. Jornalismo científico, uma parte da história da ciência. In: **Ecos Revista**. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas; EDUCAT, v.4, n.2, p.1-126, Ago. - Dez./2000.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Perspectivas teóricas da comunicação organizacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 23., Manaus, 2000. **Anais**. Manaus, 2000.

SPARREMBERGER, Fabiana. Jornalismo científico: a participação do conhecimento e a divulgação na UFSM. In: **Universidade e comunicação/org.** por Eugenia Maria Mariano da Rocha Barrichello. - Santa Maria: FACOS/UFSM: FAPERGS: CNPq, 1998. 115p.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira, 2002.

WELS, Ana Maria Córdova. Estudando a comunicação organizacional: redes e processos integrativos. In: **Conexão - comunicação e cultura** / Universidade de Caxias do Sul. - v. 4, n. 7, jan./jun. 2005.

ZÉMOR, Pierre. As formas da comunicação pública. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** / Jorge Duarte, organizador. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

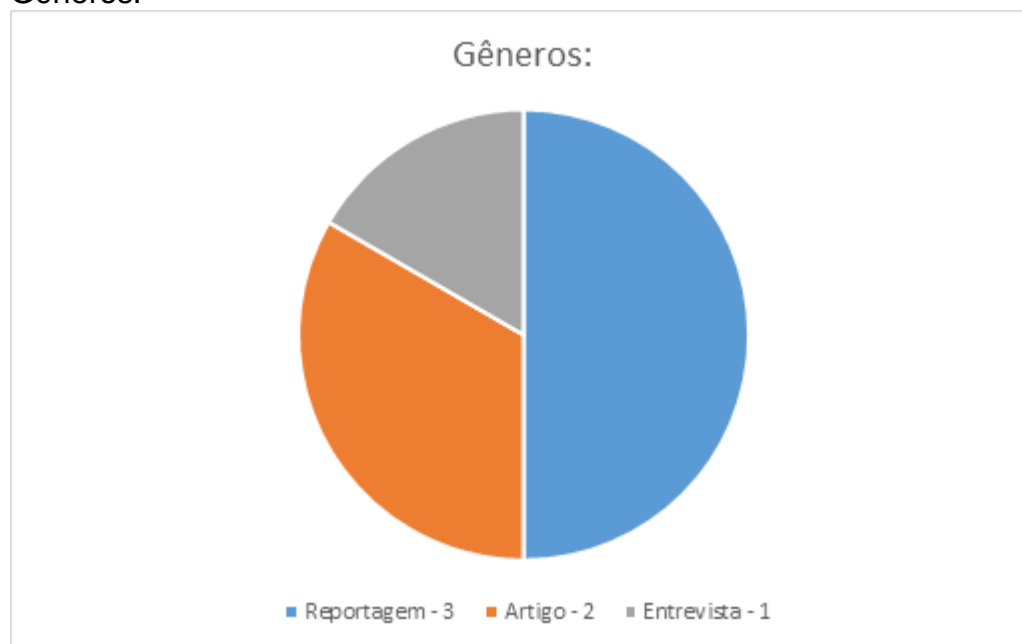
APÊNDICE A - *Jornal da UFG*

Produzido mensalmente, o *Jornal da UFG* tem 16 páginas por edição e tiragem de 11.500 exemplares, sendo distribuído em toda a Universidade Federal de Goiás (UFG), e ainda para outras universidades, agências de fomento, imprensa e segmentos organizados da sociedade e autoridades por mala direta. As matérias são produzidas pelos jornalistas, fotógrafos, estagiários e bolsistas da Assessoria de Comunicação da UFG (Assecom). Editam o jornal Silvana Coleta Santos Pereira (coordenadora de imprensa e editora-geral) e Silvânia de Cássia Lima (editora). Seu formato é tabloide germânico e sua impressão é feita pelo Centro Editorial e Gráfico da UFG (Cegraf).

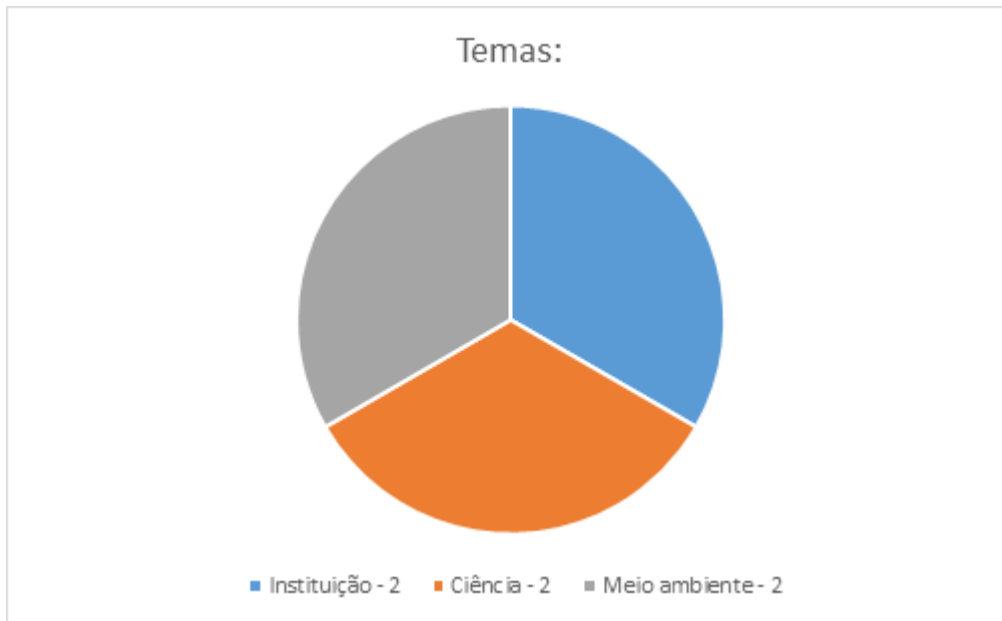
As pautas são desenvolvidas levando em consideração as novidades do meio acadêmico, como descobertas científicas, dissertações de mestrado, teses de doutorado, atividades culturais, congressos, feiras e seminários, projetos de extensão, alterações administrativas etc. Geralmente, as fontes são estudantes de graduação e pós-graduação, professores ativos e aposentados, homenageados da UFG e comunidade externa que seja atingida por atividades da UFG, via demandada de imprensa.

Para este trabalho foram selecionadas as edições publicadas no primeiro semestre de 2013, de março a junho, visto que não há produção nos meses de janeiro e fevereiro. Assim, foram analisados os números 56, 57, 58 e 59 do ano VII. Encontramos como resultados:

Gêneros:



Temas:



Proximidade:



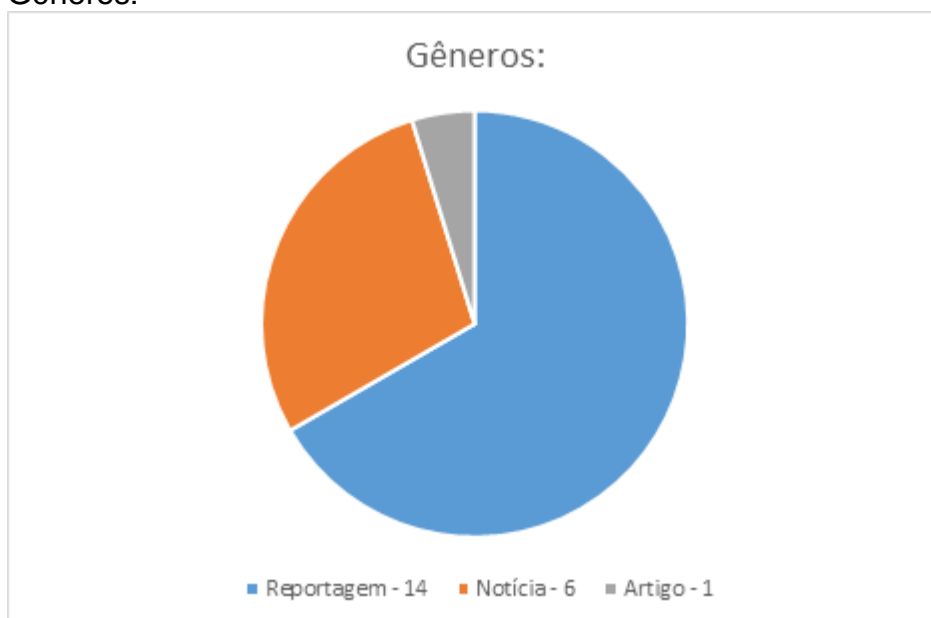
APÊNDICE B - *Boletim*

Fundado em 1973, *Boletim* é o jornal institucional da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Seu objetivo é divulgar interna e externamente tudo o que é feito na UFMG, pesquisas, projetos, atividades culturais, etc.

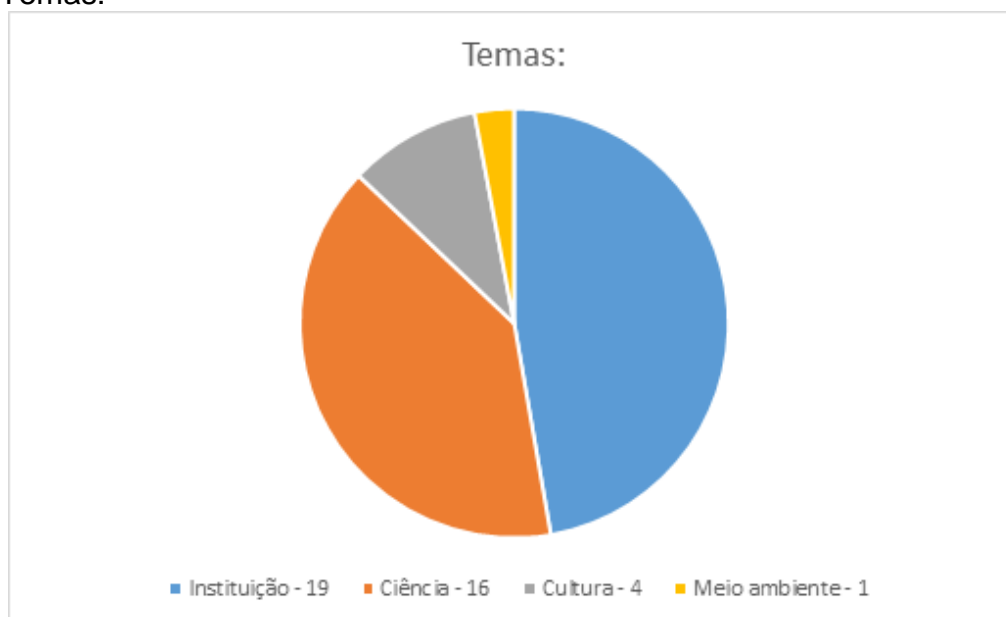
Disponível em suportes físico e eletrônico, sua versão impressa é distribuída nos *campi* da universidade, enviada para órgãos governamentais, instituições de pesquisa, de fomento, para outras universidades, e também para destinatários particulares que solicitem o seu recebimento. Apesar de circular também externamente, tem caráter de comunicação interna, servindo para integrar a comunidade acadêmica.

Tem como editor Flávio de Almeida, sua periodicidade é semanal com oito páginas por edição e tiragem de 7.500 exemplares impressos na Gráfica da UFMG. Para este trabalho foram selecionados os números de 1805 a 1825 do ano XXXIX do jornal, referentes ao período de janeiro a junho de 2013. Foram encontrados os seguintes resultados:

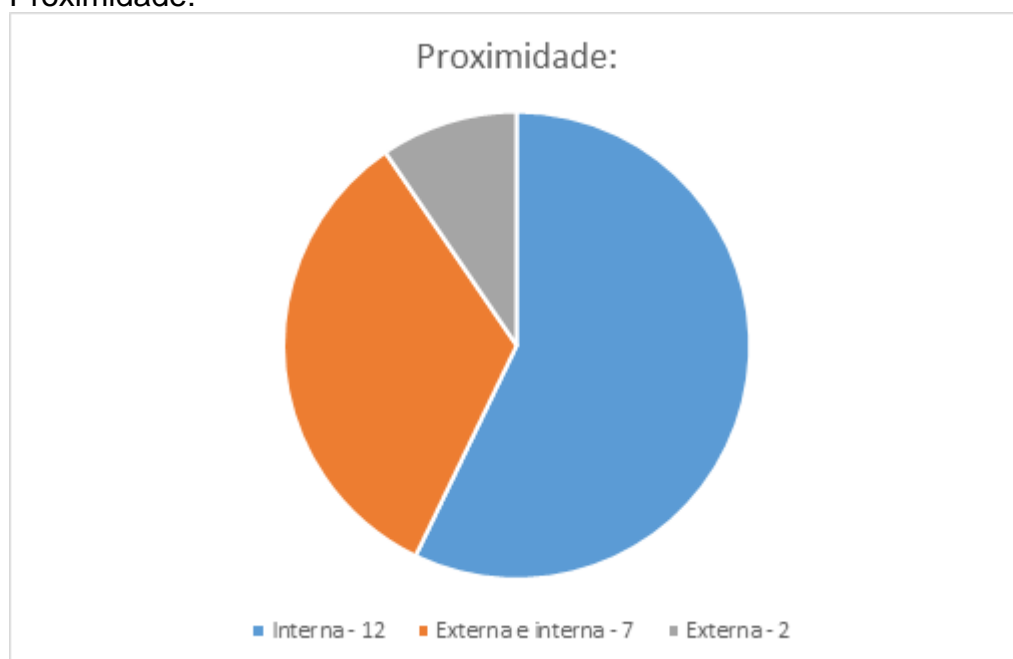
Gêneros:



Temas:



Proximidade:



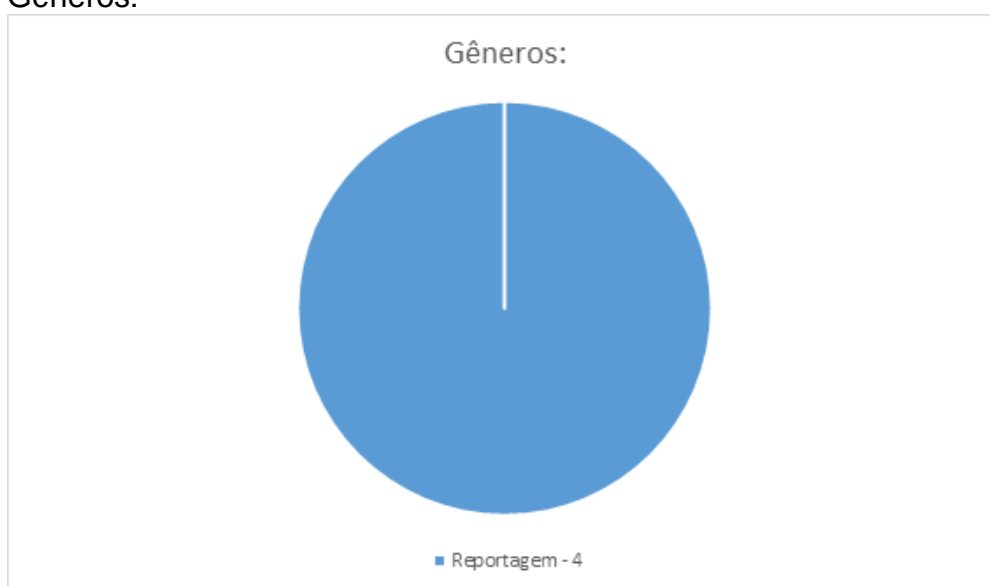
APÊNDICE C - *Jornal Beira do Rio*

O *Jornal Beira do Rio* é uma produção da Coordenadoria de Divulgação Científica da Assessoria de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Pará (UFPA), o qual objetiva divulgar as ações da universidade nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, contribuindo para que os conhecimentos produzidos na instituição sejam difundidos aos públicos interno e externo.

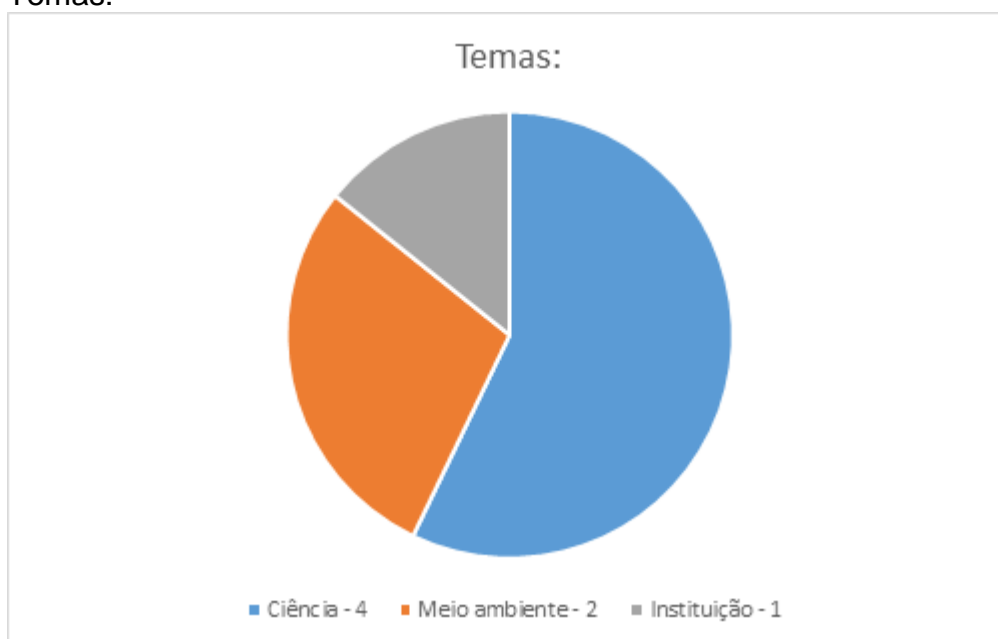
Foi criado em 1985 e descontinuado em 1992, voltando a circular em 2002. O jornal editado por Thaís Braga tem periodicidade bimestral e 12 páginas por edição, com tiragem de 4 mil exemplares impressos na Gráfica UFPA.

Para este trabalho foram selecionadas as edições publicadas no primeiro semestre de 2013, de janeiro a julho. Assim, foram analisados os números 110, 111, 112 e 113 do ano XXVII. Os resultados encontrados foram os seguintes:

Gêneros:



Temas:



Proximidade:



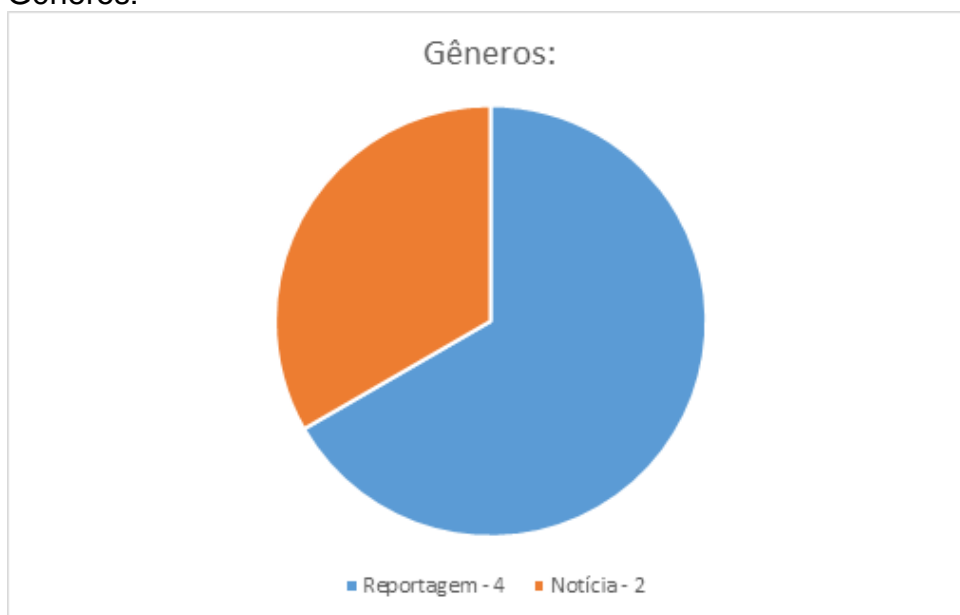
APÊNDICE D - *Jornal da UFRN*

O *Jornal da UFRN* é produzido, editado e distribuído pela Agência de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Agecom), unidade da Superintendência de Comunicação (Comunica), em parceria com a Editora Universitária e o apoio da Reitoria, ASCOM-Reitoria e a Secretaria de Ensino a Distância (Sedis). De periodicidade mensal, a publicação é distribuída nos campi da UFRN e também em bancas de revistas, livrarias, bibliotecas, fundações culturais e outros órgãos governamentais de Natal, além de ser encaminhada pelo correio a outras universidades.

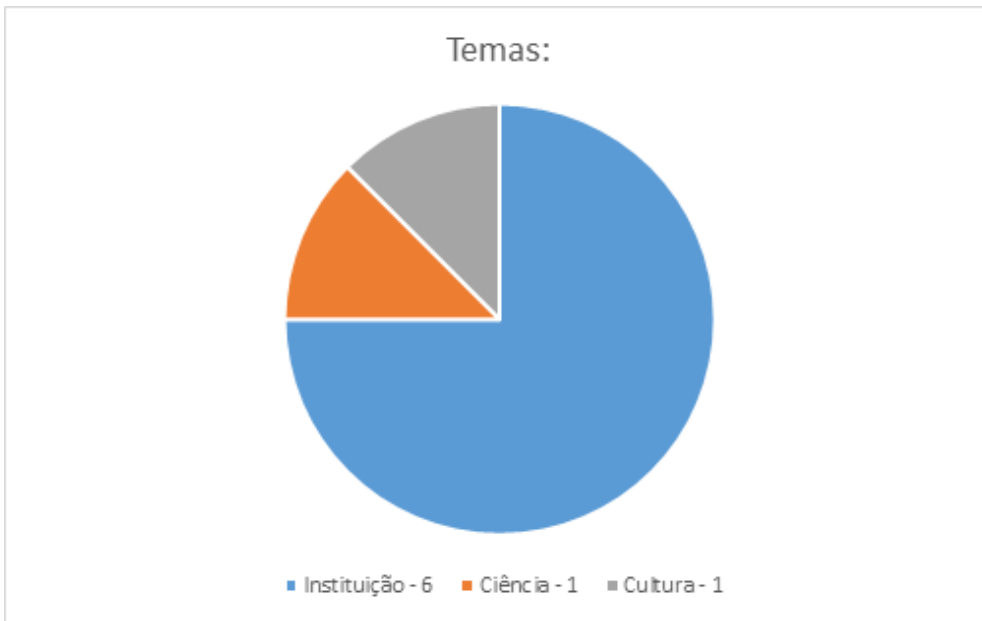
Em circulação há 15 anos, o *Jornal da UFRN* tem como editor Francisco de Assis Duarte Guimarães, e traz em suas 12 páginas mensais informações principalmente de assuntos relacionados à comunidade acadêmica da universidade. O jornal pode ser conferido na íntegra na página oficial da UFRN na internet, e sua versão impressa tem tiragem de 3 mil exemplares por edição.

Neste estudo, foram usados os números 57, 58, 59, 60, 61, 62 do ano XV do jornal, referentes ao período de janeiro a junho de 2013, sendo encontrados os seguintes resultados:

Gêneros:



Temas:



Proximidade:



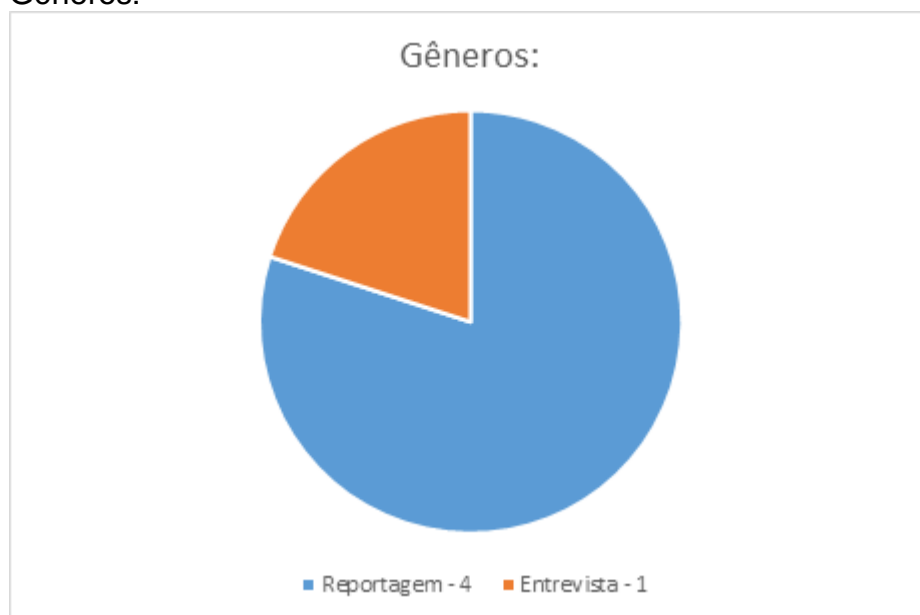
APÊNDICE E - *Jornal da Universidade*

Jornal da Universidade é o jornal institucional produzido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Criado em 1997 com o objetivo de noticiar, comentar, criticar e opinar sobre fatos de interesse da comunidade universitária, o JU também apresenta as novidades no campo do ensino, da pesquisa e da extensão, refletindo sobre seus impactos na sociedade. Além de reportagens, o jornal traz entrevistas, debates, artigos, ensaios fotográficos e a programação cultural promovida pela Universidade.

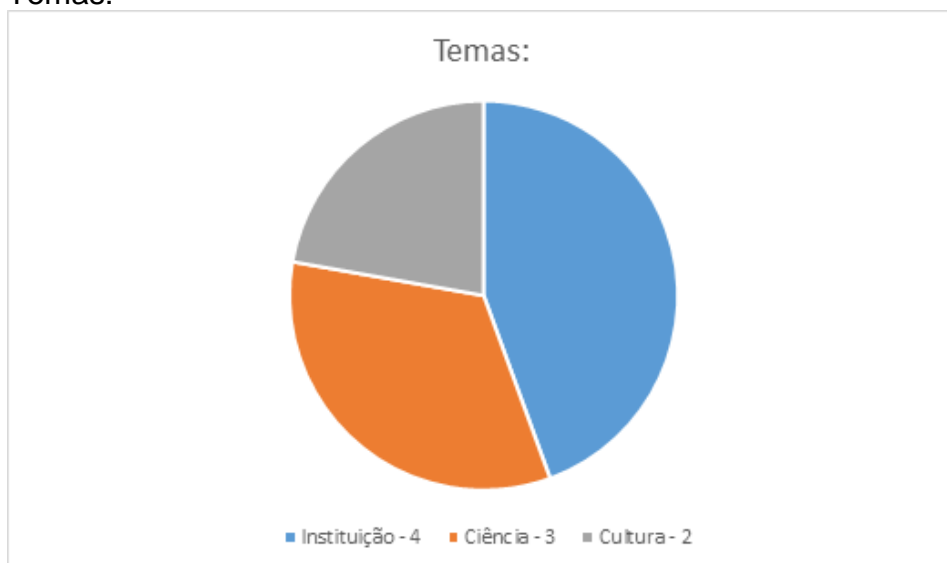
Publicado mensalmente pela Secretaria de Comunicação Social, tem distribuição gratuita dirigida aos professores, técnicos e estudantes que circulam pela UFRGS. O jornal possui 20 páginas por edição e sua tiragem atualmente é de 14 mil exemplares impressos pela Gráfica da UFRGS, a edição fica a cargo de Ânia Chala.

Para este trabalho foram selecionados os números 156, 157, 158, 159 e 160 do ano XVI, relativos aos meses de janeiro a junho de 2013. Os resultados que encontramos foram:

Gêneros:



Temas:



Proximidade:

