

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

ROMULO FERNANDO LEMOS GOMES

JORNALISMO CIENTÍFICO OU PROMOÇÃO INSTITUCIONAL?

Análise das regularidades discursivas no jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA

São Luís/MA
2013

ROMULO FERNANDO LEMOS GOMES

JORNALISMO CIENTÍFICO OU PROMOÇÃO INSTITUCIONAL?

Análise das regularidades discursivas no jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da Silva.

São Luís/MA
2013

Gomes, Romulo Fernando Lemos

Jornalismo Científico ou Promoção Institucional? Análise das regularidades discursivas do jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA. — São Luís, 2013.

143f.

Impresso por computador (fotocópia)

Orientador: Silvano Alves Bezerra da Silva

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, 2013.

1. Jornalismo Científico – Instituições de Ensino Superior. 2. Assessoria de Comunicação. 3. Discurso. I. Título

CDU 070:378 (812.1)

ROMULO FERNANDO LEMOS GOMES

JORNALISMO CIENTÍFICO OU PROMOÇÃO INSTITUCIONAL?

Análise das regularidades discursivas no jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Aprovado em / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da Silva (Orientador)

Prof. Dra. Vera Lúcia Rolim Salles (Avaliadora Interna)

Prof. Dr. Francisco Gonçalves da Conceição (Avaliador Externo)

À minha mãe, amor maior da minha vida!

AGRADECIMENTOS

A DEUS, que reconheço como Senhor da minha vida. Minha reaproximação com Ele tem me proporcionado a felicidade mais verdadeira que posso experimentar. Aprendi, nesse período, que “tudo posso”, quando n’Ele confio. “Deus é minha força e minha fortaleza”. Agradeço, ainda, a intercessão de Nossa Senhora da Conceição, pelas bênçãos, e por me fazer enxergar melhor a face do seu filho, Jesus Cristo.

À minha mãe Darci Lemos Gomes, mulher aguerrida e exemplo de força. Sua história de superação das mais difíceis situações me ensinou a ter coragem para buscar o que sonho. Quando eu tenho medo, ouvir sua voz e seus incentivos me ajudam a seguir em frente.

À minha irmã mais velha, Lena, que tomou pra si a responsabilidade de ser segunda mãe, quando nos faltou tão cedo nosso pai. Obrigado por cuidar de mim como um filho.

Aos meus irmãos Júnior, Kátia, Rone, Katiane, Ricardo, Renato e Renan, pela torcida constante e pelo orgulho que manifestam ter por mim, mesmo a distância, bem como às minhas sobrinhas Juliana e Bia, por ajudarem a manter mais ou menos organizada minha bagunça.

Ao Ricardo Alvarenga, pelo companheirismo, independente da situação e lugar, e por acreditar em mim mais do que eu mesmo.

Ao meu amantíssimo orientador, Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da Silva, pela generosidade de dividir comigo tão vasta sabedoria. Seu olhar apurado me deixou mais confiante para lançar meus próprios olhares sobre meu objeto de estudo e sobre todas as outras circunstâncias da vida que surgiam em momentos de orientação.

Aos professores Reinaldo Portal e Francisco Gonçalves da Conceição, pelas consistentes considerações no exame de qualificação.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult), em especial, aos professores Norton, Jarbas, Fernando Manzke, João Batista Bottentiut, Arão Paranaguá e João de Deus.

Aos meus colegas de turma do PGCult, Alberto, Helyne, Marla, Poliana, Flávio, Socorro, Cláudia, Irinaldo, Dyego, Andréia, Tamara, Taís, Alysson, Marcele e Paula, pelos momentos de partilha do conhecimento e amizade.

À chefe da Assessoria de Comunicação da UFMA, Ester Marques de Sá, ao chefe do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA, Cláudio Moraes, e ao Assessor de Imprensa da UEMA, Alcindo Barros, pela gentileza em compartilhar informações sobre as instituições a que servem.

À professora Vera Salles Rolim, que, generosamente, orientou meu estágio. Foi um prazer dividir tardes de trabalho com uma pioneira no jornalismo científico do Maranhão.

Aos colegas do GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom, pelas inquietações que despertaram em mim sobre meu objeto de estudo.

À querida amiga bibliotecária Joseane Cantanhede, pela revisão das normas ABNT, e ao amigo queridíssimo Fernando Araújo, pelo designer da capa.

À diretora geral do IFMA – *Campus* São Luís – Maracanã, professora Lucimeire Amorim Castro, pelo apoio à realização deste trabalho, compreendendo os momentos de ausência necessária. Ao ex-diretor geral da Instituição, professor Vespasiano de Abreu da Hora, que acompanhou e incentivou o início dessa caminhada.

Por fim, agradeço aos colegas de trabalho, aos meus amigos e demais familiares pela torcida constante.

RESUMO

Discussão do papel educativo desempenhado pelo jornalismo científico. Centra suas atenções sobre o exercício jornalístico das assessorias de comunicação das maiores instituições de ensino superior do Maranhão: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) e Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). O objetivo é investigar se o jornalismo científico produzido nessas três instituições atinge propósitos educativos consistentes, de modo a atender necessidades de formação de cultura científica. Toma-se como suporte a Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), que percebe o discurso como tridimensional: texto, prática discursiva e prática social. Em entrevista com chefes das assessorias de comunicação dessas instituições, levantou-se condições de produção do discurso da divulgação de ciência, tecnologia e inovação (CT&I). A análise apontou a coexistência entre discurso da ciência, discurso do jornalismo científico e discurso de promoção institucional. A partir de relações intertextuais e interdiscursivas, esses campos se alternam ou se justapõem para cumprir propósitos de manutenção hegemônica, sem atenção significativa à dimensão educativa do jornalismo científico.

Palavras-chave: Jornalismo Científico; Educação; Assessoria de Comunicação; Discurso.

ABSTRACT

Discussion of the educational role of science journalism. Focuses attention on the exercise of journalistic communication advising of the largest institutions of higher education in Maranhão: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) e Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). The objective is to investigate whether science journalism produced in public institutions achieves consistent educational purposes, to meet the training needs of scientific culture. Is taken as support for Social Theory of Discourse, Norman Fairclough (2001), who sees the speech as three dimensional: text, discursive practice and social practice. In an interview with heads of communications consultancies such institutions rose up the policies to make possible the formulation of discourse dissemination of science, technology and innovation. The analysis showed the coexistence of discourse science, discourse science journalism and discourse institutional promotion. From interdiscursive and intertextual relations, these fields alternate or overlap to fulfill hegemonic maintenance purposes, without significant attention to the educational dimension of science journalism.

Keywords: Science Journalism; Education; Communication Advisor; Discourse Analysis.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Bolsas concedidas pelo IFMA (Fonte: PRPGI/IFMA)

Quadro 02 – Campi da UEMA (Fonte: *Site* da UEMA)

Quadro 03 – Bolsas concedidas pela UEMA (Fonte: *Site* da PPG/UEMA)

Quadro 04 – Categorias de análise

Quadro 05 – títulos das matérias de Jornalismo Científico (JC) no mês de maio/UFMA

Quadro 06 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/UFMA

Quadro 07 – Áreas de conhecimento/UFMA

Quadro 08 – Fontes nas matérias de JC/UFMA

Quadro 09 – títulos das matérias de JC no mês de maio/IFMA

Quadro 10 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/IFMA

Quadro 11 – Áreas de conhecimento/IFMA

Quadro 12 – Fontes nas matérias de JC/IFMA

Quadro 13 – títulos das matérias de JC no mês de maio/UEMA

Quadro 14 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/UEMA

Quadro 15 – Áreas de conhecimento/UEMA

Quadro 16 – Fontes nas matérias de JC/UEMA

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Relação entre matérias gerais e JC no mês de Maio/2012

Gráfico 02 – Matérias gerais/UFMA

Gráfico 03 – Fontes nas matérias gerais/UFMA

Gráfico 04 – Matérias Gerais/IFMA

Gráfico 05 – Fontes nas matérias gerais do IFMA

Gráfico 06 – Matérias gerais/UEMA

Gráfico 07 – Fontes nas matérias gerais/UEMA

LISTA DE FIGURA

Figura 01 – Evolução do número de cursos/UFMA

Figura 02 – Página inicial do portal da UFMA

Figura 03 – Página inicial do Portal do IFMA

Figura 04 – Página inicial do *site* da UEMA

LISTA DE SIGLAS

ADTO – Análise de Discurso Textualmente Orientada
ASCOM – Assessoria de Comunicação
CAEMA – Companhia de Água e Esgotos do Maranhão
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCA – Centro de Ciências Agrárias
CCSA – Centro de Ciências Sociais Aplicadas
CCT – Centro de Ciências Tecnológicas
CECEN – Centro de Educação, Ciências Exatas e Naturais
CEFET/MA – Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão
CESA – Centro de Estudos Superiores de Açailândia
CESB – Centro de Estudos Superiores de Bacabal
CESBA – Centro de Estudos Superiores de Balsas
CESBAC – Centro de Estudos Superiores de Barra do Corda
CESC – Centro de Estudos Superiores de Caxias
CESCA – Centro de Estudos Superiores de Carolina
CESCD – Centro de Estudos Superiores de Codó
CESCO – Centro de Estudos Superiores de Colinas
CESCON – Centro de Estudos Superiores de Coelho Neto
CESGRA – Centro de Estudos Superiores de Grajaú
CESI – Centro de Estudos Superiores de Imperatriz
CESITA – Centro de Estudos Superiores de Itapecuru -Mirim
CESJOP – Centro de Estudos Superiores de São João dos Patos
CESLAP – Centro de Estudos Superiores de Lago da Pedra
CESPD – Centro de Estudos Superiores de Presidente Dutra
CESPE – Centro de Estudos Superiores de Pedreiras
CESPI – Centro de Estudos Superiores de Pinheiro
CESSIN – Centro de Estudos Superiores de Santa Inês–
CESTI – Centro de Estudos Superiores de Timon
CESZD – Centro de Estudos Superiores de Zé Doca
CNCTI – Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação
CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
COLUN – Colégio Universitário
CT&I – Ciência, Tecnologia e Inovação
DAPI – Departamento de Apoio a Projetos de Inovação e Gestão de Serviços Tecnológicos

DC – Divulgação Científica

DGTI – Diretoria de Fomento da Tecnologia da Informação

DINTER – Doutorado Interinstitucional

DPG – Departamento de Pós-Graduação

DPQ – Departamento de Pesquisa

EaD – Educação a Distância

ECA – Escola de Comunicação e Artes

ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio

E-TEC BRASIL – Escola Técnica Aberta do Brasil

ETFM – escola técnica federal do maranhão

FAPEMA – Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão

FESM – Federação das Escolas Superiores do Maranhão

FORPLAN/CONIF – Fórum de Pró-reitores de Planejamento e Administração do Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica

FUM – Fundação Universidade do Maranhão

IES – instituições de Ensino Superior

IFMA – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão

JC – Jornalismo Científico

MINTER – Mestrado Interinstitucional

NAE – Núcleo de Assuntos Estudantis

NEAD – Núcleo de Educação a Distância

NEC – Núcleo de Eventos e Concursos

NIB – Núcleo Integrado de Bibliotecas

NSWA – Associação Nacional de Escritores de Ciência dos Estados Unidos

NTI – Núcleo de Tecnologia da Informação

PIB – PRODUTO INTERNO BRUTO

PIBIC — Ensino Superior – Programa de Iniciação Científica

PIBIC Jr. — Ensino Médio – Programa de Iniciação Científica Júnior

PIBITI – Programa de Iniciação Tecnológica

PPPG – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

PPPG – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

PRH – Pró-Reitoria de Recursos Humanos

PROEN – Pró-Reitoria de Ensino

PROEX – Pró-Reitoria de Extensão

PROGF – Pró-Reitoria de Gestão e Finança

PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e ao Emprego

PRPGI – Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

RU - Restaurante Universitário

SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência

SECTEC – Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Desenvolvimento Tecnológico

SEMIC – Seminário de Iniciação Científica

SEPIIE – Seminário de Pesquisa, Pós-graduação, Inovação e Extensão

SiSU – Sistema de Seleção Unificada

SOMACS – Sociedade Maranhense de Cultura Superior

SUAP – Sistema Unificado de Administração Pública

UEMA – Universidade Estadual do Maranhão

UFMA – Universidade Federal do Maranhão

UNED – Unidade de Ensino Descentralizada em Imperatriz

UNESP – Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho

USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E EDUCAÇÃO	24
2.1 Divulgação científica x disseminação científica: conceitos	25
2.2 Um pouco de história da divulgação científica e do jornalismo científico	27
2.3 Funções e características da divulgação científica	29
2.4 Tradução ou novo discurso?	35
2.5 Modelos de Comunicação Pública de Ciência	39
2.6 Esteios da Educomunicação	40
3 ESCOLHAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS E AMOSTRA DA PESQUISA	43
3.1 Natureza social da linguagem	46
3.2 Percurso para construção da Teoria Social do Discurso	49
3.2.1 Formação dos objetos	49
3.2.2 Modalidades enunciativas	49
3.2.3 Formação dos conceitos	50
3.2.4 Formação das estratégias	51
3.3 Análise de Discurso Textualmente Orientada	Erro! Indicador não definido.
3.3.1 Discurso	55
3.3.2 Texto	56
3.3.3 Prática Discursiva	56
3.3.4 Prática social	58
3.4 Amostra da pesquisa	58
4 CONTEXTO DE FORMAÇÃO DO JORNALISMO CIENTÍFICO NA UFMA, IFMA e UEMA	61
4.1 Contexto de formação discursiva da UFMA	62
4.1.1 Políticas de pesquisa da UFMA	64
4.1.2 Objetos justapostos na Ascom da UFMA	65
4.1.3 A posição dos sujeitos na comunicação da UFMA	70
4.2 Contexto de formação discursiva do IFMA	76
4.2.1 Políticas de pesquisa do IFMA	78
4.2.2 Prestação de contas com a sociedade: o objeto da assessoria	80
4.2.3 Posição dos sujeitos no discurso do IFMA	83
4.3 Contexto de formação discursiva na UEMA	86

4.3.1 Políticas de pesquisa da UEMA.....	88
4.3.2 Divulgação de ações da Universidade: o objeto da UEMA.....	89
4.3.3 Posição dos sujeitos no discurso da UEMA.....	91
5 O JORNALISMO CIENTÍFICO DA UFMA, IFMA E UEMA	93
5.1 Presença do Jornalismo Científico.....	Erro! Indicador não definido.94
5.2 Estrutura dos sites da UFMA, IFMA e UEMA.....	96
5.3 Objetos e sujeitos do jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA.....	101
5.3.1 Sobre o que se fala na UFMA	101
5.3.2 Quem fala ou sobre quem se fala na UFMA?	106
5.3.3 Sobre o que se fala no IFMA.....	107
5.3.4 Quem fala ou sobre quem se fala no IFMA?.....	112
5.3.5 Sobre o que se fala na UEMA.....	113
5.3.6 Quem fala e sobre quem se fala na UEMA?	118
5.4 A Representação dos Discursos.....	119
5.5 Difração ou equivalência nas estratégias de discurso?	127
5.6 “Uma andorinha só não faz verão”.....	133
CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
REFERÊNCIAS	142
APÊNDICES.....	143

1 INTRODUÇÃO

Será que se pretende, de fato, compartilhar o saber para dividir o poder do conhecimento, o poder das decisões, a participação da sociedade para que ela possa, realmente, tornar-se sujeito de sua própria história? (CALDAS, 2012, p. 60)

Esta pesquisa insere-se na ampla discussão do papel educativo desempenhado pelo jornalismo científico, e centra suas atenções sobre o exercício jornalístico das assessorias de comunicação das maiores instituições de ensino superior do Maranhão: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) e Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Deixemos explícito nosso objeto de estudo.

A função mediadora dos meios de comunicação, na contemporaneidade, deu-lhes espaço privilegiado no processo de formação humana; eles são instrumentos importantes na produção e circulação de conhecimento. Na sociedade midiaticizada¹, essa dinâmica acontece com rapidez, de maneira diversificada e confrangida por interesses os mais distintos. É o cenário perfeito para que a divulgação de ciência, especialmente por meio do jornalismo científico, assuma papel na democratização e popularização do conhecimento produzido na academia, posicionando-se como ferramenta educativa e de promoção da cultura científica.

As universidades e os institutos de pesquisa poderiam assumir a dianteira nesse trabalho de divulgação da Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I). Esse pensamento é endossado por Brisolla e Carvalho (2002 apud CARNEIRO, 2010), em razão de as universidades, principalmente as públicas, concentrarem o maior volume de pesquisadores e da produção científica do País.

Esses centros de pesquisa teriam condições de estabelecer espaço no agendamento da grande mídia. Ao resenhar autores como Chaparro (1987), Bueno (1996), Lage (1999), Franco e Baroncelli (1999) e Reis (2002), a pesquisadora Sônia Aguiar (2012) chegou à conclusão de que as universidades brasileiras têm ganhado mais visibilidade midiática. Para ela, isso se deve a três fatores:

¹ Segundo Sônia Aguiar (2012, p. 27), referendando por Schulz (2004), a miditização refere-se à centralidade da mídia na sociedade contemporânea, na qual ocorrem mudanças sociais marcadamente influenciadas pelos meios de comunicação.

O viés produtivista das políticas de pesquisa e pós-graduação adotadas desde a década de 1990, que obrigam a divulgação contínua de resultados frente aos investimentos governamentais nessas áreas; as crescentes facilidades de organização e difusão da informação, bem como de produção midiática em diferentes formatos digitais propiciados pelo ambiente tecnológico da internet, sobretudo se comparado aos custosos e lentos processos de produção dos veículos impressos; e a mudança qualitativa no perfil dos jornalistas que trabalham em assessorias de imprensa ou de comunicação social (AGUIAR, 2012, p. 30).

Embora com avanços, a autora observa que as assessorias de comunicação ou agências de comunicação das universidades do Brasil usam, prioritariamente, suas estruturas como ferramentas estratégicas para dar visibilidade a aspectos institucionais ou de promoção de gestores.

Esses setores – geralmente ligados aos gabinetes dos reitores ou a alguma área administrativa – costumam dar ênfase à comunicação institucional, predominantemente orientada pelas agendas dos principais dirigentes da instituição e pelas demandas cotidianas da comunidade universitária (AGUIAR, 2012, p. 30).

Tomando proporções diferentes e dando ênfase à divulgação de CT&I, o trabalho das assessorias de comunicação das universidades podem de abrir caminho, inclusive, para cobertura mais qualificada do setor pela mídia. Ao centrar seus estudos no *media agenda building*², a autora procurou investigar também como se dá esse fluxo de influência na definição das pautas dos veículos jornalísticos. Ela percebeu que,

Ao subsidiar o trabalho jornalístico com informação relevante, os profissionais de assessoria de imprensa não apenas influenciariam os temas nos quais a mídia se concentra, como também o modo como os assuntos são cobertos, tanto em termos cognitivos quanto emocionais (AGUIAR, 2012, p. 31).

Tomando por base essa constatação, Aguiar (2012, p. 36) propõe, então, que os agentes da comunicação pública de ciência construam contra-agendamentos da mídia, com “mudanças significativas nos fluxos hegemônicos de informação sobre CT&I no Brasil e não apenas os conteúdos e discursos veiculados”.

Este é um esforço de transformação que encerra particularidades do próprio campo acadêmico, historicamente determinado pela forma como as sociedades se relacionam com o conhecimento. Para Zucolo (2012, p. 45), a realidade atual é de reestruturação da academia,

² O *media agenda building*, na opinião da autora, pode representar uma virada paradigmática nos estudos sobre os processos de agendamento gerados pelos meios de comunicação. A nova proposta é “investigar quem influencia a pauta dos veículos jornalísticos, em vez de se concentrar na transferência da pauta da mídia para o debate público” (QIU; CAMERON, 2006 apud AGUIAR, 2012, p. 31).

impulsionada por fatores e processos sociotecnológicos. O autor refere-se às tecnologias de informação e comunicação, que têm afetado a “especificidade institucional da Universidade”.

O momento é oportuno para que a divulgação científica, principalmente na forma de jornalismo científico, seja percebida como instrumento de educação para a ciência, pois opera “enquanto ação estratégica de apropriação social do conhecimento, ou seja, como ação de cidadania” (SOUSA *et al*, 2009, apud ZUCOLO, 2012, p. 48).

Para Zucolo (2012, p. 48), o desafio imposto às universidades é o de fazer divulgação científica, no contexto da transversalidade midiática, tendo como prisma sua função de promotora da compreensão pública da ciência, “naquilo que a população conhece e apreende do conhecimento e dos fatos científicos, assim como na instituição de imaginários acerca do lugar e da imagem do cientista”. É uma atuação que, articulada com a educação formal, geraria estratégias regulares de partilha do conhecimento, ultrapassando a lógica do mercado e da mera promoção institucional pelas assessorias.

Caldas (2012, p. 66) advoga a democratização do conhecimento como pressuposto inerente aos regimes democráticos. Para ela, a divulgação científica precisa ser feita de maneira politizada, mostrando que o conhecimento é “uma atividade que engendra poder e que, portanto, está sujeita à manipulação, fraudes, múltiplos interesses para além do benefício social”.

Pela dimensão política do uso que se pode fazer do conhecimento é que cabem a esses atores sociais envolvidos com o processo de divulgação da ciência, educadores e comunicadores, irem além da mera divulgação factual dos resultados de novas pesquisas, que são, sem dúvida, importantes de ser colocados à disposição do público em geral. É fundamental, portanto, ir além do marketing da ciência, da tecnologia e da inovação. Mostrar a ciência como uma atividade humana e, portanto, sujeita a seu tempo histórico e interesses (CALDAS, 2012).

O jornalismo científico que educa teria, como indicador de sua qualidade, a gestão do processo de produção, assim definidos por Caldas (2012, p. 65):

A qualidade da informação não passa apenas pela precisão dos dados, pelo texto bem elaborado, elementos essenciais, mas insuficientes. Passa, principalmente pela contextualização, visão histórica, controvérsias, abordagem, discussão sobre riscos e benefícios, interesses envolvidos.

Este aspecto é o objetivo primordial da divulgação científica: a democratização do acesso ao conhecimento, com ênfase no processo de educação científica. De posse de informações consistentes, o cidadão fica mais apto a compreender e debater temas especializados, bem como a discutir possíveis impactos em sua vida. Portanto, é relevante que

os indivíduos conheçam, por exemplo, o conjunto de interesses, inclusive extracientíficos (comerciais, políticos, militares etc.), que estão relacionados ao setor de CT&I.

Para Bueno (2010, p. 8), a educação científica, proporcionada pelos processos de divulgação científica, dá condições ao cidadão comum de participar de debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e democracia.

Em documentos oficiais, o Governo brasileiro tem reconhecido essa dimensão. O Documento Referência da 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (CNCTI), realizada em maio de 2010, em Brasília, ressalta a importância da comunicação para a educação e a construção/consolidação de uma cultura científica nacional.

Além do papel essencial da escola, a educação não formal tem importância para a formação permanente dos indivíduos e o aumento do interesse pela CT&I. Ela se processa através de instrumentos como os meios de comunicação, os espaços científico-culturais, a extensão universitária e a educação a distância (CNCTI, 2010.1, p. 19).

Este documento elenca os avanços que necessitam ser feitos nessa área, com destaque para “a promoção de presença mais intensa e mais qualificada da CT&I em todos os meios e plataformas de comunicação”; “a formação de pessoal especializado em comunicação pública da ciência”; “a promoção e ampliação do debate sobre a diversidade dos conhecimentos e a necessidade da interculturalidade na relação entre conhecimentos científicos e os denominados conhecimentos tradicionais”; além do “estabelecimento de um programa nacional de popularização da CT&I que envolva atores significativos”.

No Maranhão, as pesquisas científicas e o desenvolvimento de inovações tecnológicas são produzidas, essencialmente, em três instituições públicas de ensino superior: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) e Universidade Estadual do Maranhão (UEMA).

Considerando as contribuições já apresentadas da divulgação científica ao desenvolvimento da ciência, à democratização do conhecimento, à construção/consolidação da cultura científica, à formação da mentalidade cidadã, entendemos que era necessário investigarmos se as modalidades de jornalismo científico produzidas nessas três instituições maranhenses atingem os fins educativos que, ao fim, almejam.

A partir desses marcos, chegamos ao **problema** central desta pesquisa:

- ✓ O jornalismo científico produzido nas instituições públicas de Ensino Superior do Estado do Maranhão (UFMA, IFMA e UEMA) atinge propósitos educativos consistentes, de modo a atender necessidades de formação de cultura científica?

O levantamento preliminar do jornalismo científico nessas instituições conduziu-nos à hipótese de que o público cumpre, aí, papel meramente receptor, deixando de tomá-lo, desse modo, como agente ativo no processo de discussão e decisão sobre CT&I. A difusão científica não seria vista sob o prisma da educação científica e tecnológica, que contribui para a formação de cidadãos capazes de refletir e intervir em sua realidade, com mais lucidez e compromisso social.

Outro fator a ser submetido à verificação empírica era a possível confusão entre produtos de promoção institucional e os de divulgação científica, o que dificultaria a elaboração jornalística mais crítica e reflexiva. Isso, todos sabemos, dá espaço à simples divulgação de informações, sem, contudo, criar bases sólidas para a democratização do conhecimento.

Essa situação ensejou as seguintes **perguntas**, derivadas da problemática maior:

- ✓ Nas universidades, qual seria a atribuição principal das assessorias de comunicação? A divulgação científica desenvolvida pelas assessorias de comunicação confunde-se com o trabalho de projeção de imagem das instituições e dos gestores?
- ✓ Quais o(s) atual(is) modelo(s) de divulgação científica empregado(s) pelas assessorias de comunicação da UFMA, IFMA e EUMA?
- ✓ Que papel(éis) educativo(s) emerge(m) das assessorias de comunicação das Instituições de Ensino Superior do Maranhão quando atuam com jornalismo científico?

A partir desses questionamentos, estabelecemos como **objetivo geral**:

- ✓ Investigar se o jornalismo científico produzido nas instituições públicas de Ensino Superior do Estado do Maranhão (UFMA, IFMA e UEMA) atinge propósitos educativos consistentes, de modo a atender necessidades de formação de cultura científica.

Nossos **objetivos específicos** ficam assim delimitados:

- ✓ Discutir a atribuição da prática discursiva das assessorias de comunicação das Instituições de Ensino Superior, no que se refere à relação entre divulgação científica e comunicação institucional;
- ✓ Identificar e compor, com base na Análise de Discurso Textualmente Orientada, o(s) atual (is) modelo(s) de divulgação científico empregado(s) pelas assessorias de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA, considerando-se propósitos educativos voltados à formação de cultura científica.
- ✓ Discutir o papel educativo desempenhado pelas instituições de ensino superior mais importantes do Maranhão, por meio do jornalismo científico.

Para atingir esses objetivos, esta dissertação está dividida em cinco capítulos:

Iniciamos com o capítulo “Divulgação científica e educação”, e nele se discutem as características da prática discursiva da divulgação de ciência, com ênfase no jornalismo científico, e sua articulação com a educação. Também trazemos à tona os debates empreendidos pelo campo da Educomunicação, a partir de autores que tratam a educação como um problema de comunicação. Esse novo campo de intervenção social (Educomunicação) configura-se pelo estudo da produção de conhecimento sobre as multiplicidades comunicativas, o que contribui para caracterizarmos a prática educativa e de mediação do conhecimento, principalmente para que se definam quais aspectos o jornalismo científico precisam conter para educar em conformidade com as necessidades de crescimento humano e social, de uma sociedade como a nossa.

No terceiro capítulo, “Escolhas teórico-metodológicas e amostra da pesquisa”, explicamos a opção pela Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), e apresentamos o percurso metodológico a partir do entendimento do discurso como tridimensional: texto, prática discursiva e prática social. Em seguida, justificamos e delimitamos o *corpus* de análise, que compreende matérias nos *sites* da UFMA, IFMA e UEMA, em dois períodos: maio/2012 e novembro/2012. Essa amostra estratificada levou em consideração datas em que não estavam previstos eventos que influenciassem o assunto.

O quarto capítulo, “Contexto de formulação do jornalismo científico na UFMA, IFMA e UEMA”, trata da tipificação dos contextos sócio-histórico e político em que se dão a produção do jornalismo de ciência nas três instituições. Na pesquisa de campo, levantamos as

estruturas, políticas e recursos empreendidos para dar condições à formulação do discurso da divulgação de ciência e tecnologia. Neste ponto, discutimos as características da assessoria de comunicação, a fim de refletir sobre a atuação dessas estruturas universitárias especializadas em dialogar com a sociedade.

No quinto capítulo, analisamos o *corpus* empírico, composto por matérias publicadas nos sites da UFMA, IFMA e UEMA, com auxílio de categorias provenientes da Análise de Discurso Textualmente Orientada (Fairclough, 2001). Seguimos, ainda, roteiro proposto no protocolo de Análise de Conteúdo da Rede Ibero-Americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico. Nossa intenção é perceber o papel do discurso institucional na constituição, reprodução ou reestruturação dos sistemas de conhecimento e crença, portanto, da realidade social. Queremos, em substância, evidenciar componentes ou potencialidades educativas (ou sua ausência) nas peças de jornalismo científico das maiores instituições de ensino superior do Maranhão.

A investigação da dimensão comunicativo-educacional da divulgação científica permitiu-nos compreender as estratégias de discurso a que recorrem a UFMA, IFMA e UEMA, bem como destacar relações de poder estabelecidas entre instituições, pesquisadores e sociedade.

Desse modo, foi possível investigar o que pode ser dito, de que forma é dito, que peculiares operações discursivas são engendradas no corpo das ações de comunicação científica das instituições maranhenses selecionadas. Daí foi possível perceber e avaliar o *percurso educativo* empreendido por meio da realidade comunicacional de ciência do Maranhão.

2 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E EDUCAÇÃO

Tornar os achados científicos acessíveis a qualquer cidadão cumpre diversas dimensões: promove a educação científica, abre espaço para a democratização do conhecimento e possibilita a prestação de contas dos investimentos (essencialmente, públicos) em pesquisas.

Entram, nessa empreitada, a educação formal, ciclos de palestra, feiras de ciência, livros didáticos, jornalismo científico, entre outros meios. Todos eles executam atividades de divulgação científica, que têm como característica a veiculação de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) ao público não especializado.

Grande é sua importância social, como amplo é o jogo de contradições e interesses que constroem seus processos de produção, circulação e consumo, principalmente na lógica do jornalismo científico, objeto desta pesquisa.

Neste capítulo, discutiremos aspectos que caracterizam a *prática discursiva* da divulgação científica, com enfoque no jornalismo científico. Ao final, apresentaremos algumas coordenadas teóricas acerca da Educomunicação, que nos auxiliarão a pensar o entrecruzamento entre práticas comunicativas e educação.

Em razão da variedade de sentido relacionado ao campo da Divulgação Científica (difusão, comunicação, divulgação, vulgarização), sentimos necessidade de explicitar nossas escolhas conceituais. Antes, porém, relacionamos alguns conceitos encontrados na literatura (Bueno, 2010; Zamboni, 2001; Burkett, 1990; Calvo Hernando, 1997, 2006; Oliveira, 2002), para situarmos o amplo debate no qual se insere nosso objeto.

A partir dessas referências, discutimos as funções da divulgação científica e do jornalismo científico, suas características, sua constituição enquanto gênero de discurso específico, os principais modelos de comunicação pública de ciência e as relações desse campo com a educação.

Ao expor a natureza da divulgação científica e do jornalismo científico, buscamos pistas para compor o *status* considerado ideal dessa *prática discursiva* (conjunto de regras), para, mais adiante, utilizá-la como base para avaliar a situação real encontrada na produção das assessorias de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA.

2.1 Divulgação Científica x Disseminação Científica: conceitos

No Brasil, o primeiro a sistematizar pesquisas sobre divulgação de ciência foi Wilson da Costa Bueno, em 1984, o que demonstra quão recentes são tais estudos no país. O ponto de partida foi sua tese de doutorado *Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente*, desenvolvida na Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP).

Nesse trabalho inaugural, Bueno (1984) defendeu que as atividades de difusão de ciência e tecnologia abrangem "todo e qualquer processo ou recurso utilizado para veiculação de informações científicas e tecnológicas" (BUENO, 1984, p. 1421). Para o autor, a *difusão científica* divide-se em duas modalidades: a *disseminação científica*, que é direcionada ao público especializado (ex.: congressos, revistas científicas, artigos científicos etc.). Em recente artigo, Bueno (2010) apresentou o termo *comunicação científica*, para situar o que antes era concebido como disseminação científica. Preferimos a nomenclatura anterior, por ser a comunicação inerente a todos esses processos. Consideramo-la mais adequada como expressão macro, portanto, sinônimo de difusão; e a *divulgação científica*, feita por jornalistas ou divulgadores (que podem ser cientistas), com o propósito maior de levar conhecimentos científicos e tecnológicos a público não especializado.

[...] o Jornalismo Científico é um caso particular de Divulgação Científica: é uma forma de divulgação endereçada a público leigo, mas que obedece ao padrão de produção jornalística. Nem toda a Divulgação Científica se confunde com Jornalismo Científico. Os fascículos são um exemplo, as palestras para popularizar a ciência são outro e os livros didáticos mais um ainda (BUENO, 2010, p. 01)

O espanhol Calvo Hernando (2006), um dos responsáveis por estudos de comunicação de ciência na América Latina, também vê diferenças entre *difusão científica*, *disseminação científica* e *divulgação científica*. A *difusão científica* seria mais geral, englobando a própria missão do cientista de transmitir ao público os resultados de suas pesquisas. A disseminação tem o mesmo significado atribuído por Bueno (2010) à comunicação de ciência. “A disseminação é a transmissão, por parte do cientista, de informações científicas e tecnológicas entre seus pares” (CALVO HERNANDO, 2006, tradução nossa)³. Já a divulgação científica

³ “La diseminación científica es la transmisión, por parte del investigador, de informaciones científicas y tecnológicas para sus pares o especialistas en el mismo sector de la ciencia” (CALVO HERNANDO, 2006 – tradução nossa).

ou vulgarização científica tem a função de oferecer ao público leigo a possibilidade de ampliar e atualizar seus conhecimentos.

Para o norte-americano Warren Burkett (1990), esse é o campo da *redação científica*. Quando cunhou esse denominativo, o autor estava se referindo, especificamente, ao Jornalismo Científico. O redator de ciência, para ele, é responsável por "explicar ou traduzir conhecimento científico para pessoas que podem ser ou não cientistas" (BURKETT, 1990, p. 5).

Quem escreve sobre ciência para o público em geral tenta explicá-la em termos de analogia e símils. Estes são, por definição, menos exatos que a terminologia precisa usada pelos praticantes da ciência ou sua linguagem matemática, altamente hermética, porém precisa. É bastante possível que os editores e escritores estejam subestimando o nível de capacidade de compreensão técnica e científica que seus ouvintes e leitores possuem em muitos países avançados (BURKETT, 1990, p. 9).

As concepções de Authier (1982) chegaram até nós pelas lentes de Zamboni (2001), que a tomou como referência para formular sua própria concepção sobre o *discurso da divulgação científica*. Para ela, divulgação científica apresenta-se como “prática de reformulação de um discurso-fonte (D1) em um discurso (D2), em função de um receptor diferente daquele a quem se endereça o discurso científico (discurso-fonte)” (AUTHIER apud ZAMBONI, 2001, p. 51).

No conjunto de textos que forma essa prática discursiva, estariam a tradução, o resumo, a resenha e a paráfrase. Authier (1982) insere também práticas pedagógicas que adaptam conteúdo de acordo com o nível da audiência ou ainda as experiências de formulação de análises para determinado grupo social.

Já aquilo que Authier (1982) denomina *discurso de especialidade* encontra paralelo no conceito de *disseminação científica* (BUENO, 1984; CALVO HERNANDO, 2006). Esses discursos, de acordo com a autora, “circunscrevem sua circulação a grupos sociais e profissionais restritos, nos quais a compreensibilidade está garantida, *a priori*, dado seus integrantes compartilharem dos mesmos requisitos do conhecimento especializado” (AUTHIER, 1982 apud ZAMBONI, 2001, p. 69-70). Quando direcionado a outro tipo de audiência, esse discurso especializado receberia tratamento “explicativo” ou “simplificador”, efetuado, essencialmente sobre a terminologia.

O problema fundamental que Zamboni (2001) percebe na concepção de Authier diz respeito à compreensão da divulgação científica como a atividade de reformulação discursiva.

Investigar os textos da divulgação científica com a lente da subjetividade mostrada pode revelar, nesse caso, menos uma prática de reformulação discursiva (embora se trate de uma atividade que, em certa medida, reformula algo, sim) e mais uma ação efetiva de formulação de um discurso que bem pode ser caracterizado como um gênero específico: o gênero da divulgação científica (ZAMBONI, 2006, p. 85-86).

Considerando cada aspecto assinalado por esses autores, e ao perceber seus pontos de convergência e divergência, elegemos a primeira categorização proposta por Bueno (1984) para nomear o nosso campo de estudo. Dessa forma, ao nos referirmos ao ambiente macro da veiculação de informações sobre CT&I, usaremos o termo *difusão científica*, que se desdobra em *disseminação científica* (voltada a público especializado) e *divulgação científica* (direcionada a público não especializado). No âmbito desta última, está o *jornalismo científico*, objeto maior de nossas preocupações nesta pesquisa.

De outra parte, adotaremos a proposta de Zamboni (2001) que considera o discurso de divulgação científica como um gênero específico.

Passemos, agora, à trajetória dos estudos nessa área, à função política e educativa da divulgação científica e às características dessa prática discursiva.

2.2 Um pouco de história da divulgação científica e do jornalismo científico

Alberguini (2007) apresenta versões para o surgimento da divulgação científica, considerando que, entre os pesquisadores, ainda não se chegou a consenso. Há quem acredite que divulgação de ciência seja natural ao processo de produção científica. Por essa razão, o desenvolvimento da divulgação acompanharia o próprio desenvolvimento da ciência. Para outros pesquisadores, todavia, a atividade surgiu com a ciência moderna, momento em que os sistemas explicativos sobre diferentes domínios do conhecimento passaram a fazer parte do rol de assuntos educativos mais largos.

As primeiras iniciativas eram de cientistas, que publicavam suas ideias e teorias em livros, conferências e em demonstrações de experimentos, mas para um público restrito. Segundo Macedo (2002), o surgimento dos primeiros periódicos científicos no século XVI coexistia com a divulgação para o grande público, através de livros de divulgação, conferências públicas e outros. Reis (2001), no entanto, questiona sobre o alcance daquele público. Representativo desse esforço de espalhar a ciência seria o livro de Bernier le Bovier de Fontenelle *"Entretiens sur la pluralité des mondes"*, publicado em 27 1686. (...) Poderíamos então considerar Fontenelle como

popularizador da ciência se ele escrevia apenas para a aristocracia, que era a classe interessada nesse tipo de conhecimento, e manifestava até a convicção de que o conhecimento científico devia constituir o privilégio da elite? (REIS, 2001 apud ALBERGUINI, 2007, p. 57-58).

As primeiras publicações direcionadas a público leigo foram editadas no século XIX. O *Scientific American*, fundado em 1845 e editado no formato de jornal, é o mais antigo. Mas o público que atingia ainda não era tão amplo assim. As matérias, com enfoque em aspectos econômicos da ciência e da tecnologia, destinavam-se a grandes industriais, comerciantes e fazendeiros, potencialmente interessados por inovações tecnológicas.

Para Calvo Hernando (1997), a ideia de Jornalismo Científico despontou de duas experiências ocorridas nas primeiras décadas do século XX: a) o alemão Arthur Koestler publicou informações sobre ciência nos jornais da casa Ullstein, na Alemanha; b) e, pouco mais tarde, o jornal americano *The New York Times* passou a dedicar uma editoria à ciência e tecnologia.

Tratava-se de um grande passo para a popularização da ciência, que nos anos seguintes crescería e amadureceria. Os meios informativos, únicas vias de acesso do grande público ao conhecimento, começavam a reagir ante o novo feito da ciência convertida em notícia e enfrentavam uma responsabilidade que ainda hoje, por infelicidade, não é compartilhada pela maioria das empresas de comunicação (CALVO HERNANDO, 1997, p. 13, tradução nossa)⁴.

Assim como a prática do jornalismo científico, surgiram também estudos e teorias sobre a área. Calvo Hernando (1997) credita parte desse avanço aos congressos iberoamericanos de periodismo científico (Caracas, 1974; Madrid, 1977; México, 1979; São Paulo, 1982; Valência, 1990; e Santiago do Chile, 1996) e à Conferência Mundial de Periodismo Científico (Tóquio, 1992).

Ao traçar panorama do jornalismo científico no Brasil, Oliveira (2002) retomou o pensamento de teóricos estrangeiros. Bruce Lewenstein, da Universidade de Cornell, nos Estados Unidos, identificou que, desde o século XIX até meados da década de 1970, tanto a comunidade científica quanto os jornalistas norte-americanos construíram a “visão de um

⁴ Se trataba de un gran paso hacia la popularización de la ciencia, que los años siguientes habría de crecer y madurar. Los medios informativos, únicas vías de acceso del gran público al conocimiento, empezaban a reaccionar ante el nuevo hecho de la ciencia convertida en noticia y afrontaban una responsabilidad que todavía hoy, por desgracia, no es compartida por la mayoría de las empresas informativas (CALVO HERNANDO, 1997, p. 13).

mundo racional, governado por uma sociedade objetiva e com poder independente das questões sociais” (OLIVEIRA, 2002, p. 24).

Com isso, as instituições científicas e os meios de comunicação de massa americanos lograram construir um ambiente cultural extremamente favorável aos enormes investimentos realizados em C&T desde a segunda metade do século XIX. Essa visão romântica, favorável e acrítica permitiu, por exemplo, o avanço do programa espacial das décadas de 1960 e 1970, principal mote tecnológico do período da Guerra Fria entre os EUA e a União Soviética (OLIVEIRA, 2002, p. 24).

Já o presidente da Associação Nacional de Escritores de Ciência dos Estados Unidos (NSWA) e repórter de ciência da *National Public Radio*, Richard Harris, ao pesquisar o comportamento da cobertura de ciência no país, apontou que o jornalismo científico, atualmente, está em uma fase mais “capaz de análises e julgamentos críticos”.

2.3 Funções e características da divulgação científica

No Brasil, a existência de períodos históricos totalitários, inclusive com um regime ditatorial militar, dificultou o avanço do jornalismo científico, tão necessário ao exercício de cidadania.

Do ponto de vista da prática política e do exercício dos poderes e das liberdades democráticas, o público em geral deve estar incluído na grande base da pirâmide social, porque todos os cidadãos estão (ou deveriam estar) envolvidos na eleição dos representantes governamentais, que são selecionados conforme a sua atuação ou as promessas de plataformas políticas. C&T têm consequências comerciais, estratégicas, burocráticas e igualmente na saúde pública; não nas margens, mas no âmago desses componentes essenciais do processo político. Democracia participativa requer cultura científica do eleitorado, para que este seja capaz de apoiar, ou não, as propostas e decisões de seus representantes e de endossar ou não sua eleição (OLIVEIRA, 2002, p. 12/13).

A contribuição efetiva da difusão de ciência e tecnologia para a formação da cultura científica e fomento da participação popular nos processos de decisão política do setor. Oliveira (2002) explicou, ainda, que o jornalismo científico não é restrito à cobertura de CT&I. As pesquisas científicas e o conhecimento acadêmico podem embasar reportagens de outras editorias, ajudando a contextualizar e aprofundar qualquer acontecimento a ser pautado. “A ciência ajuda a entender os fenômenos sociais e a interpretar as causas e consequências dos fatos de interesse jornalístico” (OLIVEIRA, 2002, p. 47).

É em práticas como essa que os meios de divulgação científica conseguem levar educação e alfabetização científica à sociedade. Para Bazzo (2010), esse posicionamento confere a esses estudos caráter de atualidade, “de forma que ela responde aos anseios da composição de uma sociedade democrática, que considera as repercussões da C&T e se propõe a construir estruturas para orientá-las”.

Como fontes primárias, as universidades e os institutos de pesquisa devem tomar a dianteira nesse trabalho de difusão da CT&I. Além de detentoras de conhecimento que pode melhorar a vida das pessoas, essas instituições têm, em grande parte, suas pesquisas financiadas com dinheiro público, o que aumenta a necessidade de prestarem contas à comunidade. “A divulgação científica aproxima o cidadão comum dos benefícios que ele tem o direito de reivindicar para a melhoria do bem-estar social” (OLIVEIRA, 2002, p. 14), pois contribui para a “evolução educacional e cultural da população”.

A importância da participação das instituições de pesquisa brasileiras como fonte de pesquisa evidencia-se mais quando é analisado o comportamento dos veículos de comunicação na definição de prioridades editoriais. Ainda se observa no Brasil o privilégio nas páginas dedicadas à C&T a descobertas internacionais, amplamente divulgadas por agências de notícias. Para as nacionais, são dedicados espaços menos relevantes na mídia.

A comunidade científica é ou deveria ser a emissora de mensagens e a protagonista no quadro da pesquisa no país. Assim sendo, é preciso maior envolvimento desses atores nas reflexões sobre os assuntos pertinentes à área de ciência, tecnologia e inovação, para que eles possam influir nas decisões de investimentos e políticas públicas na área (CARNEIRO, 2010, p. 6).

As relações de poder permeiam a CT&I, em seus procesos de produção e de difusão. Segundo Oliveira (2002, p. 50), “divulgar ciência é, acima de tudo, ação política e estratégica”, por ser imersa em interesses políticos e econômicos.

Calvo Hernando (1997), ao tratar dos objetivos e funções da Divulgação Científica e do Jornalismo Científico, evoca o artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que garante: “I) Toda pessoa tem direito a tomar parte livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de fruir de seus benefícios”. É aquilo que o autor chama “uso social do conhecimento e seu poder implícito” (CALVO HERNANDO, 1997, p. 27).

O espanhol divide em três as funções da divulgação científica (DC) e do Jornalismo Científico (JC): a primeira seria a função *informativa*, pela qual o divulgador transmite e faz compreensível o conteúdo hermético da ciência. Fazendo isso, o público teria sua curiosidade

estimulada, assim como sua sensibilidade e responsabilidade moral; na segunda função, de *Intérprete*, o divulgador tornaria mais preciso o significado e o sentido dos descobrimentos básicos da CT&I e suas implicações, dando ênfase àqueles que incidem mais no cotidiano (eletrônica, telecomunicações, medicina, biologia etc.); a terceira função é de *controle*, visto que a ciência e tecnologia devem ser tomadas em conta nas decisões políticas, dando maior importância à qualidade de vida e enriquecimento cultural do ser humano.

Neste sentido, poderia-se dizer que o papel do jornalista científico, como tantas outras coisas em nosso tempo, está submetido a um processo de mudança. Antes, sua missão parecia clara: popularizar as ideias e os conhecimentos dificilmente acessíveis ao público; hoje, além disso, deve pôr mais diretamente a serviço da sociedade ajudar o indivíduo a conhecer – e em certo modo, dominar a vida (economia, ecologia, medicina, educação, tecnologia etc.) (CALVO HERNANDO, 1997, p. 28, tradução nossa)⁵.

Essas três funções relacionam-se aos fins de projeção social, educação, democracia, projeção cultural e científica e desenvolvimento integral, segundo o autor.

Quando se refere à projeção social, Calvo Hernando (1997) tem em vista que o público destinatário das mensagens sobre CT&I é, muitas vezes, mal informado. Nesse sentido, o jornalismo científico deve ser percebido como fator de desenvolvimento social, pois possibilita que a sociedade se vincule ao saber de seu tempo. Por isso mesmo, o foco atual está nas tecnologias, que tanto têm modificado a cultura, os valores e as atitudes.

O jornalismo científico, junto com o sistema educativo, é chamado a empreender esforço precisado pelo professor Frederico Mayor Zaragoza, citado por Hernando: "evitar o estado de ignorância informada". Uma das formas de se fazer isso é criando uma consciência popular sobre o valor da investigação científica e a formação da opinião pública (CALVO HERNANDO, 1997, p. 29).

Para Calvo Hernando (1997), a nossa sociedade precisa ser convertida em sociedade de aprendizagem, tendo o jornalismo de ciência como vetor educativo. O autor espanhol aponta que a carência deixada pela breve permanência das pessoas no sistema escolar formal

⁵ *En este sentido, podría decirse que el papel del periodista científico, como tantas otras cosas en nuestro tiempo, está sometido a un proceso de cambio. Antes, su misión parecía clara: popularizar las ideas y los conocimientos difícilmente accesibles a la gente; hoy, además de ello, debe ponerse más directamente al servicio de la sociedad para ayudar al individuo a conocer – y en cierto modo, dominar – la vida (economía, ecología, medicina, educación, tecnología etc.) (CALVO HERNANDO, 1997, p. 28).*

leva os jornalistas a serem transformados em novos educadores. Ele indica que esses profissionais guiem seus escritos à maioria dos povos.

O objetivo final da educação científica é ajudar o homem a tomar atitude ante as coisas, que lhe permita a julgá-las segundo os valores de cada um. Mas a educação se propõe hoje a ter um caráter permanente, com a ajuda de outros sistemas, como o informativo, que complementem e, em alguns casos, supram a educação escolar (CALVO HERNANDO, 1997, p. 30)⁶

A educação precisa ser vista como processo contínuo. Ainda que termine o período escolar, ou mesmo durante a educação formal, é necessário que cada cidadão busque aperfeiçoamento. Nessa perspectiva, o jornalismo científico pode contribuir para que as pessoas aprimorem e atualizem seus conhecimentos.

Na sociedade atual, há dependência mútua entre ciência e democracia. Fala-se de "democracia tecnológica" ou "democratização do conhecimento", que é a criação de consciência sobre o direito de participar da história, mas para isso o cidadão precisa estar informado. "Uma democracia será sempre incompleta se os cidadãos continuam carecendo de conhecimentos e de informações que as sociedades modernas exigem para participar de modo consciente e reflexivo na direção da sociedade" (CALVO HERNANDO, 1997, p. 31, tradução nossa)⁷.

Em última instância, essa é uma dimensão política, porque o conhecimento proporciona a capacidade de participação em espaços decisórios (principalmente no que diz respeito a aspectos éticos) e também abre diálogo entre diferentes formas de saber.

A divulgação científica é uma forma específica de mediação cultural, já que, ao levar informação e educar, proporciona o entendimento sobre aquilo que os cientistas produzem.

O jornalismo científico tem como objetivo final uma utopia, explicar o universo, uma meta, melhorar a qualidade de vida das pessoas. É uma obsessão que os jornalistas compartilham com a filosofia, com a física, com a cosmologia e com outras especialidades e profissões, visto que tanto o homem quanto o mundo, por hora, são inexplicáveis (CALVO HERNANDO, 1997, p. 32, tradução nossa)⁸.

⁶ *El objetivo final de la educación científica es ayudar al hombre a que tome ante las cosas una actitud que le permita juzgarlas según el valor de cada una. Pero la educación se propone hoy con un carácter permanente y con la ayuda de otros sistemas, como el informativo, que complementen y en algunos casos suplan a la educación escolar* (CALVO HERNANDO, 1997, p. 30)

⁷ *Una democracia será siempre incompleta si los ciudadanos siguen careciendo de los conocimientos y de la información que las sociedades modernas exigen para participar de modo consciente y reflexivo en la dirección de la sociedad* (CALVO HERNANDO, 1997, p. 31).

⁸ *El periodismo científico tiene como objetivo final una utopía, explicar el universo, y una meta, mejorar la calidad de vida de los pueblos. Es una obsesión que los periodistas compartimos con la filosofía, con la física,*

Um ponto polêmico, mas não aprofundado por Calvo Hernando (1997), é a relação entre jornalismo científico e desenvolvimento. Já é sabido que o conhecimento gera mais possibilidade de a sociedade se desenvolver. A questão está em o jornalismo de ciência ser tomado como estratégia para criar clima propício ao desenvolvimento, na lógica da indústria cultural, padronizando modos de atuar, pensar e sentir.

Nesse item, cabe a ressalva de que um verdadeiro processo educativo perpassa a capacidade de compreensão da natureza, inclusive com noções de impacto ambiental e social que pode ser gerado pelo desenvolvimento.

Calvo Hernando (1997) defende a ideia de que o jornalismo científico tome a posição de serviço público.

O jornalismo científico oferece ajuda ao público transmitindo os saberes e os explicando. Atrevo-me a afirmar que nosso objetivo final seria conseguir que a divulgação da ciência fosse algo assim como um serviço público, desenvolvido mediante instrumentos privados, e a serviço da democratização plena do conhecimento (CALVO HERNANDO, 1997, p. 28. Tradução nossa)⁹.

Percebemos que cada função delimitada pelos autores está intimamente ligada aos processos de elevação cultural dos cidadãos, em relação direta entre jornalismo científico e educação.

No artigo “*Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais*”, Bueno (2010) especifica cada uma dessas modalidades de difusão científica, a partir do perfil do público, nível de discurso, natureza dos canais e intenções. Aqui, vamos nos ater a explicitar as nuances da divulgação científica, que compreende a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (BUENO, 2009, p.162).

O público da divulgação científica é o “não iniciado”, aquele a quem falta formação técnica, e por isso está sem condições de decodificar jargão técnico ou compreender conceitos.

con la cosmología y con otras especialidades y profesiones, a sabiendas de que tanto el hombre como el mundo son, por ahora, inexplicables (CALVO HERNANDO, 1997, p. 32).

⁹ *El periodismo científico ofrece su ayuda al público transmitiéndole los saberes y explicándoselos. Me atrevo a afirmar que nuestro objetivo final sería conseguir que la divulgación de la ciencia fuera algo así como un servicio público, desarrollado mediante instrumentos privados, y al servicio de una democratización plena del conocimiento* (CALVO HERNANDO, 1997, p. 28).

A percepção do público leigo é difusa e encerra uma série de equívocos, como o de imaginar que C&T não se viabilizam num *continuum*, mas que progridem aos saltos a partir de *insights* de mentes privilegiadas. O público de interesse da divulgação científica não reconhece, de imediato, o caráter coletivo ou burocrático da produção da ciência e a individualiza (BUENO, 2010, p. 2).

O autor credita parte da responsabilidade por essa distorção ao ensino formal, que destaca os feitos de cientistas geniais e grandes descobertas. Mas os meios de comunicação também reforçam essa ideia, ao contemplar “o avanço da C&T em momentos singulares, anunciando, muitas vezes com sensacionalismo, resultados de pesquisa e descobertas de grande impacto” (BUENO, 2010, p. 3).

Um dos maiores desafios aos profissionais que se propõem escrever sobre CT&I ao público leigo é a decodificação ou recodificação de termos técnicos e científicos. A aparição de palavras distantes do vocabulário – ou mesmo de conceitos complexos – de quem não é “alfabetizado cientificamente” torna-se um ruído e dificulta a compreensão. Isso se agrava em suportes como o rádio e a televisão, já que a transmissão não pode ser interrompida pelo público, para que se volte à mensagem. Para a decodificação ou recodificação do discurso especializado, sugere-se, então, o uso de recursos estilísticos (metáforas, ilustrações ou infográficos).

Não se trata apenas de tradução, como se chega a afirmar, mas, sim, da construção de um novo discurso, a partir do discurso científico. Isso requer atenção e preparação do comunicador, que precisa evitar leituras equivocadas ou imprecisas sobre a pesquisa. A capacitação para esse trabalho, entretanto, ainda deixa a desejar, no caso do Brasil.

A divulgação da C&T pela imprensa (que ocorre prioritariamente graças ao jornalismo científico) incorpora novos elementos ao processo de circulação de informações científicas e tecnológicas porque estabelece instâncias adicionais de mediação. Neste caso, a fonte de informações (cientista, pesquisador ou, de maneira geral, um centro de produção de C&T – universidades, empresas e institutos de pesquisa) sofre a interferência de um agente (o jornalista ou o divulgador) e de uma estrutura de produção (que apresenta especificidades dependendo do tipo de mídia e da sua proposta de divulgação). Habitualmente, tal mediação costuma aumentar o nível de ruídos na interação com o público, comprometendo, inclusive, a qualidade da informação, porque, pelo menos no caso brasileiro, alguns fatores intervêm nesse processo. O jornalista ou o divulgador, com raras exceções, não está capacitado para o processo de decodificação ou recodificação do discurso especializado e o processo de produção jornalística pode (o que acontece de maneira recorrente) privilegiar a espetacularização da notícia, buscando mais a ampliação da audiência do que a precisão ou a completude da informação (BUENO, 2010, p. 4).

Esse problema cria – e, em alguns casos, aumenta – as barreiras entre jornalistas e cientistas, principalmente quando os pesquisadores são surpreendidos com deturpações que comprometem a verdade sobre seus estudos.

A função primordial da divulgação científica é a democratização do acesso ao conhecimento, com ênfase no processo de educação científica. De posse de informações constantes e adequadas, o cidadão fica mais apto a debater temas especializados e discutir possíveis impactos em sua vida. Portanto, é importante que cada indivíduo conheça o conjunto de interesses, inclusive extracientíficos (comerciais, políticos, militares etc.) que estão relacionados ao setor de CT&I.

Bueno (2010, p. 08) conclui que a alfabetização científica, ensejada pelos processos de divulgação científica, dá condições ao cidadão comum de participar dos “debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e democracia”.

2.4 Tradução ou novo discurso?

Merece também nossa atenção o debate sobre a natureza do discurso da divulgação científica e do jornalismo científico. Ainda é comum se ouvir, inclusive nos espaços de formação de jornalistas (universidades) e no mercado que o jornalismo é reflexo da realidade. Essa posição é tomada, inclusive, como estratégia para defender a legitimidade e autoridade do discurso jornalístico, como prática discursiva que profere a verdade.

Pelo jornalismo, o que ocorre, entretanto, é a reconstrução da realidade, segundo critérios impregnados de subjetividade e ideologia. Constrói-se, desse modo, novo discurso sobre aquilo que é relatado. Especificamente no jornalismo científico, há quem defenda que sua atribuição é traduzir o discurso da ciência, sempre hermético e de difícil acesso ao público leigo.

Referimo-nos, no início deste capítulo, à concepção de Authier (1982) de que o jornalismo científico é uma prática de reformulação textual-discursiva, de um discurso-fonte (D1) em um discurso (D2). Mas esse processo é realizado de maneira explícita, diferente da operação de tradução, que, segundo Zamboni (2001, p. 52), “esconde o trabalho de reformulação, a ponto de ignorar que a tradução-produto resultou da interferência interlingual de um determinado sujeito”.

Ao contrário de D2 produto-de-tradução, que “não mostra os bastidores da proeza”, o D2 produto-de-divulgação mostra-se como resultado de um trabalho de reformulação de D1, fenômeno perceptível em dois níveis: na estrutura enunciativa de discurso relatado, “que faz de D1 não apenas a fonte, mas o objeto, mencionado, de D2” e na constituição do “fio do discurso”, que revela marcas de “operações locais explícitas de citação, tradução, ajustamento, glosa” (AUTHIER, 1982, p. 36 apud ZAMBONI, 2001, p. 52).

No nível do *fio do discurso*, a divulgação científica representa, para Authier (1982 apud ZAMBONI, 2001), a ação de pôr em contato dois discursos no próprio desenrolar da atividade, por meio de um fio heterogêneo. Esse processo de passar de uma língua à outra mobiliza operações que vão além da tradução.

De acordo com a autora, o fenômeno ocorre a partir de duas estruturas principais: a) com justaposição dos dois discursos, postos em sequências que parecem equivalentes; b) e com o emprego de signos de distância metalinguística para palavras e expressões de um ou outro discurso, usados alternativamente, por itálico ou aspeamento (AUTHIER, 1982 apud ZAMBONI, 2001, p. 67). Essa explicação é fundamentada pelo fenômeno da heterogeneidade, que se caracteriza pelo contorno de um discurso por outro.

Nos textos da divulgação científica, de acordo com Authier (1982, apud ZAMBONI, 2001), a heterogeneidade se materializa com o uso de aspas sobre os termos científicos e também sobre termos correntes, demarcação que procura deixar claro não se tratar de linguagem própria da ciência. Mas a autora ressalta que o destaque de termos “estranhos” à língua não é exclusivo do discurso da divulgação científica, assim como não o é a busca pela equivalência linguística.

Essas duas características, pelo contrário, são típicas do tratamento que o discurso de especialidade recebe quando se torna discurso de transmissão de informação. Mas, por “situar-se na zona de maior hermetismo” (ZAMBONI, 2001, p. 72), o discurso da ciência requer ainda maior atenção. Além disso, ele está impregnado da representação de “discurso da verdade”, que lhe confere valor simbólico mais expressivo.

Toda essa maquinaria, que fica visível no processo de “tradução” de um discurso ao outro caracteriza a chamada heterogeneidade mostrada (AUTHIER-REVUZ, 1982 apud ZAMBONI, 2001). Nesse campo, chamado de semiolinguístico da reescritura, surgem dois subconjuntos: o da reformulação (pela qual um discurso se movimenta em direção ao outro,

buscando a equivalência) e o da transcodificação (em que o movimento é de um código a outro, de natureza linguística ou não).

Ocorre que nem tudo é passível de reformulação num texto científico. Consta dele, no nível estrutural fundamental, um núcleo de conceptualização, que é onde exatamente reside sua “alta densidade”. Os axiomas, os teoremas, as operações do discurso matemático enformam-se num conjunto de termos-pivô ou de termos chave imutáveis e universais, que atendem, em última instância, a um ideal de univocidade, de “monossemitização”, como diz Peytard, que é o objetivo do discurso científico. A densidade do discurso científico reside, portanto, no nível dos conceitos e das relações estruturais fundamentais. Ela releva no nível metalinguístico. É por isso que os textos científicos só admitem reformulação no nível das relações sintagmáticas da língua e sobre os vocábulos não-conceptualizados (ZAMBONI, 2001, p. 78).

Na interpretação da autora sobre o modelo de Peytard, não se pode considerar a divulgação científica como reformulação, a menos que se admita que o discurso científico e o discurso cotidiano sejam códigos diferentes.

Zamboni (2001, p. 85) avalia que conceber o discurso da divulgação científica como reformulação significaria localizá-lo no campo da ciência. “Reformula-se o discurso científico (em função de uma determinada audiência) e obtém-se outro discurso, que mantém, porém, com o primeiro, relações de equivalência”. Para a autora, seria essa uma posição desconfortável, já que lhe restaria “a imagem de um discurso da ciência ‘degradado’, de uma representação insistentemente autoestabelecida como ‘aproximativa, heterogênea, dialógica’”.

Se o discurso da divulgação científica não é uma tradução e nem uma reformulação do discurso da ciência, qual seria sua natureza?

A partir da análise das conceituações de Authier (1982), Zamboni (2001) defende a ideia de um gênero particular de discurso, entre os demais discursos. Há, desse modo, condições próprias de produção diferente do discurso científico, o que sustenta sua tese de que, em vez de tradução ou reformulação discursiva, ocorre formulação de um discurso novo.

Distanciando-me do direcionamento do olhar de Jacqueline Authier, que particulariza a natureza de reformulação do discurso da divulgação, defendo para essa modalidade um *modus faciendi* específico de realização, que não se confunde com o funcionamento do discurso no campo científico e no qual a individualidade do enunciador responde por uma ação efetiva de formulação discursiva (ZAMBONI, 2001, p. 82).

Entendida como formulação discursiva ou gênero particular de discurso, a Divulgação Científica, segundo a autora, assume sua verdadeira posição de lugar privilegiado de partilha

de saber, que contribui para suprir as falhas de educação da instituição escolar. Nada há de degradado nele.

A noção de gênero de discurso preconizada por Zamboni (2001, p. 89) está baseada em no Bakhtin, ao considerar o conceito de discurso como paralelo ao conceito de enunciação. Assim, “o gênero pode ser definido como um tipo relativamente estável de discurso, elaborado por cada esfera de utilização da língua”.

Três condições precisam ser cumpridas para se considerar um discurso inscrito num gênero particular:

conteúdo temático, estilo verbal e construção composicional. Dado o caráter sócio-histórico dos gêneros, que estão diretamente relacionados a diferentes situações sociais, “cada uma das esferas da comunicação verbal gera um dado gênero, ou seja, um dado tipo de enunciado, relativamente estável do ponto de vista temático, composicional e estilístico” (BAKHTIN, 1992, p. 284), estando esses três elementos indissolivelmente ligados entre si e fundidos no todo do discurso (ZAMBONI, 2001, p. 89).

Tomando esses critérios, Zamboni (2001) busca os aspectos que caracterizam o discurso da divulgação científica como um gênero específico. Quanto ao aspecto temático, centra sua função de transmitir informações a partir de construções discursivas sobre ciência, tecnologia e inovação. No que tange ao estilo (recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua), a divulgação científica particulariza-se pelo uso de analogias, generalizações, aproximações, comparações, simplificações, que são recursos para tornar o discurso científico acessível ao público não especializado. Sobre a composição, Zamboni (2001) aponta as formas de estruturação do discurso e de relação entre os interlocutores, principalmente no que concerne à autoria.

As palavras que usamos na elaboração dos enunciados, dessa maneira, não saem do sistema da língua, no qual repousam sob o manto da neutralidade lexicográfica. Saem de outros enunciados “que são aparentados ao nosso pelo gênero, isto é, pelo tema, composição e estilo: selecionamos as palavras segundo as especificidades do gênero” (BAKHTIN, 1992, p. 312 apud ZAMBONI, 2001, p. 92).

Cada gênero discursivo, de acordo com a orientação bakhtiniana, expressa em nível diferente o estilo individual. O discurso científico, por exemplo, é menos aberto à individualidade do locutor, por seguir padronização mais rígida. O gênero da divulgação científica, por sua vez, é mais flexível. Esta é uma das características que o posicionam fora do campo da ciência, embora se alimente e tenha vínculo temático com ele.

Também é importante observar a posição do destinatário na formação das características dos diferentes gêneros discursivos. O gênero da divulgação científica caracteriza-se por ser voltado a leitores não especializados.

Da percepção e da imagem que o locutor formula do destinatário de seu enunciado dependem a composição e o estilo do discurso. [...] Estando os gêneros vinculados aos vários modos de utilização da linguagem, segundo as esferas de atividade humana, cada um deles vai gerar uma concepção padrão do destinatário que o determina como gênero (ZAMBONI, 2001, p. 94).

Zamboni (2001) conclui que o discurso da divulgação científica é um gênero particular de discurso. Por ele, a ciência é deslocada de seu campo e se dirige aos estratos leigos da sociedade. Situados em campos discursivos distintos, torna-se lícito afirmar que a divulgação científica – e o jornalismo científico, por conseguinte – extrapola os limites da tradução ou reformulação discursiva, para constituir uma ação de formulação de novos discursos.

2.5 Modelos de Comunicação Pública de Ciência

Dois modelos de divulgação científica predominam nas instituições públicas do Brasil, segundo Costa et al (2010, p. 03):

a que prevê comunicação de via única, tratando o público como mero receptor; e outra que assume a comunicação de duas vias, em que o público ocupa posição ativa e de integração no processo, em outras palavras, um diálogo entre emissor e receptor.

No primeiro caso, comunicar tem o mesmo sentido de informar, transmitir ou persuadir outrem. É por causa dessa perspectiva que estudiosos da área desqualificam o uso do termo divulgação científica, pois o ato de divulgar sugere apenas transmissão de conhecimento já construído por especialista. Esse modelo revela relação de poder, na qual um fala (o especialista) e o outro escuta (não especialista). “Temos aqui, então, verticalização do processo de comunicação, que sustenta a distância entre os dois” (COSTA *et al*, 2010, p. 03).

Costa *et al* (2010, p. 05) se debruçam sobre a proposta de classificação de Fares, Neres e Marandino (2007), que observam a seguinte tendência na relação entre ciência e sociedade: o modelo de déficit, de caráter unidirecional, pelo qual “os cientistas são considerados aqueles que possuem o conhecimento e o público carente de fatos científicos e tecnológicos”. Para os autores, esse é o modelo que prevalece no Brasil, com foco na “disseminação do conhecimento”.

A outra linha considera a comunicação como dialógica, assumindo o papel de compartilhar e dialogar. Knorr-Cetina (1999 apud COSTA, 2010), socióloga alemã, vê a relação dialógica na perspectiva dos *Science Studies*.

As elocuições comunicativas são atos de palavra; elas realizam ações, ou, na terminologia da teoria dos atos de palavras, têm força ilocucionária que não depende do seu conteúdo proposicional: quando fala, o emissor está fazendo alguma coisa, e não apenas descrevendo determinada situação. Há três atos de fala distintos: o ato locutório, ou o ato de dizer alguma coisa; o ato ilocutório, produzido ao se dizer alguma coisa, e, finalmente, o ato perlocutório, ou o efeito causado pelo que se disse (KNORR-CETINA, 1999, apud COSTA et al, 2010, p. 04).

Encontramos, ainda, mais dois modelos com tendência dialógica:

[...] o da experiência leiga, em que os conhecimentos locais podem ocupar a mesma importância do conhecimento científico na resolução de problemas; e o modelo de participação pública, quando o público participa de assuntos e de políticas relacionadas à ciência e tecnologia nas mesmas condições de cientistas, valorizando o diálogo e as relações entre ciência, tecnologia e sociedade (COSTA *et al*, 2010, p. 5).

O modelo de participação pública é o que parece mais coerente com sociedades democráticas, ao posicionar os receptores como partícipes ativos das questões relacionadas à ciência e tecnologia. Cuervas (2008 apud COSTA, 2010, p. 7) é ainda mais ousado, e propõe um modelo democrático, buscando estabelecer “relação de igualdade entre cientistas e público, com ênfase no diálogo entre eles”.

2.6 Esteios da Educomunicação

Sobre esse campo, buscamos subsídios em Paulo Freire (1985), um dos precursores no campo interdisciplinar e interdiscursivo da Educomunicação, assim como em Mário Kaplún, que tratam a educação como um problema de comunicação. O que se deve buscar, segundo esses autores, é a melhoria da competência comunicativa e das ações de educação a partir de tecnologias comunicacionais.

Freire indica que as massas populares são submetidas à “cultura do silêncio”. Para ele, a forma de se quebrar essa realidade opressora é por meio da educação. “Quanto mais as massas populares desvelam a realidade objetiva e desafiadora sobre a qual eles devem incidir sua ação transformadora, tanto mais se inserem nela criticamente” (FREIRE, 1985, p. 42).

Kaplún, filósofo nascido na Argentina e radicado no Uruguai, e primeiro a utilizar o termo Educomunicação, ocupa-se de estudar a comunicação e a educação como ferramentas

para a conquista da cidadania e inserção social, por meio da construção democrática do conhecimento.

Esse novo campo de intervenção social configura-se pelo estudo da produção de conhecimento sobre as multiplicidades comunicativas que, “mesmo atendendo aos apelos da indústria da cultura inspirada no mercado, vai resolver-se na questão educativa, como mediador do político-social, inaugurando um novo estrato, uma consciência reterritorializada” (SCHAUN, 2002, p. 20).

Comunicação e Educação são campos e, como tais, apresentam particularidades, mas também trazem diversos aspectos comuns. A Educomunicação surge da intercessão entre os dois campos, absorvendo os pontos comuns e problematizando os seus elementos confluentes. Como qualquer área do saber, ela demarca seus limites epistêmicos e o alcance de seus postulados. Seu principal foco são as atividades de intervenção, voltadas à perspectiva de estudo crítico dos meios de comunicação, atuando no ensino formal e não-formal, nas empresas, nos meios de comunicação, movimentos populares e nas organizações não-governamentais.

Essa interface pode ser observada por diferentes prismas. O primeiro aspecto corresponde ao uso dos meios de comunicação para a educação. A educação passou a se valer dos meios de comunicação para pôr em andamento novas formas de educar, passando a percebê-los como suporte ao processo de ensino-aprendizagem. As escolas começaram a utilizar e a gerar produtos em sala de aula, a fim de desenvolver a compreensão dos processos de interação, midiaticização e produção do conhecimento.

Os meios de comunicação, por sua vez, incorporaram temáticas que somente eram tratadas na escola, quando os recursos midiáticos entraram nos processos educacionais, requerendo, assim, outros tratamentos.

A escola é inevitavelmente mais lenta na revisão de programas e currículos. Enquanto isso, a mídia disponibiliza imediatamente os conhecimentos que se destacam. Por um lado, esses conhecimentos aparecem descontextualizados, dispersos, em forma de “varejo”. Por outro lado, a escola, ao tentar sintonizar com um ritmo da mídia, arrisca desenvolver um enfoque marcado pelo modismo e pela informação mais chamativa ou espetacular. (BRAGA; CALAZANS, 2001, p.67)

A presença dos meios de comunicação nas escolas gerou resistência e críticas, e fez com que o sistema escolar revisasse seus próprios conceitos e processos, desenvolvendo e elaborando novas formas de educar, novos procedimentos metodológicos e pedagógicos para enfrentar os desafios da formação.

Outro aspecto relevante de tal interface refere-se à aprendizagem por meio da vivência no mundo. Os saberes circulam pela sociedade midiaticizada de forma rápida, diversificada, a partir de fontes variadas e vinculados a objetivos os mais distintos possíveis.

Em termos de intervenção, ganham destaque as iniciativas com as rádios escolares. Nesses espaços, os estudantes passam a ser protagonistas da comunicação, ocupando a posição de produtores – e não apenas de receptores. Sobre os efeitos de ações desse tipo, Montoya; Zorzón (2007, p. 169, tradução nossa) avaliam:

A Rádio Escolar proporciona um ensino coletivo, já que requer a participação de toda a comunidade educativa; a rádio tem um valor incomparável, não só na informação ou divulgação de notícias, mas sim como espaço de discussão dos problemas da atualidade e para a exposição de temas de interesse comum, como por exemplo, sobre as normas de convivência.

A oferta radiofônica abre um horizonte conceitual amplíssimo aos jovens: em política e cultura, em economia e religião, em formação e entretenimento. Uma educação aberta, crítica e dialogante preparará os jovens para assimilar as distintas mensagens que brindam os meios massivos¹⁰.

A Educomunicação propõe, portanto, pensar como serão formados cidadãos críticos, participativos e inseridos no meio social. Unem-se campos distintos, para se consolidar esse novo setor de produção de conhecimento. A Educomunicação é, podemos dizer, um lugar em trânsito, em movimento contínuo, que necessita, cada vez mais, ser aprofundado e potencializado.

Por tais razões, essa abordagem ganha importância nesta pesquisa, visto que a dimensão educativa do jornalismo científico pode ser analisada tomando os referenciais propostos pela Educomunicação.

¹⁰ *La Radio Escolar proporciona una enseñanza colectiva, ya que requiere la participación de toda la comunidad educativa; la radio tiene un valor incomparable, no solo en la información o divulgación de noticias sino como mesa de discusión de los problemas de actualidad y la exposición de temas de interés común, como por ejemplo, discutir sobre el manual de convivencia.*

La oferta radiofónica abre un horizonte conceptual amplísimo a los jóvenes: en política y cultura, en economía y religión, en formación y entretenimiento. Una educación abierta, crítica y dialogante preparará a los jóvenes para asimilar los distintos mensajes que brindan los medios masivos.

3 ESCOLHAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS E AMOSTRA DA PESQUISA

A investigação da dimensão comunicativo-educacional, no corpo das ações de divulgação científica das instituições maranhenses selecionadas nesta pesquisa, demanda a análise de como os sujeitos sociais são posicionados por essa prática discursiva e as relações que condicionam sua produção, circulação e consumo.

Sentimos necessidade, desse modo, de percurso interpretativo que se articule ao contexto sócio-histórico, dando conta do jogo de interesses institucionais, e suas implicações na prática discursiva do jornalismo científico e na dimensão educativa dos textos.

Para isso, recorreremos aos fundamentos da Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), que percebe o discurso em perspectiva tridimensional: é, ao mesmo tempo, prática social, prática discursiva e texto.

Abrimos este capítulo com a apresentação dos referenciais teórico-metodológicos utilizados na pesquisa, partindo das concepções de linguagem para, assim, chegarmos à formação dos conceitos que fundamentam a Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO) (FAIRCLOUGH, 2001).

Indicamos, ao final, os procedimentos de escolha do *corpus* empírico do estudo e do tratamento a que foi submetido.

3.1 Natureza social da linguagem

O debate sobre concepções de linguagem gira, basicamente, em torno de três pontos de vistas. Dois deles possuem enfoque monológico e o último é pautado numa concepção dialógica.

Tradicionalmente, a linguagem é percebida como *expressão do pensamento*. Segundo essa corrente, uma frase se constrói no interior da mente, sendo sua exteriorização apenas uma tradução do pensamento. Nessa perspectiva, quando uma pessoa não se expressa bem é porque não sabe pensar. Presume-se, então, que há regras a serem seguidas para a organização lógica do pensamento e, conseqüentemente, da linguagem. Diz-se ser essa concepção monológica por enfocar apenas o emissor, não considerando a interação comunicativa.

A segunda corrente percebe a linguagem como *instrumento de comunicação*. Para ela, a linguagem seria o meio objetivo para o homem se comunicar. Pautando-se na teoria da comunicação, esta concepção rompe com a Gramática de Port-Royal (1612-1694) e introduz o

pensamento que concebe a língua como um ato social (conjunto de signos que se combinam segundo regras). Os signos e regras são comuns ao emissor e ao receptor, servindo para transmitir certa mensagem ou trocar informações por meio de um canal.

Esta concepção, com orientação *behaviorista* (acredita-se na aquisição da linguagem por meio de exercícios automáticos e repetitivos), mantém seu foco na forma e não no conteúdo real da fala dos interlocutores, assim como a anterior.

Desse modo, tais concepções possuem uma visão estruturalista, priorizando o estudo interno da língua, em seu caráter formal. Entretanto, quando fazem uso da linguagem, os interlocutores não apenas trocam informações manejando formas gramaticais, mas interagem, influenciam-se, expressam sentimentos, ideias e emoções.

Nos estudos do filósofo da linguagem Mikhail Bakhtin, encontramos os fundamentos iniciais para pensar a natureza social da linguagem, compreendendo-a em seu caráter dialógico e interacional. Com o surgimento da Linguística da Enunciação (Bakhtin e Benveniste), o sujeito da linguagem, o locutor em sua relação com o destinatário, é posto no centro das reflexões. A partir dos estudos desses teóricos, a visão monológica da linguagem é ultrapassada, emergindo a visão dialógica da linguagem.

Em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Bakhtin (1997) enfoca a relação que se estabelece entre os indivíduos em atividade no mundo, ao considerar a enunciação como realidade da língua e como estrutura sócio-ideológica. O autor afasta do enfoque de Saussure na medida em que se recusa a separar o individual do social. A teoria saussuriana considera a fala como algo individual e o sistema linguístico como social.

Bakhtin (1997) postula que a linguagem não se divide na dicotomia fala/língua ou língua/discurso. Para ele, o que existe é a enunciação, verdadeira substância da língua, compreendida como réplica no diálogo de dois indivíduos socialmente organizados. A linguagem é vista, pelo filósofo, como um fenômeno social, coletivo, histórico e, essencialmente, ideológico.

O dialogismo proposto por Bakhtin pode ser pensado como um diálogo permanente entre os discursos de uma comunidade, cultura ou sociedade – nem sempre simétrico e harmonioso. Nessa perspectiva é que podemos pensar o dialogismo como o elemento que instaura a natureza interdiscursiva da linguagem; assim como diz respeito às relações entre o *eu* e o *outro* nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos

(intersubjetividade). Estes que, por sua vez, constituem-se e são constituídos por esses discursos.

Aprofundando os estudos sobre a subjetividade da linguagem, Benveniste (1991) define o discurso como a linguagem em ação e entre parceiros do mesmo jogo. Para ele, considerar a linguagem instrumento de comunicação é pôr em oposição o homem e a natureza, pois seria impossível perceber o homem separado da linguagem. “É na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como *sujeito*” (BENVENISTE, 1991, p. 286). A subjetividade da linguagem seria exatamente a capacidade de o locutor se propor como *sujeito*.

O fundamento linguístico da subjetividade está, nessa interlocução, inserida, portanto, numa realidade dialética. Desse modo, seria impossível pensar em enunciação – ação de produzir o enunciado – sem *sujeito*. Mas a interação entre *eu e tu* nem sempre é igual ou simétrica, o que nos permite concluir que toda interlocução pressupõe conflito.

A construção da subjetividade se dá nos discursos que ordenam as relações sociais e o conhecimento de determinada época. Pela linguagem criamos a nossa imagem da realidade.

Mayra Gomes (2003) explica ser pela ordem simbólica que os costumes se organizam, são cristalizados, repassados e, sobretudo, legitimados. Quando nascemos já encontramos um mundo construído. “Sobre estes valores herdados emitimos juízos: isto é bom, aquilo é mal, justo ou injusto” (GOMES, 2003, p. 35-36). Portanto, é pela mediação do simbólico que o indivíduo acessa o real.

Ao ordenar o mundo pela linguagem, deparamo-nos com operação de diferenciação/substituição. O ser humano interfere na dimensão objetiva para reorganizá-la. A nomeação das coisas exige que se diferenciem os elementos de que ela se compõe, segundo critérios de oposição. “Nomear é isolar campos, é instrumento não de representar o mundo como ele é, mas de recortar” (GOMES, 2003, p. 20).

O conjunto das nomeações tem como efeito o desenho do mundo a ser visto. O poder, desse modo, se estabelece pelo funcionamento do discurso, que reflete não só verdades como também o corpo social nele implicado. As vontades de verdade constituem o que pode ser visto, guiam o olhar e os limites do dizível. É nesse sentido que o entendimento da natureza social da linguagem e do discurso torna-se importante para discussão das relações que se estabelecem no jornalismo científico das Instituições de Ensino Superior aqui estudadas.

3.2 Percurso para construção da Teoria Social do Discurso

Frente à natureza social da linguagem, tomamos como principal suporte teórico-metodológico os pressupostos da Teoria Social do Discurso, formulada por Norman Fairclough (2001). De início, assinalaremos que a Análise do Discurso tem várias tendências e correntes; ênfases e prioridades as distinguem.

Na Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO), que figura na Teoria Social do Discurso, Fairclough (2001) aponta para percepção tridimensional do discurso, orientada social e linguisticamente. “Qualquer ‘evento’ discursivo (qualquer exemplo de discurso) é considerado como simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 22).

A ADTO distingue-se da Análise do Discurso (AD) proposta por teóricos estruturalistas como Michel Pêcheux e avança nos postulados de Foucault. Dos primeiros, rejeita a ideia de estudo dos discursos estritamente linguísticos. Fairclough (2001, p. 30-31) distingue dois tipos de abordagem na investigação com orientação social do discurso: as não-críticas e as críticas. Esta abordagem difere-se daquela não apenas pela maneira como são descritas as práticas discursivas, mas pela percepção das relações de poder e ideologias que moldam os discursos. Consideram-se, também, os efeitos do discurso na constituição das identidades sociais, das relações sociais e dos sistemas de conhecimento e crença.

Entre as abordagens classificadas por Fairclough como não-críticas estão os trabalhos de Sinclair e Coulthard (1975); Labov e Fanshel (1977); e de Potter e Wetherell (1987). As abordagens críticas incluem a ‘Linguística Crítica’, de Fowler *et al.* (1979), e as concepções de Pêcheux (1982), que desenvolveu sua teoria baseado na teoria de ideologia de Althusser (FAIRCLOUGH, 2001).

Fairclough (2001) revisita estudos que buscaram articular linguagem e teoria social. O autor resgata a Linguística Crítica, experimentada na década de 1970 por pesquisadores na Grã-Bretanha. Eles combinavam teorias e métodos de análise textual da Linguística Sistemática com teorias de ideologia. Nessa abordagem, Fairclough (2001) considera que os aspectos linguísticos e de tratamento do texto são avançados, mas encontra pouca teoria social e há incipiente discussão sobre os conceitos de ideologia e poder.

Um pouco antes, Michel Pêcheux passou a empreender uma abordagem da análise do discurso baseada no linguista Zellig Harris e na reelaboração da teoria marxista de ideologia feita por Althusser. Para Fairclough (2001), o linguista francês trata a teoria social de forma

mais sofisticada, porém deixa lacunas na análise linguística, que passa a considerar com mais evidência os termos semânticos.

A contribuição de Pêcheux a essa teoria foi desenvolver a ideia de que a linguagem é uma forma material da ideologia fundamentalmente importante. Ele usa o termo 'discurso' para enfatizar a natureza ideológica do uso linguístico. O discurso "mostra os efeitos da luta ideológica no funcionamento da linguagem e, de modo inverso, a existência de materialidade linguística na ideologia" (COURTINE, 1981 apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 52).

Fairclough (2001) reconhece, ainda, que na segunda geração da Análise de Discurso proposta por Pêcheux a abordagem da prática social se aprofunda. Reúne, a partir disso, algumas questões que o ajudam a propor uma abordagem crítica mais adequada. Dentre as afirmações que podem contribuir com esta pesquisa, destacamos a concepção de que

A análise de discurso preocupa-se não apenas com as relações de poder no discurso (compare-se a análise da conversação), mas também com a maneira como as relações de poder e a luta de poder moldam e transformam as práticas discursivas de uma sociedade ou instituição (FAIRCLOUGH, 2001, p. 58).

Apesar dos avanços, Fairclough (2001) ainda considera que Pêcheux manteve visão estática do poder. Receberam, por exemplo, pouca atenção as lutas e as transformações nas relações de poder; e os textos eram tomados como produtos acabados, sem preocupação em explicitar os processos de produção e as tensões que os transpassam, bem como a interpretação textual.

Por isso, Fairclough (2001) avalia que a abordagem de Pêcheux não dá conta das dinâmicas da linguagem. A síntese dele está relacionada ao discurso e à Análise de Discurso. Nesse percurso, o autor depara-se com as concepções de Foucault sobre discurso e análise de discurso. No pensamento foucaultiano, encontra bases que nos direcionam à “investigação das transformações históricas nas práticas discursivas das ordens de discurso e suas relações com os processos mais amplos de mudança social e cultural” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 80).

Na obra de Foucault, há importante contribuição para a construção da Teoria Social do Discurso, ao se enfatizar a relação entre discurso e poder, a construção discursiva de sujeitos sociais e do conhecimento e o funcionamento do discurso na mudança social (FAIRCLOUGH, 2001). São aspectos que, na visão de Fairclough (2001), eram fracas nas abordagens orientadas linguisticamente.

Mas Fairclough (2001) sente falta de Foucault realizar “análise discursiva e linguística dos textos reais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 88). A perspectiva dele, então, é de pôr em funcionamento os postulados foucaultianos dentro da ADTO. Isso significa “tentar operacionalizar sua percepção em métodos mais reais de análise”.

Outra distinção em relação à ADTO é que a AD de Foucault estava direcionada a tipos específicos de discurso (das ciências humanas, da medicina, da psiquiatria, da economia e da gramática).

A ADTO, por outro lado, está preocupada, em princípio, com qualquer tipo de discurso - conversação, discurso de sala de aula, discurso da mídia, e assim por diante. Em segundo lugar, como já indiquei, enquanto a análise de textos de linguagem falada ou escrita é a parte central da ADTO, ela não é uma parte da análise de discurso de Foucault (FAIRCLOUGH, 2001, p. 62).

Foucault, por seu turno, dá mais atenção às *condições de possibilidade* do discurso, às *regras de formação*, que definem possíveis *objetos*, às *modalidades enunciativas*, os *sujeitos*, os *conceitos* e as *estratégias* de um tipo particular de discurso, que constituem a *formação discursiva*, como percurso para entender como certos domínios são constituídos por essas regras (FAIRCLOUGH, 2001, p. 63).

Fairclough (2001) analisou os estudos de Foucault nas fases da arqueologia e da genealogia. Dos estudos iniciais (arqueológicos), destacou duas contribuições teóricas que foram incorporadas à ADTO:

A primeira é uma visão constitutiva do discurso, que envolve uma noção de discurso como ativamente constituindo ou construindo a sociedade em várias dimensões: o discurso constitui os objetos de conhecimento, os sujeitos e as formas sociais do 'eu', as relações sociais e as estruturas conceituais. A segunda é uma ênfase na interdependência das práticas discursivas de uma sociedade ou instituição: os textos sempre recorrem a outros textos contemporâneos ou historicamente anteriores e os transformam (uma propriedade comumente referida como a intertextualidade de textos), e qualquer tipo de prática discursiva é gerado de combinações de outras e é definido pelas suas relações com outras práticas discursivas (uma perspectiva reconhecida por Pêcheux na primazia que ele atribuiu ao interdiscurso) (FAIRCLOUGH, 2001, p. 64).

Das categorias propostas por Foucault resenhadas por Fairclough (2001), importam para esta pesquisa a *formação dos objetos*, a *formação das modalidades enunciativas*, a *formação dos conceitos* e a *formação das estratégias*:

3.2.1 Formação dos objetos

Foucault (1987) considera que os objetos são constituídos e transformados em discurso a partir das regras impostas por uma formação discursiva específica. São, desse modo,

os objetos de conhecimento, as entidades que as disciplinas particulares ou as ciências reconhecem dentro de seus campos de interesse e que elas tomam como alvos de investigação. (Esse sentido de objetos pode ser entendido para além de disciplinas ou ciências formalmente organizadas para as entidades reconhecidas na vida comum) (FAIRCLOUGH, 2001, p. 65).

Mas uma formação discursiva não precisa ter objetos estáticos, mas, sim, permitir a transformação de seus objetos. Nesta categoria de análise, poderemos perceber como o objeto da prática discursiva do jornalismo científico produzido em Instituições de Ensino Superior é constituído e as possibilidades de mudança para uma dimensão mais centrada no processo educativo.

Ressalte-se que a visão de Foucault (1987), segundo explicita Fairclough (2001), é do discurso como constitutivo, tornando-o mais relacionado à realidade. “A linguagem significa a realidade no sentido da constituição de significados para ela, em vez de o discurso ter uma relação passiva com a realidade” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 66).

É importante destacar, também, que a definição dos objetos se dá em termos de relação (entre instituições, processos sociais, econômicos, padrões de comportamento etc.). São essas relações que constituem as regras de formação dos objetos. Isso põe em relevo a necessidade de investigar a

estruturação ou a articulação das formações discursivas na relação umas com as outras, dentro do que eu chamarei, usando um termo foucaultiano, ordens de discurso institucionais e societárias — a totalidade de práticas discursivas dentro de uma instituição ou sociedade, e o relacionamento entre elas (FAIRCLOUGH, 2001, p. 67).

3.2.2 Modalidades enunciativas

A respeito dessa categoria, Foucault (1987) defende que o sujeito social, ao produzir um enunciado, não seria uma entidade fora ou independente do discurso; seria, sim, posicionado pelos enunciados, bem como aqueles a quem se enuncia também são posicionados.

Descrever uma formulação como enunciado não consiste em analisar a relação entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar que posição pode e deve ser ocupada por qualquer indivíduos para que ele seja o sujeito dela (FOUCAULT apud FAIRCLOUGH, p. 68).

Também as regras de formação das modalidades enunciativas seguem um complexo grupo de relações. Por essa categoria, devemos buscar as condições sociais em que ocorre a produção, circulação e consumo do jornalismo científico nas instituições pesquisadas, para compreendermos como são constituídos e quais posições ocupam os sujeitos sociais que enunciam e aqueles a quem é destinado o discurso da divulgação científica.

Fairclough (2001) decidiu adotar a posição de Foucault de localizar os efeitos da prática discursiva sobre a identidade social. Para o autor, essa postura traz como consequência a formulação de uma teoria que põe o discurso em posição de destaque na prática social. Como limitação de Foucault sobre o sujeito, Fairclough aponta a insistência em ver o sujeito como efeito das formações discursivas, que lhe confere um peso ainda estruturalista. Fairclough (2001, p. 70), por sua vez, entende que “os sujeitos sociais [são] moldados pelas práticas discursivas, mas também capazes de remodelar e reestruturar essas práticas”.

3.2.3 Formação dos conceitos

Os conceitos, para Foucault, “são as categorias, elementos e tipos que uma disciplina usa como aparato para tratar seus campos de interesse” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 70). A proposta foucaultiana é que a formação dos conceitos revele, por meio de sua descrição, como é organizado o campo dos enunciados, explicitando as relações que podem existir nos textos e entre eles. Essa categoria é interessante para se perceber as dimensões da intertextualidade e da interdiscursividade sugerida pela ADTO.

Há possibilidade, ainda, de verificar a relação entre diferentes formações discursivas, como o jornalismo científico e a prática discursiva inerente às assessorias de comunicação.

As relações interdiscursivas podem ser diferenciadas conforme pertençam a campos de presença, concomitância ou memória. Foucault define um campo de presença como “todos os enunciados formulados noutro lugar e aceitos no discurso, reconhecidos como verdadeiros, envolvendo uma descrição exata, um raciocínio bem fundamentado ou uma pressuposição necessária [...]”. Um campo de concomitância consiste mais especificamente de enunciados originados em diferentes formações discursivas e está ligado à questão das relações entre as formações discursivas. Finalmente, um campo de memória consiste de enunciados “que não são mais aceitos ou discutidos”, por

meio dos quais "relações de filiação, gênese, transformação, continuidade e descontinuidade histórica podem ser estabelecidas (FOUCAULT apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 71).

Assim, um enunciado sempre vai gerar outros enunciados. Essa perspectiva deriva dos postulados de Bakhtin sobre intertextualidade, o que dá sustentação à investigação das relações nos textos e nos tipos de discurso. “É preciso voltar atrás para a formação discursiva e para a articulação das formações discursivas nas ordens de discurso para explicar a relação contexto-texto-significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 73).

3.2.4 Formação das estratégias

As estratégias são as teorias ou temas da enunciação, nem todas realizadas. Isso acontece, de acordo com Foucault, a partir da função do discurso em práticas não-discursivas e também por regras e processos de apropriação do discurso. Neste segundo caso, “o ‘direito de falar’ e a ‘habilidade para entender’, tanto quanto o direito de recorrer ao *corpus* de enunciados já formulados, são desigualmente distribuídos entre grupos sociais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 74). Por fim, as estratégias estão relacionadas à possibilidade de o discurso ser lugar de representação ilusória, como elemento de simbolização. Nesse ponto, Foucault ainda ressalta que a materialidade de um enunciado não reside na autoridade de ser “proferido num tempo ou lugar particular, mas o fato de ter um *status* particular em práticas institucionais específicas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 74).

Na transição para a genealogia de Foucault, Fairclough (2001) entende que houve uma descentração do discurso. Antes percebido como aquilo que garantia o entendimento dos sistemas de conhecimento e verdade, na genealogia, especialmente na obra *Disciplina e Poder* (1979), o discurso fica em segundo plano, dando ênfase ao poder. Ressalte-se que Foucault continuou considerando a importância do discurso; discurso e linguagem estão localizados no “coração” das práticas e processos sociais (FAIRCLOUGH, 2001).

As questões relacionadas ao poder, para Foucault, estão implícitas nas práticas sociais cotidianas. Mas seu sucesso depende da capacidade de ter mascarada parte de seus mecanismos. Segundo interpretação de Fairclough (2001), o poder, na concepção foucaultiana, é forjado pelo consenso entre os sujeitos.

Analisar as instituições e as organizações em termos de poder significa entender e analisar suas práticas discursivas. Mas a visão de poder de Foucault implica não apenas maior atenção ao discurso na análise social, mas também maior atenção ao poder na análise de discurso; tais questões sobre discurso e poder não surgem nem nos estudos arqueológicos de Foucault, nem em abordagens linguisticamente orientadas da análise de discurso. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 76)

Essa perspectiva implica em dar maior atenção à relação dialógica entre poder e conhecimento. “As técnicas de poder são desenvolvidas na base do conhecimento que é gerado” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 75). O exercício do poder se dá exatamente no processo de aquisição do conhecimento, por meio daquilo que Foucault denominou biopoder. O que se busca é a dominação das práticas discursivas, que são controladas e restringidas pela prática social. Esse aspecto é de grande relevância em nossa pesquisa, tendo em vista nosso interesse em perceber como emerge, no discurso do jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA, o conhecimento que é posto à disposição do público.

No sistema de restrição, de acordo com os procedimentos de Foucault, estão “o que pode ser dito, por quem, e em que ocasiões” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 77). Quando se refere ao conhecimento, diz que “qualquer sistema de educação é uma forma política de manutenção ou modificação da apropriação de discursos e dos conhecimentos e poderes que eles carregam” (FOUCAULT apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 77). Desse modo, “o discurso é não apenas o que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas é a coisa para a qual e pela qual a luta existe, o discurso e o poder a ser tornado” (FOUCAULT apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 77).

Fairclough (2001) enumerou as informações genealógicas de Foucault que contribuem para a ADTO:

1. a natureza constitutiva do discurso - o discurso constitui o social, como também os objetos e os sujeitos sociais;
2. a primazia da interdiscursividade e da intertextualidade - qualquer prática discursiva é definida por suas relações com outras e recorre a outras de forma complexa. Três outros pontos substantivos emergem do trabalho genealógico de Foucault:
3. a natureza discursiva do poder - as práticas e as técnicas do biopoder moderno (por exemplo, o exame e a confissão) são em grau significativo discursivas;
4. a natureza política do discurso - a luta por poder ocorre tanto no discurso quanto subjacente a ele;
5. a natureza discursiva da mudança social - as práticas discursivas em mutação são um elemento importante na mudança social (FAIRCLOUGH, 2001, p. 81-82).

Fairclough (2001) absorve essas categorias e rejeita, principalmente, a falta de aplicação da análise discursiva a textos reais. Sua proposta, portanto, inclui instâncias concretas de discurso, em formas linguísticas, e também em seus aspectos tridimensionais:

análise do texto, análise dos processos discursivos de produção e interpretação textual (incluindo quais tipos e gêneros de discurso são tomados e como eles são articulados) e análise social do evento discursivo, em termos de suas condições e efeitos sociais em vários níveis (situacional, institucional, societário).

A ADTO reforça a necessidade da análise social, pois considera que tanto os objetos quanto os sujeitos sociais são moldados pelas práticas discursivas.

3.3 Análise de Discurso Textualmente Orientada

Norman Fairclough (2001) constrói sua Teoria Social do Discurso a partir da premissa de que o uso linguístico está associado a processos sociais e culturais. O autor procura desenvolver um sistema de investigação das mudanças na linguagem e das mudanças sócio culturais, com uma abordagem de análise linguística.

A proposta de Fairclough (2001, p. 20) quer suprir lacunas deixadas por aquilo que considera “falta de interesse pela linguagem por parte de outras ciências sociais e uma tendência de considerar a linguagem transparente”, como se os conteúdos sociais pudessem ser lidos sem atenção à linguagem. É um quadro que começa a tomar nova dimensão com o enfraquecimento dos limites dessas ciências, para dar lugar ao que Fairclough (2001, p. 20) chama de “virada linguística” na teoria social. “A linguagem está passando a ocupar papel mais central nos fenômenos sociais”.

A Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO) é a proposta de Fairclough (2001) para dar conta dessas relações entre contexto-texto-significado. As três dimensões percebidas por Fairclough (2001, p. 22), para fins metodológicos, organizam-se assim:

A dimensão do 'texto' cuida da análise linguística de textos. A dimensão da 'prática discursiva', como 'interação', na concepção 'texto e interação' de discurso, especifica a natureza dos processos de produção e interpretação textual - por exemplo, que tipos de discurso (incluindo 'discursos' no sentido mais socioteórico) são derivados e como se combinam. A dimensão de 'prática social' cuida de questões de interesse na análise social, tais como as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento

discursivo e como elas moldam a natureza da prática discursiva e os efeitos constitutivos/constitutivos referidos anteriormente.

Para a Teoria Social do Discurso, os sujeitos são constituídos socialmente, mas também têm capacidade de “agir como agentes e, entre outras coisas, de negociar seu relacionamento com os tipos variados de discurso a que eles recorrem” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 87). Esta percepção do discurso é fundamental à nossa pesquisa, pois somos norteados pelo pressuposto de que a ordem social depende da partilha de significações constituídas por meio da linguagem, entendida como meio de interação. O homem, ser que ordena o mundo, só pode ser e aprender por meio dos signos. É pela linguagem que nosso pensamento é organizado e por ela nos constituímos no simbólico.

O autor de *Discurso e mudança social* acredita que houve transformação significativa no funcionamento social dos textos linguísticos. O uso linguístico tem ganhado mais importância como meio de produção e controle social, naquilo que Fairclough (2001, p. 26) denomina “tecnologização do discurso”. É um tipo de “tecnologia de governo” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 26 apud Rose e Miller, 1989) aplicada por profissionais que “pesquisam, redesenham e fornecem treinamento em práticas discursivas”. Ele se refere a agentes institucionais que geram mudanças nas práticas discursivas, baseando-se em pesquisa científica social, para produzir intervenção que põe o discurso suscetível a tecnologias identificadas por Foucault como as “modernas técnicas de poder”.

Ao propor a articulação entre análise linguística e a teoria social, Fairclough (2001, p. 27-28) estabelece quatro condições mínimas a serem preenchidas: a) a avaliação das relações entre mudança discursiva e social e relacionar às propriedades sociais de eventos discursivos como instâncias de prática social; b) adoção de método de análise multifuncional, que reconhecessem as práticas discursivas como propulsoras de modificações no conhecimento e das relações sociais e identitárias; c) a análise de discurso deveria focalizar a estruturação ou os processos ‘articulatórios’ na construção de textos (intertextualidade), e na constituição de ‘ordens de discurso’; d) seria necessário um método crítico, que implica mostrar conexões e causas ocultas; implica também intervenção, a partir das disputas pela estruturação de textos e ordens de discurso.

A partir dessas indicações, a teoria de Fairclough (2001) nos apresenta instruções para fazer análise de discurso, desde o processo de coleta, passando pela transcrição e a codificação de textos, até a análise.

Discutiremos, adiante, cada uma das dimensões propostas pelo autor. Antes, porém, explicitaremos o conceito de discurso segundo Fairclough (2001).

3.3.1 Discurso

Em contraposição com o sentido de uso da linguagem levantado pelos linguistas a partir da tradição de Ferdinand Saussure, pela qual a fala (uso individual da língua) não poderia, por essa característica, ser alvo de investigação, Fairclough (2001, p. 90-91) propõe o entendimento do discurso a partir da concepção de linguagem como “forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais”.

Essa proposta traz como consequência a percepção de que, pelo discurso, os indivíduos podem agir sobre o mundo e sobre os outros. Ainda: que a estrutura social estabelece relação dialética com o discurso. Desse modo, o quadro institucional ou o domínio social particular determinam a variação dos eventos discursivos. Esse aspecto é influenciado pelo conceito foucaultiano de *formação discursiva dos objetos, sujeitos e conceitos*.

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social. [...] O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Para nossa pesquisa, é de grande valia a percepção de que o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença.

Assim, a constituição discursiva da sociedade não emana de um livre jogo de ideias nas cabeças das pessoas, mas de uma prática social que está inteiramente enraizada em estruturas sociais materiais, concretas, orientando-se para elas (FAIRCLOUGH, 2001, p. 93)

Na Teoria Social do Discurso, a prática política e ideológica é a dimensão de maior destaque. Estão em jogo, pelo discurso, as relações de poder e as entidades regidas por relações de poder. O foco está nas convenções que naturalizam as relações de poder e ideologias particulares.

Fairclough (2001) admite que diferentes tipos de discurso em contextos institucionais distintos podem ser 'investidos' de política e ideologia. Essa relação é dinâmica e pode levar a prática discursiva a ser 'reinvestida', como no caso da produção do discurso do jornalismo científico em assessorias de comunicação das universidades/IES.

3.3.2 Texto

Neste tópico analítico, são descritos os aspectos formais dos textos, dando ênfase também aos processos produtivos e interpretativos. Fairclough (2001) formulou categorias para a análise textual, voltadas a parâmetros linguísticos e de sentido, de forma e significado: a unidade sujeita à análise são os signos (palavras ou sequências mais longas de texto), combinados com uma forma. Outro aspecto a ser observado diz respeito ao significado potencial de um texto e sua interpretação.

O significado potencial de uma forma é geralmente heterogêneo, um complexo de significados diversos, sobrepostos e algumas vezes contraditórios (ver Fairclough, 1990a), de forma que os textos são, em geral, altamente ambivalentes e abertos a múltiplas interpretações (FAIRCLOUGH, 2001, p. 103).

O autor organizou a análise textual em quatro itens: *vocabulário* (palavras individuais), *gramática* (combinação das palavras em orações e frases), *coesão* (ligação entre orações e frases) e *estrutura textual* (propriedades organizacionais de larga escala dos textos).

Mais três itens expostos por Fairclough (2001) referem-se a aspectos formais: a '*força*' dos enunciados (os tipos de atos de fala por eles constituídos); a *coerência dos textos*; e a *intertextualidade dos textos*, mas esses aspectos são incorporados pelo autor à análise da prática discursiva. Com esses itens é possível levantar condições de produção, interpretação e as propriedades formais dos textos. As escolhas feitas pelos sujeitos no evento discursivo são pistas do significado, das identidades sociais, das relações sociais e dos sistemas de conhecimento e crença (FAIRCLOUGH, 2001, p. 103-104).

3.3.3 Prática Discursiva

A dimensão da prática discursiva dá conta dos processos de produção, circulação e consumo textual. São fatores sociais que determinam a natureza desses processos, que sofrem

variações. No que diz respeito à produção, “os textos são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 107).

O consumo dos textos também ocorre em contextos sociais diferentes, segundo hábitos e rotinas particulares de recepção.

Podem antecipar não apenas os 'receptores' (aqueles a quem o texto se dirige diretamente), mas também os 'ouvintes' (aqueles a quem o texto não se dirige diretamente, mas são incluídos entre os leitores) e 'destinatários' (aqueles que não constituem parte dos leitores 'oficiais', mas são conhecidos como consumidores de fato) (FAIRCLOUGH, 2001, p. 108).

Devem ser consideradas também, na análise da prática discursiva, as dimensões sociocognitivas relacionadas à produção e à interpretação textual. Os participantes do discurso, segundo Fairclough (2001, p. 109), têm essas dimensões interiorizadas e projetam isso no texto.

Este é considerado como um conjunto de 'traços' do processo de produção, ou um conjunto de 'pistas' para o processo de interpretação. Tais processos geralmente procedem de maneira não-consciente e automática, o que é um importante fator na determinação de sua eficácia ideológica

Os agentes interiorizam normas e convenções da ordem do discurso, constituídas pela prática social. Mais uma vez é a dimensão social que determina os elementos a que os membros recorrem e a maneira como fazem isso.

Na análise de discurso, submetida à abordagem tridimensional, deve-se explorar essas restrições, para que sejam feitas as conexões que vão explicar os processos discursivos e evidenciar a prática social da qual fazem parte. Dessa forma, uma de nossas tarefas, nesta pesquisa, é explicitar as estruturas, políticas e recursos de divulgação científica empreendidos pela UFMA, IFMA e UEMA, que condicionam os processos de produção, circulação e consumo do jornalismo científico, para, assim, identificar as relações sociais que se estabelecem para dimensionar essa prática discursiva.

Trata-se de analisar o contexto, para relacioná-lo com os significados dos textos. Para Fairclough (2001, p. 110),

‘contexto’ também inclui o que às vezes é chamado o ‘contexto de situação’: os intérpretes chegam a interpretações da totalidade da prática social da qual o discurso faz parte, e tais interpretações conduzem a predições sobre os sentidos dos textos que novamente reduzem a ambivalência pela exclusão de outros sentidos possíveis.

3.3.4 Prática social

Para Fairclough (2001), a dimensão da prática social compreende a relação entre ideologia e poder, além da evolução das relações de poder com a hegemonia.

Norman Fairclough (2001) indica que compreender o conceito de ideologia e hegemonia nos auxilia na análise da prática discursiva como modalidade de luta hegemônica. Para o teórico, as ideologias são significações da realidade construídas em dimensões das formas e dos sentidos das práticas discursivas. Elas contribuem para a produção, reprodução e transformação das relações de dominação.

Nesta concepção, Fairclough (2001) entra em consenso com a teoria de poder simbólico de Bourdieu ao remeter-se à discussão do uso da linguagem e de outras formas simbólicas como investido de ideologia, com o propósito de estabelecer ou manter relações de dominação. “As ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem *status* de ‘senso comum’” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117).

A luta ideológica na prática discursiva é motivada pela vontade de remoldar os discursos e a própria ideologia dominante. “Quando são encontradas práticas discursivas contrastantes em um domínio particular ou instituição, há probabilidade de que parte desse contraste seja ideológica” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117). Neste contraste se manifesta a possibilidade de transformação social. Isto porque

Os sujeitos são posicionados ideologicamente, mas são também capazes de agir criativamente no sentido de realizar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117).

O autor sugere, desse modo, que uma prática discursiva é ideológica quando ela incorpora significações visando à manutenção e reestruturação do poder. Quanto à hegemonia, Fairclough (2001, p. 126) a define como “o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais”. Essa dominação atinge os âmbitos econômicos, políticos, culturais e ideológicos de uma sociedade.

Embasado no conceito de Gramsci, a definição de Fairclough (2001) nos fornece subsídio para entender as transformações nas relações de poder e sua ligação com a mudança

discursiva. Tal visão se deve ao fato de a hegemonia ser aqui tratada como um “equilíbrio instável”. Ela se constitui numa constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre as classes.

Hegemonia é um foco de constante luta sobre os pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação que assume formas econômicas, políticas e ideológicas (FAIRCLOUGH, 2001, p. 122).

A hegemonia é alicerçada por alianças muito mais do que por simples dominação de uma classe sobre outra. Fairclough (2005, p. 125) relaciona seu conceito de hegemonia com o discurso. Para ele, ambos acontecem numa relação dialética entre estrutura e eventos discursivos, concebendo as ordens do discurso como “configurações mais ou menos instáveis”. Nesta perspectiva, os textos se centrariam na intertextualidade e na maneira como articulam textos e convenções prévias.

A ordem do discurso manifesta a faceta discursiva de equilíbrio contraditório e instável que constitui uma hegemonia, e a articulação e a rearticulação discursiva de ordens de discurso são, conseqüentemente, um marco delimitador na luta hegemônica (FAIRCLOUGH, 2001, p. 125).

Tomando esse percurso metodológico tridimensional, esperamos compreender se as relações sociais que condicionam a ordem do discurso na UFMA, IFMA e UFMA possibilitam propósitos educativos consistentes por meio do jornalismo científico ou se as assessorias de comunicação são investidas, fundamentalmente, de estratégias de promoção institucional, portanto de representação e disputa de poder.

3.4 Amostra da pesquisa

Em razão da complexidade de relações constitutivas da divulgação científica nas instituições selecionadas para esta pesquisa, levantaremos as estruturas, políticas e recursos empreendidos nessas instituições para a divulgação de ciência e tecnologia.

Utilizamos, para isso, técnicas de entrevista e aplicação de questionário aos comunicadores que atuam nas assessorias de comunicação dessas instituições. Com os chefes das assessorias, realizamos entrevista semiestruturada, a fim de aprofundar o levantamento das condições de produção, circulação e consumo.

Como *corpus* empírico, selecionamos matérias publicadas nos *sites* da UFMA, IFMA e UEMA, em dois períodos: maio/2012 e novembro/2012. Essa amostra estratificada levou em consideração datas em que não estavam previstos eventos que influenciassem o assunto.

O material coletado será analisado com auxílio de ferramentas provenientes da Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO), buscando evidenciar os componentes, estruturas ou potencialidades educativas nas peças de jornalismo científico da UFMA, UEMA e IFMA.

4 CONTEXTO DE FORMAÇÃO DO JORNALISMO CIENTÍFICO NA UFMA, IFMA e UEMA

Na proposta metodológica da Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO), em sua abordagem tridimensional, recomenda-se explicitar as relações e condições do processo discursivo, para que se evidencie a prática social da qual fazem parte. Neste capítulo, avaliamos políticas de divulgação científica de que se valem as assessorias de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA.

Nosso foco são os fatores que condicionam os processos de produção, circulação e consumo do jornalismo científico nas maiores instituições de ensino superior do Maranhão. Também discutimos a atribuição da prática discursiva das assessorias de comunicação no que se refere à relação entre divulgação científica e comunicação institucional.

Por se tratar de processos sociais, com fins específicos e intencionais, faremos referência aos ambientes político-institucionais nos quais os discursos foram gerados. A relação entre contexto-texto-significado, segundo Fairclough (2001), deve ser entendida a partir da *formação discursiva* — sistema de relações que funciona como regras sobre o que deve ser dito numa prática de discurso.

Para melhor compreender como a formação discursiva se articula nas ordens de discurso dessas assessorias de comunicação, entrevistamos, a partir de roteiro semiestruturado, chefes das assessorias de comunicação dessas instituições: o jornalista Cláudio Moraes, chefe do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA. A entrevista foi realizada no dia 14 de fevereiro de 2013; e a jornalista e mestre em Cultura e Comunicação, Ester Marques, chefe da Assessoria de Comunicação da UFMA.

Em seguida, procedemos à análise, utilizando as seguintes categorias: *formação dos objetos*, demonstrando as regras *formação discursiva* dessas assessorias de comunicação, que nos levem a discutir o lugar ocupado pela divulgação científica em relação à promoção institucional; e *modalidades enunciativas*, pela qual explicitaremos como os sujeitos são constituídos e posicionados pela enunciação das universidades. Os depoimentos permitiram visualizar os campos de forças que envolvem a produção do jornalismo científico na UFMA, IFMA e UEMA.

4.1 Contexto de formação discursiva da UFMA

Tomamos como subsídio para este item o Guia da UFMA 2013, com o intuito de traçar o contexto em que se dá a formação dos discursos da universidade. A história da UFMA iniciou em 1953, com a criação da antiga Faculdade de Filosofia de São Luís, numa articulação entre a Academia Maranhense de Letras, Fundação Paulo Ramos e Arquidiocese de São Luís. Mais tarde, a faculdade passou a fazer parte da Sociedade Maranhense de Cultura Superior (SOMACS), após a desvinculação de sua, até então, mantenedora, a Fundação Paulo Ramos. Da nova parceria, surgiu a Universidade do Maranhão, em 18 de janeiro de 1958.

Em 1961, foram incluídas a Faculdade de Filosofia, a Escola de Enfermagem São Francisco de Assis, a Escola de Serviço Social e a Faculdade de Ciências Médicas, sendo reconhecida pela União como Universidade Livre.

Nesses primeiros anos de história, a Igreja Católica exerceu grande influência nos rumos da UFMA. Ocupava o posto de chanceler da universidade o bispo Dom José Delgado. Foi ele quem propôs que se criasse a Fundação Universidade do Maranhão (FUM), em 1966, “cuja finalidade era implantar progressivamente a Universidade do Maranhão” (GUIA DA UFMA, 2013). Nesse período, foram incorporadas à Faculdade de Direito, a Escola de Farmácia e Odontologia e a Faculdade de Ciências Econômicas.

A primeira unidade do Campus do Bacanga, o prédio Presidente Umberto Alencar Castelo Branco, foi inaugurada em 1972, na gestão do reitor Cônego José de Ribamar Carvalho, tornando-se ponto de partida para a total transferência da atual Universidade Federal do Maranhão para essa área. A UFMA se expandiu e, hoje, possui, além da Cidade Universitária, como é chamado o *campus* de São Luís, mais sete *campi*, nos municípios de Bacabal, Chapadinha, Codó, Grajaú, Imperatriz, Pinheiro e São Bernardo.

Até o ano de 2013, onze reitores estiveram à frente da UFMA. São eles: Pedro Neiva de Santana (1967-1968); Cônego José de Ribamar Carvalho (1968-1972); Josué de Souza Montello/reitor *pró-tempore* (1972-1973); Manoel Soares Estrela/vice-reitor no exercício da Reitoria (1973-1975); José Maria Ramos Martins (1975-1979); José Maria Cabral Marques (1979-1988); Jerônimo Pinheiro (1988-1992); Aldy Mello de Araújo (1992-1996); Othon de Carvalho Bastos (1996-2003); José Américo da Costa Barroqueiro/reitor interino (2003-

2003); Fernando Antônio Guimarães Ramos (2003-2007); e Natalino Salgado Filho (2007-atual).

Médico e doutor em Nefrologia, o atual reitor, Natalino Salgado Filho, tem sua gestão reconhecida pela expansão da UFMA pelo interior do Maranhão e pelas obras de reestruturação física da universidade; foram mais de 100 no primeiro mandato. Em seu discurso de posse para o segundo mandato, reconheceu as oportunidades criadas pelo Governo federal desde 2002, com recursos, programas e ações, e agradeceu ao apoio da classe política, aos servidores, alunos e aos terceirizados. Em sua opinião, essa conjugação de esforços é responsável “pela impressionante transformação e pelo vigoroso crescimento da nossa Universidade nos últimos quatro anos” (SALGADO, 2011).

Para a segunda gestão, conclamou os membros da universidade a trabalhar pela manutenção da “autonomia constitucional” da UFMA, com definição de normas estruturantes. Defendeu, ainda, a “inovação como estratégia de superação das dificuldades” e o aprofundamento do “respeito à diversidade”, em busca da justiça social (SALGADO, 2011).

O crescimento da Universidade nesse período é visível, principalmente em termos de infraestrutura, com a realização de diversas obras. Para suas ações, em 2013, a UFMA trabalhou com um orçamento de R\$ 480.885.661¹¹.

Nos últimos anos, houve aumento significativo no número de cursos de graduação oferecidos pela Universidade. A UFMA passou de um total de 35 cursos, em 2002, para 73 cursos, em 2011, distribuídos entre os oito *campi*, conforme imagem a seguir:

CAMPI	ANO									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
São Luís	31	31	32	33	33	36	36	36	48*	48
Imperatriz	3	3	3	3	6	6	6	6	8	8
Codó	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
Pinheiro	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
Bacabal	-	-	-	-	-	-	-	2	4	4
Chapadinha	-	-	-	-	3	3	3	3	3	3
São Bernardo	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3
Grajaú	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
TOTAL	35	35	36	37	43	46	46	48	73	73

Figura 01: Evolução do número de cursos/UFMA. Fonte: PDI 2012-2016

¹¹ Fonte: <http://www.ufma.br/portalUFMA/arquivo/wLvecYxpCJNFZ2s.pdf>

4.1.1 Políticas de pesquisa da UFMA

O estímulo às pesquisas e à inovação tecnológica, na Universidade Federal do Maranhão, é de responsabilidade da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PPPG). Segundo o Guia da UFMA (2013, p. 23), esses estudos devem estar voltados a apresentar respostas aos “impasses locais, regionais e nacionais”. A Pró-Reitoria é dividida em três departamentos: Departamento de Pós-Graduação (DPG); Departamento de Pesquisa (DPQ); e o Departamento de Apoio a Projetos de Inovação e Gestão de Serviços Tecnológicos (DAPI).

Sobre os indicadores que nos ajudam a traçar o contexto da pesquisa na universidade, buscamos os números registrados no ano de 2012. Até esse ano, a UFMA possuía nove Cursos de Doutorado; 27 Cursos de Mestrado; um Mestrado Interinstitucional; 10 Doutorados Interinstitucionais; e 72 Cursos de Especialização. Somando alunos dos mestrados e doutorados, a universidade contabiliza 966 estudantes matriculados.

PÓS-GRADUAÇÃO		
Ano Modalidade	2007	2012
Doutorado	01	09
Mestrado	12	27
Cursos Interinstitucionais	03	11
Especialização	48	72

Quadro – Evolução do número de cursos de pós-graduação

O quadro acima demonstra o crescimento no número de cursos de pós-graduação na UFMA, no período de 2007 a 2012. Os cursos de Doutorado somam nove, em 2012, contra apenas um, em 2007. A quantidade de cursos de Mestrado também aumentou mais de 100%, saindo dos 12, em 2007, para 27, em 2012. As especializações oferecidas aumentaram de 48 para 72. A ampliação de cursos de pós-graduação, principalmente os *stricto sensu*, denotam alargamento na produção científica da Universidade.

Também nesse período estavam cadastrados 139 projetos de pesquisa e 157 grupos de pesquisa. Aos alunos de Iniciação Científica, concederam-se 600 bolsas. As publicações de pesquisa chegaram a 340 e 22 patentes foram depositadas.

Com esses dados em tela, podemos afirmar que a UFMA possui sim campo científico consolidado, inclusive com potencial para pesquisa de ponta, considerando-se a quantidade de estudantes em programas de pós-graduação. Junte-se a isso um corpo docente no qual 43,30% são mestres e 46,90% são doutores. Desse modo, o ambiente para produção de jornalismo científico é profícuo, o que dá à Assessoria de Comunicação condição suficiente para aproveitar o conhecimento gerado na universidade e contribuir com a educação científica no Maranhão.

4.1.2 Objetos justapostos na Ascom da UFMA

Desde o dia 04 de outubro de 2011, a jornalista e mestre em Comunicação e Cultura Ester de Sá Marques ocupa o cargo de assessora de comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Em seu entendimento, a natureza da universidade e dos recursos que a sustentam impõe à Assessoria de Comunicação (Ascom) a função de mediar a divulgação dos conhecimentos produzidos na UFMA, seguindo os princípios daquilo que considera informação pública. Apesar disso, também aparecem, em sua fala, sinais de que a promoção institucional e da imagem do gestor maior da instituição compõe o objeto da assessoria.

No primeiro aspecto, a Ascom contribui para que a universidade cumpra a obrigação de partilhar aquilo que produz, visto que há dinheiro público nela investido.

Nós trabalhamos em uma instituição pública, com recursos públicos; portanto, nós temos que devolver para quem nos paga aquilo que nós produzimos enquanto conhecimento (...). Então, nós temos uma preocupação muito grande com o retorno à sociedade civil daquilo que a universidade produz enquanto instituição pública (ENTREVISTA) ¹².

A preocupação apresentada pela assessora da UFMA encontra paralelo no IFMA, como já explicitado nesta pesquisa, mas com uma diferença. Enquanto no Instituto Federal o objetivo parece ser a simples prestação de contas dos recursos públicos empregados em CT&I, na UFMA, evidencia-se o intuito de devolver à sociedade o conhecimento gerado com esses recursos. Essa compreensão, exposta pela gestora de comunicação, aproxima-se daquilo que se entende por divulgação científica. O foco da atuação das assessorias de comunicação das universidades seria a prestação de contas, importante e necessária, mas também a partilha de saberes que ajudem a sociedade a melhorar.

¹² Concedida em 13 de junho de 2013

Passamos, desse modo, a tentar demarcar a superfície do discurso, com o objetivo de explicitar os múltiplos objetos sinalizados pela assessora. De acordo com Ester Marques, o jornalismo científico da UFMA divide-se em duas partes: a primeira está relacionada à cobertura de eventos que envolvem, direta ou indiretamente, a universidade ou os públicos que dela fazem parte; a segunda volta-se, propriamente, ao que a assessora chama de produção de conhecimento, referindo-se aos resultados de pesquisas científicas ou de inovação tecnológica. Ester Marques¹³ define o setor como “uma assessoria de comunicação pública que trabalha para todos os públicos, externos e internos, nessas duas perspectivas, da difusão do conhecimento ou dos eventos que tornam o conhecimento mais acessível”.

Outro aspecto na atuação da Ascom da UFMA é a promoção institucional. A gestora da comunicação garante que a imagem da universidade é trabalhada levando-se em consideração “a própria instituição na forma como ela se relaciona com a sociedade e seus públicos”. Na avaliação de Ester Marques, a Ascom não busca personificar a UFMA na figura do reitor ou dos demais agentes que compõem a universidade. “Nós não somos uma assessoria do reitor, do pró-reitor, do professor, do aluno”¹⁴. Apesar disso, ela admite ter destaque a imagem do reitor Natalino Salgado Filho, mas essa projeção pessoal e institucional estaria em plano secundário e associada à capacidade de gestão do reitor.

Eu sempre parti do princípio de que a gente só vende aquilo que é vendável. Não dá para vender o que não é vendável. Graças a Deus, eu estou em uma instituição que, neste momento, está com uma imagem bastante positiva diante da sociedade civil, porque está se esforçando para isso; está trabalhando para isso, em torno de políticas cada vez mais transparentes, visíveis, tanto que temos aqui um setor de ouvidoria, um setor sobre a Lei de Acesso à Informação. O primeiro aspecto disso é que a gente não produz aquilo que não pode ser produzido. Eu não posso tentar promover uma imagem positiva de quem é impossível. A imagem positiva que a gente está promovendo, se a gente quiser chamar de promoção, é em função de um trabalho que a universidade está desenvolvendo, não é em função de uma pessoa ou outra pessoa. Por acaso, nós temos hoje um gestor, que é um gestor a 100%; é um gestor esforçado, competente, sensível para as causas universitárias. Poderia não ser e aí ficaria muito difícil nosso trabalho. Mas, vamos dizer que a gente uniu o útil ao agradável, e essa promoção da imagem leva em consideração, primeiro, o trabalho, o perfil e as características de promoção dessa imagem; a natureza dessa imagem, para, depois, pensar quais estratégias vamos desenvolver para a promoção dessa imagem (ENTREVISTA)¹⁵.

Atualmente, a assessora está vislumbrando mudanças na estrutura da Ascom, que passariam, inicialmente, pela alteração do nome do setor. A proposta ainda está em definição,

¹³ Entrevista concedida em 13 de junho de 2013

¹⁴ Entrevista concedida em 13 de junho de 2013

¹⁵ Concedida em 13 de junho de 2013

mas a ideia é que se passe a chamar unidade, núcleo ou superintendência, com setorização maior entre os grupos de produção, de acordo com a natureza do produto (rádio, TV, web, mídias digitais, impresso, cerimonial etc.).

Na reestruturação, a dimensão apresentada por Ester Marques que, em nossa análise, talvez mais impactasse na rotina e qualidade produtiva da Ascom seria a composição da equipe por profissionais já formados, via concurso público. No cenário atual, os estagiários são a maioria dos recursos humanos da Assessoria.

Nós teríamos para cada núcleo desse uma equipe um coordenador, e a intenção é que, ao transformar essa estrutura em uma unidade orçamentária, possamos também ter funções gratificadas, abrir vagas para concursos, porque hoje trabalhamos, vamos dizer assim, com 20% de pessoas do quadro e 80% com estagiários regulares e não regulares, os informais ou extracurriculares, que trabalham como profissionais, mas que também são orientados, que é uma preocupação que temos de orientá-los sempre como estagiários, para que eles possam sair daqui o mais bem formados para o mercado de trabalho, que seja por sua vez qualificado (ENTREVISTA)¹⁶.

A forte presença de estudantes no corpo da Ascom evidencia outra função do setor, que é a de servir como campo de estágio aos alunos do Curso de Comunicação Social da UFMA, nas habilitações de Jornalismo, Relações Públicas e Rádio e TV. Ester Marques explicou que os estagiários recebem treinamentos técnicos e teóricos para o suporte no qual irão atuar. Muitas vezes, ela mesma, que também é professora do curso de Comunicação Social, faz a capacitação.

Essa interação entre o ensino e a prática nos parece bastante produtiva na universidade, mas é preocupante observar que grande parte do trabalho da assessoria fica a cargo de estudantes, que ainda estão em processo de formação, e não de profissionais. Possivelmente, a maioria dos estagiários da habilitação de Jornalismo não teve contato com a disciplina Jornalismo Científico, que é oferecida somente nos últimos períodos do curso, o que pode ser causa de alguns problemas na qualidade da cobertura de CT&I, apontados no capítulo 4.

Segundo Ester Marques, o ingresso dos estagiários não é forma de recorrer a mão de obra barata, mas sim de abrir espaço de orientação e formação aos acadêmicos de Comunicação Social.

¹⁶ Concedida em 13 de junho de 2013

Então, nós temos, sim, essa preocupação. Não é de trazer para cá mão de obra barata, não. Nós temos a preocupação de eles virem para cá sabendo como enquadrar, por exemplo, um determinado assunto; como fazer a seleção das fontes; em que momento tal assunto é importante para sair; o que é uma matéria atemporal e o que é uma matéria para ontem ou para hoje; como lidar com esses públicos, que nós sabemos são difíceis de lidar. O cientista ainda é considerado um homem ou uma mulher com a cabeça muito fechada. Todo esse trabalho de educação, de orientação, nós fazemos aqui. E a maior preocupação que eu tenho, aqui, talvez, seja essa. Não aqui preparar mão de obra barata para o mercado, mas, sobretudo, trabalhar mão de obra qualificada para nós e também para o mercado (ENTREVISTA)¹⁷.

Aos jornalistas e estagiários de jornalismo que trabalham na Ascom da UFMA, a assessora disse que há cobrança para que qualifiquem mais a cobertura, embora a prática nos aponte a prevalência de notícias com tratamento superficial, seguindo os moldes de um *press release*. Os profissionais são orientados a fugir do óbvio, principalmente na cobertura de eventos científicos, e buscar os aspectos mais relevantes das pesquisas que estão sendo divulgadas, sempre dando destaque ao pesquisador, conforme explicitou Ester Marques¹⁸.

Eu tenho reclamado, às vezes eu reclamo muito aqui, do tipo de texto. Nós estamos muito habituados a trabalhar com *releases*. Eu não gosto disso. Desde que estou aqui, insisto que devemos mudar a natureza do nosso texto. E para mudar a natureza do nosso texto temos que mudar a natureza do *lead*. Em vez de quem, quando, o que, eu trabalho com um aspecto da pesquisa. Então, assim, a preocupação é sempre dizer assim: tentem sair do óbvio; tentem sair do senso comum. Vamos ver o que há de mais interessante neste evento. Ah, foi a pesquisa do professor fulano de tal. Então, vamos fazer uma pauta só com esse professor, com esse projeto, nem que a gente faça um texto com as informações gerais, mas normalmente nós damos destaque à pesquisa que está ali, ao momento em que essa pesquisa está sendo difundida, está sendo divulgada. Outra coisa que a gente dá muita importância aqui é a publicação, aos livros que são lançados, que saem. A gente tem a preocupação de ler o livro e, daí, fazer uma pauta para entrevistar aquele professor, para saber o que levou aquele professor a tirar dali uma tese, uma dissertação de mestrado ou uma tese de doutorado. Nós temos várias áreas de interesse, mas temos a preocupação, principalmente, com o singular, com aquilo que é único naquela matéria. Não trabalhamos com *release*. Eu detesto *release*. Acho que a gente tem que ultrapassar esse meio até porque o *release* vicia. É sempre aquilo: a Universidade Federal do Maranhão produz tal evento. Não gostamos disso.

Os objetos da Ascom são justapostos, ora com maior enfoque à promoção institucional ora à divulgação científica. A Assessoria funciona, ainda, como espaço de formação dos estudantes de Comunicação Social. Ao que nos parece, não há objeto privilegiado, mas um conjunto de objetos que formam o discurso da Assessoria de Comunicação da UFMA.

¹⁷ Concedida em 13 de junho de 2013

¹⁸ Entrevista concedida em 13 de junho de 2013

Todavia, percebemos níveis diferentes, em relação ao IFMA, no que diz respeito à consciência do que pode e deve ser melhorado, principalmente em termos de maior abertura à divulgação científica. As condições em que se dá a produção desses discursos favorecem tal direção, fundamentalmente por ser a assessora Ester Marques professora do Curso de Comunicação. Como detentora de conhecimento sobre a área, ela é capaz de, na entrevista, apontar os aspectos que formariam o *status* ideal da atuação da assessoria de comunicação de uma universidade — apesar de esses elementos não se concretizarem em sua totalidade na prática. Observamos que a orientação de o jornalismo científico ser carro-chefe como objeto da Ascom não se materializa nos textos publicados no *site*, ainda muito centrados na promoção institucional.

Perguntamos a Ester Marques se o material jornalístico produzido pela Ascom da UFMA é educativo. A resposta foi “Ah, com certeza”. Para exemplificar, citou o caso da matéria que ilustrou a capa da revista *Portal da ciência*, editada pela Assessoria, no período da Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), que aconteceu em julho de 2012, em São Luís. Trata-se de reportagem denunciando a poluição das praias de São Luís, que recebem dejetos sem que tenham passado por tratamento pela Companhia de Água e Esgotos do Maranhão (Caema). Apesar das pressões políticas, principalmente de órgãos do Governo do Estado, na avaliação da chefe da Ascom, a matéria alcançou propósitos educativos, ao gerar uma agenda de discussão sobre o tema, que foi revertida em políticas públicas para melhorar a situação.

Houve também desmistificação do problema, de achar que a Caema fazia o tratamento de água e a gente descobriu que ela não faz esse tratamento da água. Depois da matéria foi que a Caema veio dizer que iria reabrir ou reorganizar as estações. As duas estações que a gente tem em São Luís não funcionavam, e na matéria a gente colocou isso. E foi a partir daí que houve toda uma reformulação da própria política de Governo para essa área. O Governo começou a prestar mais atenção no problema (ENTREVISTA)¹⁹.

A dimensão educativa está estreitamente relacionada à formação do objeto da divulgação científica, que se ocupa da democratização do conhecimento. Para Ester Marques, a Ascom da UFMA busca esse propósito ao produzir textos sobre CT&I que sejam acessíveis ao público não especializado, mas sem vulgarizar o assunto.

¹⁹ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

Partimos do princípio de que não é porque nós produzimos textos de conhecimento científico que seja um texto duro, que ninguém possa ler, ou que só a comunidade acadêmica possa ter acesso. Peço o texto mais leve possível. Edito junto com dois editores. Mas um texto leve não é um texto vulgar. É um texto que é acessível a todos. O nosso trabalho tem sido de democratização do conhecimento (ENTREVISTA)²⁰.

O ambiente de produção científica da UFMA, cada vez com maior expressividade, e a existência de fontes qualificadas, como apontado pela própria Ester Marques, geram condições para que a divulgação científica, com seu caráter formador, ocupe mais espaço nessa formação discursiva. Entretanto, um conjunto de relações, impulsionadas pelas características consagradas de Assessoria de Comunicação, ainda faz com que, até no momento em que se pretende tornar a divulgação científica mais evidente, tome lugar a projeção da imagem institucional e de seus gestores.

4.1.3 A posição dos sujeitos na comunicação da UFMA

Para a definição das pautas que vão gerar as notícias publicadas no site da UFMA, a assessora de comunicação, Ester Marques, indicou a preocupação em atender aos valores jornalísticos de noticiabilidade. Os acontecimentos da universidade ganham espaço, desse modo, quando têm “relevância, o exótico, mas também aquelas pesquisas que são únicas, singulares e que têm interesse público muito grande” (Entrevista²¹). O entendimento do que é informação científica, para a assessora, extrapola o campo acadêmico e perpassa outros saberes. A partir dessa perspectiva, outros eventos, mesmo que não sejam promovidos pela universidade ou que sirvam para divulgar pesquisa científica, mas que utilizem seu espaço físico, também ocupa lugar na enunciação da Ascom.

E há também outra preocupação que eu penso que nós, como assessores, temos que ter quando trabalhamos com a ciência. Aquelas pautas que são devolvidas, de temas, como agora acabei de vir de população de rua²², formulação de políticas para população de rua. É um evento que não é nosso; que estamos emprestando nossa casa, mas temos todo o interesse em divulgar, porque é um tema que envolve toda a sociedade civil, por consequência a universidade. Então, a gente também acha esse evento um evento científico, que nos interessa, mesmo que informalmente, mas que

²⁰ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

²¹ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

²² A assessora de comunicação, Ester Marques, refere-se ao Seminário Nacional de Acesso à Justiça da População em Situação de Rua, promovido pela Defensoria Pública do Maranhão e Ministério Público do Maranhão, nos dias 13 e 14 de junho de 2013. No momento da entrevista para nossa pesquisa, a assessora foi chamada a compor a mesa de abertura do evento, representando o reitor Natalino Salgado.

tenha a ver como aquilo que nós chamamos de ciência ou de uma determinada visão de ciência (ENTREVISTA)²³.

Ainda assim, na avaliação de Ester Marques, a cobertura dos projetos de pesquisa e extensão, além dos eventos científicos, ocupa a dianteira no trabalho da Assessoria. Outra pauta prioritária é a expansão e interiorização da UFMA pelo Maranhão, mas, segundo a assessora, a proposta é demonstrar os efeitos dessa ação institucional, e não apenas anunciar o feito da universidade.

Hoje mesmo está sendo implantado um mestrado em Pinheiro. E por quê? É só porque é uma política de expansão? Não. É por todos os efeitos sociais, políticos, culturais da implantação desse mestrado para a população daquela região toda, que precisa ter mais qualificação, ter mais opções de trabalho, ter mais condições de acesso a o que eles não tinham antes, que era o mestrado, essa pós-graduações. Então, temos essa preocupação não simplesmente para dizer que temos mais um *campus*, que temos mais um mestrado. Não. De que forma aquele projeto, aquela implantação vai mexer, dialogar com a sociedade civil ali do entorno. Não só do município onde está sendo implantado, mas de toda aquela região, como vai ser o caso, por exemplo, de Pinheiro, que vai ser o primeiro mestrado da Baixada; é o único, e vai ajudar muito aquelas pessoas que não têm condições de estudar para além do segundo grau, de poder acessar uma universidade e acessar uma pós-graduação ((ENTREVISTA)²⁴.

Na Ascom, tem um grupo que trabalha na produção de pautas. São os profissionais nele envolvidos que fazem o mapeamento dos assuntos que podem render matérias e preparam as informações preliminares que são repassadas ao repórter. Essa rotina tem como base, de acordo com Ester Marques, um catálogo com as pesquisas e projetos de extensão em desenvolvimento na UFMA. Mas as sugestões de pauta partem, também, dos pesquisadores, que procuram a Assessoria em busca de espaço para divulgação de suas pesquisas e projetos de extensão. Essa nova postura colaborativa dos pesquisadores é resultado, na avaliação da assessora, da “mudança de mentalidade e cultura que envolve a todos”²⁵, tendo como ponto de partida a própria postura dos profissionais da Assessoria de Comunicação, que precisam passar confiança ao cientista.

Ester Marques considera que o relacionamento constante com os pesquisadores, sondando para se saber se têm alguma novidade a ser noticiada, faz com que eles deixem de ter receio de procurar a Ascom.

²³ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

²⁴ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

²⁵ Entrevista concedida no dia 13 de junho de 2013.

Aqueles que já viraram habituais clientes nem precisamos mais conversar. Eles só ligam: olha, tenho um material aqui bom. Porque a gente vive dizendo: professor, o que o senhor tem de bom para nós? Então, normalmente, já há esse contato; já há uma relação muito boa de troca. São poucos os ainda resistentes. Mas mesmo esses resistentes, esses que querem interferir no nosso trabalho, quando eles têm alguma coisa importante... Por exemplo, o sujeito que teve um artigo aceito na Alemanha. Aí, ele: olha, será que não seria importante divulgar isso e não sei o quê no *site*? Claro que é, professor! Porque tudo para nós é importante na vida desse professor. Sabe, ele é o nosso público. Primeiro vem ele e depois vem a gente (ENTREVISTA)²⁶.

Para a apuração das informações, nas entrevistas, a indicação da Ascom é que o repórter tenha à mão um resumo da pesquisa a ser abordada na matéria e resumo do perfil do pesquisador, dando condições de o jornalista ou estagiário de jornalismo dialogar melhor sobre o assunto. A estratégia da assessora, com esses cuidados e posturas, é promover relação de confiança, como forma de superar o habitual conflito entre jornalistas e cientistas.

Então, essa preocupação na produção de pauta, que funciona muito bem aqui, é sempre botar um resumo da pesquisa, do projeto de extensão, do evento, do currículo, do perfil dele, do horário da entrevista, para não pegar ele [o pesquisador] de surpresa. Fazemos todo um planejamento de pauta e nada é gratuito. Aqui tudo é planejado. Quando não há esse planejamento, eu cobro. Porque sabemos que é preciso fazer essa mudança de mentalidade; e isso exige tempo, paciência, eles confiarem na gente, não achar que a imprensa só serve para falar mal, para fazer besteira, entendeu? Então, temos esse trabalho, que é um trabalho de educação também nosso; de achar que nós somos os donos da verdade e eles não. Não, nós não somos donos. Donos são eles. Somos aqui os mediadores, fazendo o papel de mediação o tempo inteiro (ENTREVISTA)²⁷.

No discurso da assessora de comunicação, Ester Marques, os pesquisadores, nessa relação com os sujeitos da comunicação da UFMA, parecem ocupar posição privilegiada, obtendo espaço como propositores de pauta e fontes recorrentes das matérias produzidas pela Ascom. “Damos muito destaque ao pesquisador. Dá uma visibilidade que ele nunca teve e tem professores que tem medo de sair no jornal, porque não sabe se vão falar mal ou bem dele”²⁸.

O lugar ocupado pelos pesquisadores remete-nos a pensar nas estratégias típicas de assessorias de comunicação, principalmente no tocante às ações de valorização do público interno. O mesmo tratamento é dispensado ao estudante pesquisador ou àqueles que participam de projetos de extensão. A impressão é que o conhecimento produzido na

²⁶ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

²⁷ Entrevista concedida no dia 13 de junho de 2013.

²⁸ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

universidade ocupa posição secundária na divulgação científica da UFMA. Notamos a constituição ou o reconhecimento desses sujeitos como fontes prioritárias, avanço significativo na Ascom, considerando a disputa com as pautas de promoção institucional, mas o jornalismo científico com enfoque personalista e puramente baseado no perfil do pesquisador ainda fica aquém dos propósitos educativos que lhe são inerentes.

Ainda assim, consideramos que a rotina de produção exposta pela assessora de comunicação segue alguns padrões recomendados na divulgação científica, incluindo a possibilidade de os pesquisadores revisarem os textos antes da publicação – postura abominável quando se trata dos meios de comunicação externos, mas perfeitamente aplicável em assessoria de comunicação, em especial, das universidades.

Se tivermos dúvida, ligamos. Se eles quiserem rever a matéria, mandamos a matéria pronta. Não nos preocupamos com furo. Preocupamo-nos com a qualidade do material que é feito. Então, é sempre nesse sentido de tratar, de criar uma relação, de pensar a informação não como parte posterior da pesquisa, mas como parte da natureza da pesquisa (ENTREVISTA)²⁹.

Como sujeitos dessa comunicação, os pesquisadores sugerem e acompanham o processo de produção da Ascom. Buscamos saber, ainda, qual a posição dos sujeitos que compõem a administração superior, em especial, do reitor, na definição do que vai ou não ser enunciado no *site* da UFMA. Ester Marques foi enfática ao afirmar que “nunca” sofreu censura. “Nunca eu tive nenhum tipo de dizer: não, isso aqui não vai para o ar”³⁰. Mas, quando as notícias envolvem movimentos contraditórios dentro da universidade, como os liderados pelo Diretório Central dos Estudantes (DCE) ou pela Associação de Professores da Universidade Federal do Maranhão (Apruma), há indicação de que não se publique esse tipo de informação. A justificativa apoia-se na classificação do suporte como “um *site* científico”. A exceção é aplicada quando necessário se faz a publicação de nota oficial da administração superior.

Isso tem me gerado muitos equívocos e constrangimentos desnecessários, porque há um entendimento nosso de que o nosso site é específico, é científico; ele não é político; não é de partido; não é ideológico. Então, nós, simplesmente, não botamos esse tipo de informação de ninguém. Quando a universidade está envolvida em algum

²⁹ Concedida no dia 13 de junho de 2013. Esse posicionamento diverge dos referenciais teóricos utilizados nesta pesquisa, que consideram o discurso da ciência como instância diferente do discurso da divulgação da ciência e, por isso mesmo, com regras específicas de formação discursiva. Zamboni (2001) considera o discurso da divulgação científica um gênero particular de discurso. Por ele, a ciência é deslocada de seu campo e se dirige aos estratos leigos da sociedade.

³⁰ Entrevista concedida no dia 13 de junho de 2013.

caso que gere, por exemplo, situações lá fora, de informações que temos que nos posicionar, aí sim. Aí, entramos com notas oficiais, como em qualquer site institucional. O que leva a um equívoco do ponto de vista dos movimentos de que só postamos o nosso lado. E não é verdade, não é por aí. Nós usamos a nota oficial da administração superior da instituição, para esclarecer a opinião pública sobre algum fato. Nós não entramos em nenhuma discussão partidária e ideológica. Isso tem gerado equívocos porque as pessoas pensam: ah, botou o lado da Reitoria e não botou o nosso. Não é. Não botamos o lado da Reitoria. Nós botamos o lado da universidade, de uma situação que precisa ser esclarecida em seus termos claros e objetivos para conscientizar a opinião pública (ENTREVISTA)³¹.

Outro posicionamento típico de assessoria de comunicação e aceitável dentro das regras de enunciação, embora não seja o ideal em regimes democráticos. Fica evidente que o *site* da UFMA é sempre utilizado para divulgação de informações que favoreçam a construção/manutenção de imagem positiva frente aos seus públicos. Em momento de crise, somente é facultado espaço para o posicionamento oficial, mantendo sob controle as informações que circulam por esse meio e que possam ganhar o espaço público pelos meios de comunicação externos.

No que se refere ao público que consome a notícia do *site* da UFMA, Ester Marques afirmou que se faz acompanhamento da quantidade de acessos, por assunto, usando aplicativo do Google. Segundo ela, a percepção do público que busca o *site* da instituição ficou mais apurada depois de alterações na estrutura visual do suporte. No novo *layout*, as informações foram segmentadas, de acordo com sua natureza: prestação de serviços, informação institucional formal, notícias e editais. Da observação diária e do retorno que tem, a partir de comentários feitos por telefone, a assessora enumera como públicos os professores, servidores administrativos da própria Instituição, alunos e sociedade civil em geral. “Nós temos um público altamente qualificado. Por isso, somos muito cobrados aqui, por tudo e por nada”³².

O discurso de Ester Marques sugere que o público tem participação ativa na comunicação da UFMA. Aqueles que acessam o conteúdo publicado no *site* da universidade teriam espaço, desse modo, para também integrar o processo de produção, sugerindo pautas ou comentando determinadas matérias. A assessora afirmou que essa interação tem ocorrido, principalmente, pelas redes sociais lincadas no *site* e em momento das provas que servem para ingresso na universidade, como o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) e o Sistema de Seleção Unificada (SiSU).

³¹ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

³² Entrevista concedida no dia 13 de junho de 2013.

Nós vamos criar um Núcleo de Mídias Digitais para fazer um acompanhamento das redes sociais, mas dentro do *site* você já tem lá: acesso ao *Facebook*, acesso ao *Twitter*, acesso a várias outras redes que a pessoa pode interagir e tem interagido muito com a gente, inclusive para falar coisas que têm nada a ver com a gente, como, por exemplo, o SiSU. Sabemos que o SiSU não é de responsabilidade da UFMA. A realização do Enem não é de responsabilidade da UFMA. Mas todo mundo corre para cá, por que sabe que aqui a gente sempre dá um jeito de fazer uma divulgação correta e tranquila dessa informação. Para todos. Nós não fazemos diferença para um ou para outro só porque eu gosto de ti. Eu nem quero saber quem tu és, mas se tu estás atrás a gente manda, porque o nosso interesse é quanto mais se ampliar a informação, quanto mais fazer essa informação sair daqui para o espaço público, melhor. A gente mais qualifica nosso trabalho e mais temos respostas (ENTREVISTA)³³.

A assessora de comunicação apontou, ainda, a instalação de uma ouvidoria pela universidade como forma de interação com o público e democratização das informações, cumprindo o que determina a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011).

Então, de vez em quando, eu tenho aqui processo, pedidos de: Qual a política de comunicação de vocês? Como vocês estão desenvolvendo a política? Por que aquele acontecimento saiu assim? Essa notícia que está no *Facebook* é correta, é verdadeira? Entendeu? Outro momento de solicitação que tem funcionado até hoje muito bem, eu não me oponho a responder, é liberar documentos que façam parte da nossa política. Que eu acho que a gente poderia dizer: não, isso aqui é de uso restrito da gente. Não. Até agora não tem nada de restrito aqui. Tudo aqui está no nível da publicidade e transparência que caracteriza nosso trabalho (ENTREVISTA)³⁴.

Ao identificar como os sujeitos são constituídos e posicionados pela Assessoria de Comunicação da UFMA, buscamos compor o regime das enunciações na Instituição. A entrevista com a assessora Ester Marques nos permitiu observar que a fala no *site* da universidade é concedida a pesquisadores e a estudantes envolvidos em projetos de pesquisa ou extensão. A demanda, em geral, parte deles próprios, que procuram o setor para divulgar o andamento ou resultados de suas investigações. Esse movimento é, aparentemente, positivo, pois estimula postura mais ativa do cientista, que passa a participar e construir a divulgação científica, mas também pode esconder alguns problemas na democratização do acesso aos meios institucionais de comunicação. Ocorre que os “habituais clientes”, como caracterizou a assessora da UFMA, têm sempre espaço garantido, facilitado pelas relações já consolidadas com os produtores da notícia. O ideal seriam mecanismos de acompanhamento de toda a produção da universidade, o que daria maior possibilidade de contemplar a pluralidade de pesquisadores e de conhecimentos nela gerados. Obviamente, critérios subjetivos para a

³³ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

³⁴ Concedida no dia 13 de junho de 2013.

escolha da pesquisa a ser divulgada continuariam a existir. Ester Marques até indicou a existência de um catálogo com todas as pesquisas e projetos de extensão desenvolvidos pela UFMA, entretanto, ao que nos pareceu, é nesse contato direto com os professores e alunos que são construídas as pautas e se define quem ocupará lugar de fala no *site* da UFMA.

Os jornalistas e estagiários de jornalismo são vistos como profissionais a serviço dos cientistas. Os estagiários, em especial, podem enunciar – e devem desenvolver suas atividades com profissionalismo –, mas se lhes resguarda a posição de aprendizes, portanto, sujeitos em formação.

Se considerarmos puramente a entrevista concedida pela assessora, parece que os sujeitos institucionais, inclusive o reitor, só ganha espaço em notas oficiais ou em matérias atualmente consideradas prioritárias, como as que anunciam políticas de expansão e interiorização. Mas a análise do objeto empírico indica que, no regime das enunciações da UFMA, a administração superior é constituída como sujeito de fala autorizada e que profere, portanto, a verdade, inclusive em notícias sobre pesquisas científicas. Nestes casos, geralmente, destaca-se mais o lugar institucional, com o apoio dado à ciência, tecnologia e inovação ou ao evento de divulgação científica, do que propriamente o conhecimento.

4.2 Contexto de formação discursiva do IFMA

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) vem de uma trajetória de mais de 100 anos. Como previsível, ao longo de uma centúria, a instituição passou por mudanças, quer de reorientação dos preceitos de educação profissional técnica, quer de seu prenome. Reconstituímos, aqui, um pouco dessa história, a partir das informações contidas no Portal do IFMA.

Tudo começou em 23 de setembro de 1909, quando o então presidente da República, Nilo Peçanha, criou, pelo Decreto n.º 7.566, as Escolas de Aprendizes Artífices. Em São Luís, a escola foi instalada em 16 de janeiro de 1910, com o objetivo de proporcionar às classes economicamente desfavorecidas educação voltada para o trabalho.

Em 1937, a Escola de Aprendizes Artífices do Maranhão passou a se chamar Liceu Industrial de São Luís, com sede no bairro do Diamante. Este foi um período de mudanças constitucionais, que estavam dando nova orientação ao sistema educacional do País. A

instituição, ao longo de sua história, foi adaptando-se às transformações no cenário político, econômico e educacional.

Impulsionado pelas demandas do setor industrial, que começava a despontar no Brasil, em 30 de janeiro de 1942, instituiu-se o Decreto-Lei n.º 4.073, com a Lei Orgânica do Ensino Industrial. O Liceu Industrial de São Luís deu lugar, então, à Escola Técnica Federal de São Luís.

Nessa mesma década, foi criada, pelo Decreto nº 22.470/1947, a Escola Agrotécnica Federal de São Luiz (grafada com “z”), que, seis anos depois, recebeu o nome de Colégio Agrícola do Maranhão.

Já sob o governo militar, em 1965, a Escola Técnica Federal de São Luís passou a se chamar Escola Técnica Federal do Maranhão. Para enfatizar a centralidade do Estado controlador das políticas públicas, os militares procuram realçar a unidade da federação nas denominações dos órgãos públicos.

No final da década de 1980, já no contexto de redemocratização do País, outra importante mudança aconteceu.

Por um lado movido pelas demandas do mercado de trabalho com as instalações, no Estado, de importantes projetos industriais que irão contribuir com o aumento do PIB regional e com o emprego industrial e, também, pela força política que ganha o Estado na pessoa do Presidente da República, o maranhense José Sarney. Nesse contexto, a ETFM é uma vez mais transformada em uma nova instituição. Por meio da Lei n.º 7.863, cria-se o Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão [CEFET/MA], elevando-o à competência para ministrar, também, cursos de graduação e de pós-graduação (PORTAL DO IFMA).

O CEFET também foi implantado em Imperatriz/MA, inicialmente como Unidade de Ensino Descentralizada em Imperatriz (UNED), em 1987.

Outra grande mudança vigora até hoje. Pela Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, foram integrados o Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão e as Escolas Agrotécnicas Federais de Codó, de São Luís e de São Raimundo das Mangabeiras.

Atualmente, são 27 unidades em todo o Maranhão, que somam 18 *campi* (São Luís - Monte Castelo; São Luís - Maracanã; São Luís - Centro Histórico; Alcântara; Pinheiro; Barreirinhas; Zé Doca; Santa Inês; Bacabal; Buriticupu; Codó; Caxias; Timon; Açailândia; Imperatriz; Barra do Corda; São João dos Patos; e São Raimundo das Mangabeiras). Em implantação estão os *campi* de São José de Ribamar, Viana, Itapecuru-Mirim, Araioses, Coelho Neto, Pedreiras, Presidente Dutra e Grajaú.

O IFMA é uma autarquia, com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar. O primeiro reitor da nova instituição, em regime *pro-tempore*, foi o professor José Ferreira Costa, que ocupou o cargo de 2008 até 2012. Interinamente, foi substituído pela professora Valéria Carvalho Martins, que ficou no cargo até a posse de Francisco Roberto Brandão Ferreira, eleito em 05 de junho de 2012.

Brandão disputou o pleito com o professor Antônio Martins. Estavam aptos a votar 18.779 eleitores (17.003 estudantes, 1.014 professores e 762 técnicos administrativos). O reitor eleito recebeu cerca de 80% dos votos. Roberto Brandão tem 47 anos e é natural de Tutóia. Doutor em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho (UNESP) e professor do IFMA há 22 anos, ocupou, na gestão de José Costa, o cargo de pró-reitor de Planejamento e Administração.

Nesse período, foi coordenador nacional do Fórum de Pró-reitores de Planejamento e Administração do Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (FORPLAN/CONIF). Em 2013, o IFMA trabalhou com orçamento de cerca de R\$ 300.000.000,00³⁵.

4.2.1 Políticas de pesquisa do IFMA

Com a posse de Roberto Brandão, foi nomeada para o cargo de pró-reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PRPGI) a professora Natilene Mesquita Brito, que é doutora em Química Analítica pela Universidade de São Paulo (USP). Os dados a que tivemos acesso, na publicação institucional *Ações e reflexões*, são referentes ao período anterior (2008-2012), quando o professor José Hilton Gomes Rangel respondia pela pasta.

Na publicação, o instituto apresenta seus avanços em CT&I como resultado de uma política que inclui qualificação de recursos humanos, incentivos à pesquisa científica, com concessão de bolsas, e investimento na divulgação dos resultados.

No Programa de Fomento a Projetos de Pesquisa, ao qual estão vinculados alunos de Iniciação Científica, foram selecionados 15 projetos em 2010. Nesse ano, o investimento foi de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais). Em 2011, foram selecionados 37 projetos, com investimento de R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Na implantação de laboratórios multiusuários, o investimento chegou a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), distribuídos em

³⁵ Fonte: <http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4215-gestores-debatem-orcamento-do-ifma>

um projeto de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), dois projetos de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) e nove projetos de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Também em 2011, o IFMA aprovou seu regulamento para concessão de bolsas de produtividade aos professores-pesquisadores mais dinâmicos do instituto. Já os estudantes que participam de pesquisa recebem bolsa pelos programas de Iniciação Científica Júnior (PIBIC Jr. — Ensino Médio), Iniciação Científica (PIBIC — Ensino Superior) e Iniciação Tecnológica (PIBITI).

As bolsas têm dotação orçamentária dos *campi* e de recursos captados junto a agências de fomento (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – e Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão — FAPEMA), conforme quadro abaixo:

BOLSA	2009	2010	2011	2012
PIBIC	25	110	220	440
PIBIC-Jr	20	97	450	800
PIBITI	-	20	40	100
TOTAL	45	227	710	1340

Quadro 01 – Bolsas concedidas pelo IFMA (Fonte: PRPGI/IFMA)

Até fevereiro de 2012, 8,45% dos professores tinham doutorado; 17,98% eram mestres; e 73,57% especialistas ou graduados.

Com relação aos grupos de pesquisa registrados no CNPq, em 2009 eram apenas nove; em 2011, chegou a 31 grupos, nas grandes áreas de Ciências Ambientais, Educação e Cultura, Gestão Pública ou Políticas Públicas, Engenharia de Materiais, Engenharia Elétrica e Ciências Ambientais.

Para disseminar as pesquisas, a instituição publica a revista *Acta Tecnológica*, que era do *Campus Codó* e passou a ser gerenciada pela PRPGI. Anualmente, a Pró-Reitoria promove o Seminário de Pesquisa, Pós-graduação, Inovação e Extensão (SEPPIE), reunindo cerca de 1500 professores e alunos, que apresentam mais de 850 trabalhos.

Essas informações nos ajudam a fazer referência aos ambientes político-institucionais nos quais os discursos são produzidos, distribuídos e consumidos.

4.2.2 Prestação de contas com a sociedade: o objeto da assessoria

A atribuição de uma assessoria de comunicação é, em termos gerais, construir ou manter imagem e conceitos positivos do assessorado. Segundo Margarida Kunsch (2003), os desafios da contemporaneidade têm promovido novas posturas das organizações. Esse comportamento organizacional é pautado no relacionamento social e dentro da própria organização.

A comunicação passa a exercer importante papel no estabelecimento de canais efetivos com os diversos segmentos relacionados à organização, sendo então responsável pela sinergia das ações organizacionais. É por meio da comunicação que se consegue estreitar os laços do seu discurso com o ambiente circunstante, favorecendo assim a construção de imagem, reputação, credibilidade e legitimidade junto a seus públicos. Gaudêncio Torquato (1986, p. 57) assinala que

toda organização depende, para seu crescimento, da manutenção da confiança na sua integridade e na coerência de sua política e atuação. Seja no que diz respeito ao seu pessoal, seja no que diz respeito aos clientes, fornecedores e acionistas. E isto só se consegue com um programa de comunicações.

Na literatura da área, o objeto das assessorias de comunicação, portanto, parece bem definido, mas, como ressalta Foucault (1987), as regras impostas por uma *formação discursiva* para a definição dos objetos podem mudar. Desse modo, teriam as assessorias de comunicação das instituições de ensino superior alguma especificidade?

No entendimento de Cláudio Moraes, assessor de comunicação da instituição, o objeto do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA é o intercâmbio de informações para a prestação de contas com a sociedade. Para ele, esse aspecto é o que diferencia o trabalho em assessoria de comunicação de instituições públicas, independente da área fim.

Tem recurso público investido. Então, há o dever de prestar conta de como esse recurso está sendo aplicado. Aqui, vem recursos para ensino, pesquisa e extensão. Então, é primordial que haja esse intercâmbio de informações em relação ao que está sendo produzido dentro da instituição. Não como *marketing*, não como propaganda, mas o que está sendo feito com os recursos públicos que vêm pra cá, que são injetados aqui na instituição (ENTREVISTA)³⁶.

³⁶ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

O gestor da Comunicação do Instituto Federal do Maranhão entende que a divulgação científica está condicionada pela necessidade de informar como os recursos destinados à pesquisa estão sendo aplicados. Em sua fala, não aparece como atribuição ou objeto próprio da assessoria de comunicação de instituições de ensino superior a difusão e democratização dos conhecimentos produzidos no IFMA. Quando se refere à democratização das informações, restringe-se ao compromisso de levar à sociedade quais pesquisas estão sendo realizadas com o dinheiro público investido.

Vêm recursos para investir a pesquisa; para favorecer, implementar ou ampliar as pesquisas. Aqui no IFMA, vem recursos para poder realizar pesquisas tanto no ensino médio quanto na graduação e na pós-graduação, em todo o Estado [...]. Tem a obrigação de a instituição divulgar o que está sendo feito com esse recurso, com resultados práticos, com as pesquisas que estão sendo produzidas [...]. Se vêm para pesquisa, o resultado dos recursos públicos, dos investimentos, tem que se mostrar para a sociedade. (ENTREVISTA)³⁷.

Entre os dias 1º e 03 de dezembro de 2010, representantes dos diversos segmentos do IFMA reuniram-se para votar e aprovar o Regimento Geral da instituição. Em seu artigo 59, o documento prevê uma Coordenadoria de Divulgação Científica como parte da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação. Mais adiante, no artigo 64, estabelece as competências da coordenadoria:

- I- fornecer orientação e apoio aos *campi* nos encaminhamentos necessários à publicação de trabalhos científicos;
- II- organizar as informações visando à divulgação interna e externa dos periódicos científicos institucionais, em articulação com a Coordenação de Comunicação e Eventos;
- III- divulgar as chamadas para recebimento dos trabalhos submetidos a revista científica institucional;
- IV- acompanhar as publicações nacionais e internacionais de servidores e discentes do Instituto Federal do Maranhão;
- V- coordenar o Programa Institucional de Apoio à Divulgação Científica; e
- VI- gerenciar a página eletrônica da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação.

De acordo com Cláudio Moraes, mesmo previsto no Regimento Geral, a coordenadoria ainda não foi implantada. A constituição de departamento próprio para tratar da divulgação científica seria o ideal nas instituições de ensino superior. Mas chama a atenção as atribuições postas no documento, que se referem muito mais à disseminação científica (comunicação de ciência voltada para público especializado) do que de divulgação.

³⁷ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

Outro aspecto apontado pelo assessor do IFMA é a inexistência do Departamento de Comunicação e Eventos no Regimento Geral, demonstrando que a comunicação ainda não é reconhecida como política da instituição. Ela é feita de forma aleatória, sem planejamento e definição de atribuições e de diretrizes a serem tomadas, principalmente no que se refere à divulgação científica.

A PRPGI faz referência em auxiliar a comunicação na divulgação científica, mas a própria assessoria de comunicação não está prevista nos documentos oficiais do instituto, apesar de na parte orçamentária haver previsão de um cargo de chefia, os profissionais estarem lotados, mas no organograma da instituição, oficialmente, nem existe assessoria de comunicação. Existe um descompasso aí entre a realidade que está no papel (ENTREVISTA)³⁸.

Percebemos justaposição de objetos no Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA: um mais próximo daquilo que é materializado – no caso, a prestação de contas; e outro previsto nos documentos da Instituição, mas não cumprido. Embora não apareça na fala do chefe do Departamento, podemos elencar, ainda, como objeto do setor, a promoção de eventos, que transita entre aqueles de cunho científico e outros de caráter administrativo ou institucional.

Para Foucault (1987), os objetos de uma prática discursiva estão no limite do discurso. É necessário, desse modo, ir além dele e entender as relações que tornam possível falar ou não sobre determinado assunto; são essas relações que caracterizam uma prática discursiva, mas sem marcas definitivas, a exemplo do que sugere Fairclough (2001). O objeto das formações discursivas pode mudar.

A Comunicação, como instância maior de delimitação desses objetos, é tensionada também por outros campos. A presença do Direito nos parece o mais evidente, o que pode ser explicada pela formação do gestor do departamento, que é também advogado. Esse aspecto talvez influencie a percepção do órgão de comunicação do Instituto como espaço de prestação de contas com a sociedade dos recursos públicos aplicados em suas pesquisas e demais ações.

Os tipos de enunciação do jornalismo e das relações públicas dialogam e ajudam a constituir o objeto de uma assessoria de comunicação. Nas relações públicas, são planejadas estratégias de promoção da imagem institucional; o discurso jornalístico, por sua vez, assume, nesse cenário, papel estratégico para conferir valor de verdade ao que é enunciado. É nesse

³⁸ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

feixe de relações que entendemos se basear o trabalho do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA, ao agrupar diferentes objetos, mas com propósitos mais de promoção da instituição do que de divulgação científica.

Em sua grade de especificações, salta aos olhos o interesse de democratizar o acesso ao que se produz com os investimentos públicos na instituição, embora o material jornalístico produzido pela Instituição, como poderá ser visto nas análises do próximo capítulo, deixe de apresentar dados que levem o público a ter conhecimento sobre os valores empregados no ensino, pesquisa e extensão.

4.2.3 Posição dos sujeitos no discurso do IFMA

O entendimento das condições sociais em que ocorre a produção, circulação e consumo do discurso indica, segundo Foucault (apud Fairclough, 2001), como são constituídos e quais posições ocupam os sujeitos que enunciam e, também, aqueles a quem o discurso é destinado. É o que o autor entende por *modalidades enunciativas*. Passamos, desse modo, a buscar as *modalidades enunciativas* a que recorrem as instituições pesquisadas, para compreendermos a posição dos sujeitos no discurso do jornalismo científico.

De acordo com Cláudio Moraes, os critérios para definição de pautas e abordagem são estabelecidos por cada jornalista da equipe, de maneira autônoma e a partir da experiência acumulada. Ele se refere aos profissionais que ingressaram no Instituto, por meio de concurso público, em 2009 e 2010. Desde esse tempo, a equipe trabalha sem política ou plano de comunicação que oriente sua produção jornalística.

Estou herdando uma equipe de trabalho de três anos, mas aqui todo mundo tem uma autonomia muito grande no seu trabalho. Tem uma responsabilidade muito grande em cima desses profissionais. Todos trabalham basicamente com rotinas já preestabelecidas ao longo desses três anos, mas todo mundo é responsável por aquilo que faz (ENTREVISTA)³⁹.

O que ocorre, a nosso ver, é autocensura, direcionada pela prática diária. O gestor da comunicação do IFMA também atribui a falta de sistematização ao pouco tempo de gestão do novo reitor, Roberto Brandão, e à burocracia do setor público. Ele procura preencher essa lacuna promovendo reuniões com as equipes, para estabelecer ações pontuais de

³⁹ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

comunicação. Mas, ainda em 2013, Cláudio Moraes diz querer conduzir a elaboração da política de comunicação do IFMA. Em sua opinião, esse documento deve ser pautado em valores de transparência e democracia.

A comunicação não pode ser simplesmente ditada pelo gestor da instituição. Ela não pode ser ditada pelo corpo que dirige a instituição. A instituição, sendo pública, é formada pelos estudantes, pelos servidores e sociedade. A nossa visão, enquanto gestor da comunicação do IFMA, é trabalhar, mas isso vai ser definido quando estiver trabalhando a política de comunicação, a implantação de uma política de comunicação transparente e democrática, em que todos possam ter vez e voz, de alguma forma, com um conselho de comunicação. Mas é algo que ainda vai ser gerido, discutido (ENTREVISTA)⁴⁰.

Apesar de seu discurso ressaltar os aspectos de democratização, Cláudio Moraes tem consciência de que esses princípios ainda não se aplicam plenamente nos espaços de fala do IFMA. Para ele, a instituição ainda sofre impactos da Ditadura Militar, época em que os gestores eram nomeados por indicação do governo. “Existe toda uma herança cultural de não dar satisfação à sociedade. Isso precisa ser modificado”⁴¹.

Questionado sobre a interferência do reitor na definição de pautas, Cláudio Moraes foi enfático ao dizer que “de forma alguma” há. Segundo ele, a reitoria ainda não deu orientação formal sobre a atuação da comunicação; houve apenas uma conversa na qual o reitor Roberto Brandão pediu mais “constância nas informações e democratização dos espaços para todos”⁴².

Na produção de matérias jornalísticas sobre CT&I, o assessor do IFMA diz que a demanda parte dos próprios pesquisadores. O Departamento de Comunicação e Eventos não dispõe de banco de dados sobre pesquisa na instituição e, por isso, espera ser acionada por quem queira divulgar seu trabalho. Normalmente, os sujeitos a ganhar espaço de fala são os professores que participam de eventos científicos ou que tenham artigos publicados em revistas indexadas.

Os critérios para cobertura dos eventos locais não ficaram claros. Perguntado sobre isso, o assessor pediu para interromper a gravação da entrevista e pediu colaboração aos demais jornalistas. Sem gravar a conversa, os demais colegas apontaram disponibilidade de equipamento (câmera fotográfica) ou tempo, mas nos pareceu implícitos outros critérios. Fica claro, entretanto, que há recorrência de pesquisadores a ocupar a pauta no *site* do IFMA, neste

⁴⁰ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

⁴¹ Entrevista concedida em 14 de fevereiro de 2013.

⁴² Entrevista concedida em 14 de fevereiro de 2013.

trecho: “Nesses três anos, já sabemos quais são os pesquisadores que, pelo menos em São Luís, têm um pouco mais de trabalhos realizados, notoriedade perante o próprio Instituto Federal”⁴³.

Como o IFMA passou recentemente por eleições para os cargos de diretores de *campus* e de reitor, Cláudio Moraes nega que os candidatos da oposição tenham perdido espaço.

A assessoria de comunicação é da instituição. É assessoria de comunicação do IFMA, não é assessoria de comunicação do reitor. O reitor passa e a instituição fica. Então, é importante que todo mundo tenha espaço, seja apoiador ou não do reitor. Tenha sido ou não parceiro dele nas eleições. Que o critério seja técnico (ENTREVISTA)⁴⁴.

Pela localização do Departamento de Comunicação e Eventos em São Luís, os pesquisadores dos *campi* do interior recebem atenção desigual. Na maioria dos casos, quando é veiculada alguma matéria tendo como sujeitos esses pesquisadores, a iniciativa parte deles, por *e-mail* com informações sobre suas pesquisas.

Ao analisar as *modalidades enunciativas*, devemos ainda identificar os sujeitos aos quais o discurso é dirigido. Cláudio Moraes aponta que o foco da comunicação do IFMA são os estudantes e os servidores, universo bastante diversificado e complexo, considerando a variedade de modalidades e níveis de ensino oferecidos pelo Instituto. O gestor da comunicação reconhece essa complexidade.

Conversar e falar com o estudante do IFMA é muito difícil. É diferente das universidades, por exemplo, que têm a graduação e a pós-graduação. Temos um público de estudante muito grande. Quando falamos de servidor, temos o servidor técnico e tem o servidor professor. Acho que conseguimos nos conectar com os professores. Com o servidor administrativo, ainda falta essa aproximação maior (ENTREVISTA)⁴⁵.

Nessa lista, deixou de ser considerada a comunidade em geral. No *site* da instituição não são disponibilizados canais de interação com o público, que fica restrito ao *e-mail* do Departamento de Comunicação e Eventos, pelo qual são sugeridas pautas.

A entrevista com o gestor da comunicação do IFMA sugere que a instituição adota um modelo de comunicação unilateral, em que o público cumpre mero papel de receptor. A divulgação científica, por sua vez, além de pouco espaço no *site* do instituto, é feita sem

⁴³ Entrevista concedida em 14 de fevereiro de 2013.

⁴⁴ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

⁴⁵ Concedida em 14 de fevereiro de 2013.

planejamento, que se reflete na ausência de critérios claros. Ganham espaço os sujeitos (pesquisadores) que já têm relacionamento mais estreito com o Departamento.

Esses aspectos indicam que a divulgação de ciência, pelo jornalismo científico, quando ocorre, não é promovida em bases democráticas. Ainda, a divulgação institucional tem primazia sobre a divulgação do conhecimento produzido na instituição. A análise dos processos de produção, circulação e consumo sugere que o material jornalístico produzido pelo IFMA tem propósitos educativos pouco consistentes, salvo a preocupação em prestação de contas pelos recursos públicos investidos na Instituição.

4.3 Contexto de formação discursiva na UEMA

Da Federação das Escolas Superiores do Maranhão (FESM), criada pela Lei 3.260 de 22 de agosto de 1972, com o propósito de coordenar e integrar o sistema educacional superior do Estado, até então disperso, surgiu a Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). De acordo com histórico publicado no *site* da universidade, quatro unidades foram reunidas por meio da federação: Escola de Administração; Escola de Engenharia; Escola de Agronomia; e Faculdade de Caxias. Três anos mais tarde, foi incorporada a Escola de Medicina Veterinária de São Luis, e em 1979, a Faculdade de Educação de Imperatriz.

Mas a transformação em UEMA somente aconteceu 1981, pela Lei nº 4.400, de 30 de dezembro, e seu funcionamento foi autorizado pelo Decreto Federal nº 94.143, de 25 de março de 1987. A universidade é uma Autarquia de regime especial, pessoa jurídica de direito público, na modalidade *multicampi*. Atualmente, está dividida assim:

AÇAILÂNDIA	Centro de Estudos Superiores de Açailândia - CESA
BACABAL	Centro de Estudos Superiores de Bacabal - CESB
BALSAS	Centro de Estudos Superiores de Balsas - CESBA
BARRA DO CORDA	Centro de Estudos Superiores de Barra do Corda – CESBAC
CAROLINA	Centro de Estudos Superiores de Carolina - CESA
CAXIAS	Centro de Estudos Superiores de Caxias - CESC
CODÓ	Centro de Estudos Superiores de Codó - CESC
COELHO NETO	Centro de Estudos Superiores de Coelho Neto - CESC
COLINAS	Centro de Estudos Superiores de Colinas - CESC
GRAJAÚ	Centro de Estudos Superiores de Grajaú - CESC
IMPERATRIZ	Centro de Estudos Superiores de Imperatriz - CESC
ITAPECURU – MIRIM	Centro de Estudos Superiores de Itapecuru - Mirim – CESC
LAGO DA PEDRA	Centro de Estudos Superiores de Lago da Pedra - CESC
PEDREIRAS	Centro de Estudos Superiores de Pedreiras - CESC
PINHEIRO	Centro de Estudos Superiores de Pinheiro - CESC
PRESIDENTE DUTRA	Centro de Estudos Superiores de Presidente Dutra - CESC

SANTA INÊS	Centro de Estudos Superiores de Santa Inês - CESSIN
SÃO JOÃO DOS PATOS	Centro de Estudos Superiores de São João dos Patos – CESJOP
SÃO LUÍS	Centro de Ciências Agrárias - CCA
	Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
	Centro de Educação, Ciências Exatas e Naturais - CECEN
	Centro de Ciências Tecnológicas - CCT
TIMON	Centro de Estudos Superiores de Timon - CESTI
ZÉ DOCA	Centro de Estudos Superiores de Zé Doca - CESZD

Quadro 02: Campi da UEMA (Fonte: Site da UEMA)

Com a reorganização estrutural do Estado, em 2003, a UEMA passou a fazer parte do chamado Sistema Estadual de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, vinculada à atual Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Desenvolvimento Tecnológico (SECTEC).

O reitor da UFMA, José Augusto Silva Oliveira, está exercendo o terceiro mandato. Nas eleições de 2010, a eleição que o reconduziu ao cargo chegou a ser anulada pelo desembargador Raimundo Melo, do Tribunal de Justiça do Maranhão. A decisão foi motivada por mandado de segurança impetrado pela concorrente, professora Iva Souza da Silva, questionando o ato de nomeação do atual reitor e do vice, Gustavo Pereira da Costa. A candidata da oposição alegou que José Augusto Silva Oliveira já teria ocupado por duas vezes seguidas a Reitoria e, por isso, seria vedado um terceiro mandato subsequente.

Mas a situação foi revertida no dia 27 de janeiro de 2011, quando o presidente do Tribunal de Justiça, desembargador Jamil Gedeon, derrubou a liminar que anulava a eleição e nomeações dos professores José Augusto Oliveira e Gustavo Costa. Os argumentos apresentados pela Procuradoria Geral do Estado, que defendeu o reitor, entendeu que sua primeira investidura no cargo foi em substituição ao ex-reitor Waldir Maranhão, afastado para disputar as eleições para deputado. Na avaliação do desembargador, somente em julho de 2006, José Augusto figurou na lista tríplice para o cargo de reitor, decorrente de eleição. Em 2010, portanto, candidatou-se à reeleição.

Na posse, José Augusto Oliveira defendeu, em seu pronunciamento, que a pós-graduação e a pesquisa fossem impulsionadas na universidade, como forma de contribuir com o Governo do Estado na geração de empregos e riquezas. A UEMA trabalhou, em 2009, ano a que tivemos acesso, com um orçamento de R\$ 155.123.771,92⁴⁶.

⁴⁶ Fonte: <http://www.proplan.uma.br/documentos/RELA%C3%87%C3%83O%20DOS%20PROJETOS%20ATIVIDADES%20E%20FONTE%20DE%20RECURSOS%20PARA%20O%20EXERC%C3%8DIO%20DE%202010.pdf>

4.3.1 Políticas de pesquisa da UEMA

As políticas de pesquisa da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA) são conduzidas pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PPG). Atualmente, o pró-reitor é o professor Porfírio Candanedo Guerra. Procuramos dados e informações sobre o ambiente da pesquisa da universidade, mas encontramos poucos números disponíveis no *site* da Instituição e as perguntas direcionadas à Assessoria de Imprensa sobre esses indicadores não foram respondidas.

Pudemos levantar a quantidade de bolsas oferecidas aos alunos de Iniciação Científica pelo CNPq, FAPEMA e pela própria UEMA. A distribuição no ano de 2013 está exposta no quadro abaixo:

BOLSAS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA	
CNPq	57 bolsas
FAPEMA	101 bolsas
UEMA	120 bolsas
Total	278 bolsas

Quadro 03 – Bolsas concedidas pela UEMA (Fonte: *Site* da PPG/UEMA)

Na universidade, estão em funcionamento os mestrados em Ciência Animal, Agroecologia, Desenvolvimento Socioespacial e Regional, Engenharia da Computação e Sistema e Recursos Aquáticos e Pesqueiros. Há, ainda, o registro de 10 cursos de Especialização, entre 2009 e 2011.

O quadro docente é formado por 320 professores mestres e 198 doutores. Tomando esses números e relacionando com a quantidade de projetos de iniciação científica, podemos afirmar que a UEMA tem configurado um campo de produção de CT&I, o que favorece a produção de jornalismo científico, com o propósito de partilha com a sociedade do conhecimento gerado por seus pesquisadores.

4.3.2 Divulgação de ações da Universidade: o objeto da UEMA

A entrevista com o chefe da Assessoria de Imprensa da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), o jornalista Alcindo Barros, precisou ser realizada por *e-mail*, em razão das reiteradas tentativas de agendamento sem sucesso. No cargo há 19 anos, ele foi pouco preciso ao dizer que a função da assessoria é “divulgar as ações da universidade, no que tange ao ensino, pesquisa e extensão”.

Analisando a superfície do discurso, à procura do objeto da comunicação da UEMA, identificamos logo que a promoção institucional, nos moldes tradicionais daquilo que se conceitua como assessoria de imprensa, é o que fundamenta sua atuação. Para isso, divulga qualquer tipo de informação “sem ordem de prioridade”.

Em geral, as notícias são produzidas visando à veiculação no *site* da Instituição (www.uema.br) e nos demais meios de comunicação institucionais, bem como à sua projeção na mídia. Mesmo com a equipe formada por profissionais de diversas habilitações (três jornalistas, uma radialista e uma relações públicas), Alcindo reconhece que o trabalho do setor se limita à produção de material jornalístico (assessoria de imprensa).

Na verdade, nós ainda não somos uma Assessoria de Comunicação. Somos uma Assessoria de Imprensa, tendo em vista não termos formado um Núcleo de Comunicação para trabalharmos com áreas como: Cerimonial, Relações Públicas, Rádio e TV, que poderiam alcançar um universo maior na comunicação acadêmica (BARROS, 2013).

Para a cobertura jornalística, os 24 centros, dos 21 *campi* da universidade, e mais cinco pró-reitorias foram divididos entre os profissionais. A proposta, segundo Alcindo Barros, é gerar notícias nas diferentes áreas de conhecimento em que a UEMA atua. “Com isso, todos os departamentos, cursos, coordenações e núcleos estão contemplados com a presença de nossas lentes”.

O profissional designado para cada um desses setores da instituição fica responsável por identificar os acontecimentos que podem ser transformados em notícia, tendo como principal critério o interesse do público interno da UEMA. “Para o *site*, vão todas as matérias escritas que consideramos que sejam de interesse da comunidade universitária” (BARROS, 2013).

Questionado sobre a existência de plano de comunicação, Alcindo respondeu que o grande projeto da Assessoria de Imprensa é “divulgar os setores produtivos da Instituição”, com especial atenção “para a área científica, um campo que a universidade se identifica muito bem, pelo excelente trabalho que desenvolve”. Ainda que em sua fala fique implícita a preferência pela cobertura de ciência, já que esse aspecto ganharia mais relevo, o assessor afirmou não haver política específica de divulgação científica. “Existe, sim, uma política de divulgação de tudo” (BARROS, 2013).

Na perspectiva da divulgação científica enquanto objeto da assessoria, Alcindo Barros chega a se contradizer, dando sinais até de desconhecimento dos debates que envolvem a produção, circulação e consumo de bens simbólicos elaborados pelo setor de comunicação de uma universidade. Na entrevista, o assessor ressaltou que, dentre a gama de acontecimentos da UEMA, aqueles que se tornam notícias não têm como critério de noticiabilidade o contexto científico.

As notícias que divulgamos não são elaboradas especificamente sobre esse tema. Há uma diversidade muito grande de informações que construímos na UEMA sem pensar no contexto da CT&I (BARROS, 2013).

É estranho pensar que uma equipe de comunicação, tendo à frente um profissional com quase duas décadas de casa, tenha deixado de ampliar seu horizonte de atuação, mesmo que fosse para favorecer posicionamento de imagem mais positivo de uma instituição que produz pesquisas científicas de grande relevância para o Maranhão. A divulgação de CT&I, se não for percebida como objeto de responsabilidade das universidades públicas, que precisam devolver à sociedade o conhecimento que produzem, deveria pelo menos ser vista como estratégica para a formação/manutenção de conceito frente aos seus públicos.

Em relação à UFMA e ao IFMA, a situação da UEMA parece bem mais preocupante, considerando que a afirmação de não se “pensar no contexto da CT&I” leva a concluir não haver qualquer interesse em partilhar o saber produzido na universidade, mas puramente trabalhar pela promoção institucional.

Mesmo assim, Alcindo Barros acredita que o material produzido pela Assessoria de Imprensa é educativo e contribui para a democratização do conhecimento, embora não atribua essa função ao *site*, e sim ao jornal *UEMA Notícias*.

O nosso jornal *UEMA Notícias* é um veículo de comunicação que as pessoas gostam. Temos uma diversidade de conteúdo no contexto acadêmico. O nosso caderno de cultura, por exemplo, faz muito sucesso no meio da comunidade, porque sempre trazemos uma novidade, quando se trata de informação (BARROS, 2013).

Uma breve inspeção no *site* da instituição comprova a falta de prioridade para o jornalismo científico, aspecto que será mais bem explicitado no próximo capítulo. Mas aqui adiantamos a constatação de que as publicações noticiam, em sua maioria, eventos, programas institucionais e convênios, dando sinais claros de que o objeto da Assessoria de Imprensa da UEMA é a promoção institucional.

4.3.2 Posição dos sujeitos no discurso da UEMA

No que se refere à constituição e posicionamento dos sujeitos, pelo discurso da Assessoria de Imprensa da UEMA, percebemos que no regime das enunciações da universidade ganha *status* de fonte todo aquele estudante, professor, pesquisador ou gestor responsável por algum trabalho revertível em imagem/conceito positivo para a Instituição.

Segundo Alcindo Barros, os pesquisadores contribuem na definição de pautas para a cobertura de ciência, tecnologia e inovação, encaminhando sugestões à Assessoria. Na avaliação do jornalista, a relação entre repórteres e pesquisadores é muito boa. Questionado se o material produzido é previamente revisado pelo pesquisador, ele respondeu que às vezes.

O chefe da Assessoria de Imprensa disse, ainda, que não há interferência da Reitoria na determinação do que vai ser falado ou de quem vai tomar lugar nos meios de comunicação da universidade. A diretriz que a equipe segue, de acordo com Alcindo Barros, diz respeito ao bom cuidado com a informação. “Todo e qualquer trabalho que fazemos, seja com quem for, ou assunto que for, a orientação é de que seja realizado com qualidade” (BARROS, 2013).

Na entrevista concedida pelo assessor da UEMA, percebemos que a possível falta de interferência do gestor maior nos assuntos de comunicação seja provocada pela condução dos trabalhos sem planejamento e sem definição sistemática das atribuições e critérios para o discurso da universidade. A comunicação, ainda que feita para promoção institucional, parece não ter papel estratégico. O fato de ter o mesmo profissional atuando há 19 anos na chefia da Assessoria sugere-nos que as regras são estabelecidas pela experiência e repassadas aos novos profissionais nas relações cotidianas da rotina produtiva.

Como sujeitos dessa formação discursiva, os profissionais que atuam na Assessoria de Imprensa têm, de acordo com informação de Alcindo Barros (2013), autonomia para definir o que pode ser pautado.

Temos liberdade para divulgar a universidade. A orientação é que as notícias sejam fundamentadas, e que procedam de temas consistentes, visando ao crescimento acadêmico e profissional dos que fazem a academia.

Talvez seja limitador, no que tange à cobertura mais refinada de CT&I, esses profissionais não terem formação mais específica em jornalismo científico. No momento da preparação profissional, o contato com essa abordagem cheia de peculiaridades restringe-se à disciplina eletiva oferecida nas faculdades de Jornalismo e, depois, à prática no mundo do trabalho, sem que haja formação continuada. Ressaltamos, ainda, que alguns dos profissionais que atuam na Assessoria de Imprensa da UEMA são formados em outras habilitações, mas exercem a função de repórter.

Outra resposta do assessor da universidade, exposta abaixo, aponta-nos, também, os sujeitos com quem a UEMA intenta se comunicar. O público alvo parece ser a comunidade acadêmica, prioritariamente, visto que o interesse é o seu crescimento. Mas Alcindo Barros (2013) amplia esse universo, considerando a possibilidade de acesso, sem fronteiras, para aqueles que utilizam a Internet.

Temos um público muito grande, que é o mundo inteiro que nos acessa – os navegadores do *site* –, mas nossos mais preciosos leitores são as comunidades universitárias dos diversos *campi* da UEMA.

A interação com esse público parece ser mínima e está condicionada à posição dos leitores como consumidores que elogiam aquilo que leram. “Recebemos correspondências elogiando nossas notícias e, em outros casos, os leitores oferecem informações” (BARROS, 2013). Prevalece, dessa maneira, o modelo de comunicação unilateral, visto que a UEMA é posicionada como emissora e o público como receptor. Os enunciados são produzidos para fazer crescer a comunidade acadêmica que os consomem, mas não os produz.

5 O JORNALISMO CIENTÍFICO DA UFMA, IFMA E UEMA

Os textos que analisamos, à luz da Teoria Social do Discurso, correspondem a “um conjunto de ‘traços’ do processo de produção, ou um conjunto de ‘pistas’ para o processo de interpretação” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 109). Neste estudo, buscamos marcas discursivas nas matérias publicadas nos meses de maio/2012 e novembro/2012, nos *sites* da UFMA, IFMA e UEMA.

O material coletado será analisado seguindo a proposta da Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO), que nos leva a correlacionar prática discursiva, prática social e texto.

Para este ponto da pesquisa, tomamos, ainda, como suporte o protocolo de Análise de Conteúdo construído pela Rede Ibero-Americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico. Criada em 2009 por pesquisadores de dez países, a rede elaborou o protocolo considerando diferentes contextos jornalísticos, como estratégia para gerar dados comparáveis. Seu foco são os telejornais. Mas, com adaptações, o roteiro pode ser perfeitamente aplicado a outros suportes comunicacionais. É o que faremos.

Pelo protocolo, foram estabelecidos os critérios para que uma notícia seja considerada de ciência.

A matéria jornalística deveria atender pelo menos a um dos seguintes pré-requisitos: mencionar cientistas, pesquisadores, professores universitários ou especialistas em geral (desde que aparecessem vinculados a uma instituição científica e comentassem temas relacionados à ciência) ou mencionar instituições de pesquisa e universidades; mencionar dados científicos ou resultados de investigações; mencionar política científica; ou tratar de divulgação científica (MASSARANI; RAMALHO, 2013, p. 12).

Adotamos essas coordenadas para selecionar o *corpus* de análise em nosso estudo. A partir dessa seleção, procederemos à análise do material, seguindo esse protocolo, mas sempre o correlacionando às categorias da Análise de Discurso usadas nesta pesquisa. Nossa proposta é avaliar aspectos quantitativos, obtidos com as variáveis propostas no protocolo da Rede Ibero-Americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico, e enriquecer o exame da *formação discursiva* da UFMA, IFMA e UEMA com a investigação qualitativa dos textos, tomando como base as categorias da Análise de Discurso. Articulamos essas categorias da seguinte maneira:

Categorias da Análise de Discurso	Categorias do Protocolo (Conteúdo)
<i>Formação dos Objetos</i>	<i>Características Gerais</i> (tema e data de publicação); <i>Relevância</i> (espaço ocupado pela matéria); <i>Narrativa</i>: com o enquadramento, busca-se identificar o elemento central (ou elementos centrais) da narrativa e suas argumentações.
<i>Modalidades Enunciativas</i>	<i>Principal área de conhecimento</i>; <i>Autores, fontes e vozes</i>; <i>Localização geográfica</i> do evento científico ou objeto de pesquisa, dos pesquisadores/instituições envolvidos no estudo.

Quadro 04 – Categorias de análise

Na etapa final da análise, utilizaremos as categorias da *formação dos objetos*, visando observar a interdiscursividade entre jornalismo científico e as práticas discursivas institucionais. Por fim, traremos à tona as demais temáticas que ocupam espaço na enunciação das três instituições, objetivando analisar a *formação das estratégias* discursivas e sua relação com as ideologias e interesses hegemônicos da UFMA, IFMA e UEMA.

5.1 Presença do Jornalismo Científico

Como mencionado, escolhemos dois meses do ano de 2012 (maio e novembro), intercalando entre eles seis meses, para coletar as matérias que nos serviram como objeto empírico na análise quantitativa e qualitativa da cobertura de ciência, tecnologia e inovação na UFMA, IFMA e UEMA.

A primeira amostra do nosso *corpus* de análise foi extraída do mês de maio de 2012. No período, a Assessoria de Comunicação da UFMA publicou 127 matérias sobre os mais diferentes assuntos. Desse total, apenas dez eram de jornalismo científico. O Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA, por sua vez, postou 178 matérias, dentre as quais somente seis divulgavam pesquisa científica ou assunto relacionado às políticas de CT&I. Já a Assessoria de Imprensa da UEMA produziu 79 matérias e manteve o mesmo número de publicações de jornalismo científico do IFMA, seis.

Em termos percentuais, entretanto, observamos que o IFMA foi a instituição que menos deu espaço à cobertura de CT&I, ocorrendo em somente 3% dos casos. A UFMA e UEMA alcançaram a 7% de matérias de jornalismo científico no mês de maio. Foram enquadradas como notícias de ciência aquelas que atenderam aos critérios citados no início deste capítulo. Excluímos as matérias que anunciavam inscrição ou apresentavam programação de eventos acadêmico-científicos, por considerarmos que essas notas ou notícias se enquadram mais na categoria de jornalismo de serviço, atendendo ao propósito de agendar a comunidade acadêmica, em vez de divulgar conhecimento científico produzido na instituição.

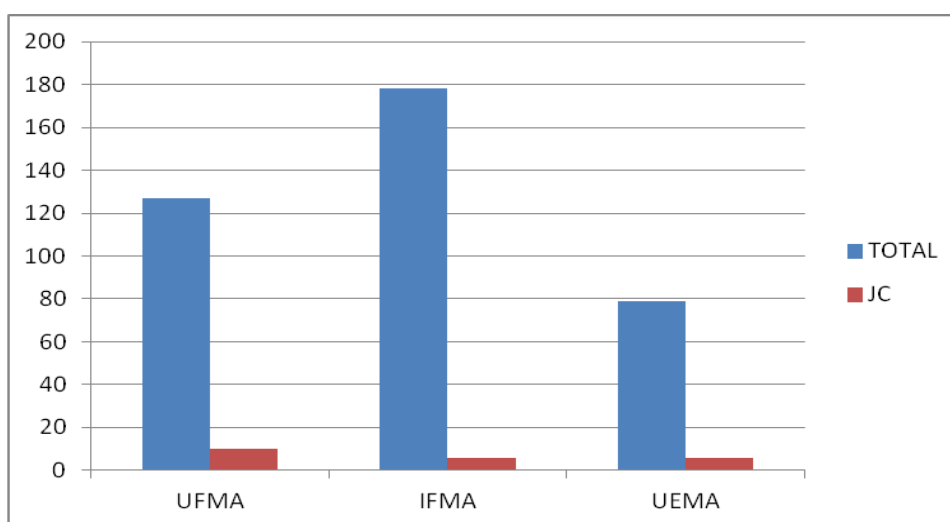


Gráfico 01 – Relação entre matérias gerais e JC no mês de maio/2012

A segunda amostra do nosso *corpus* de análise foi extraída do mês de novembro de 2012.

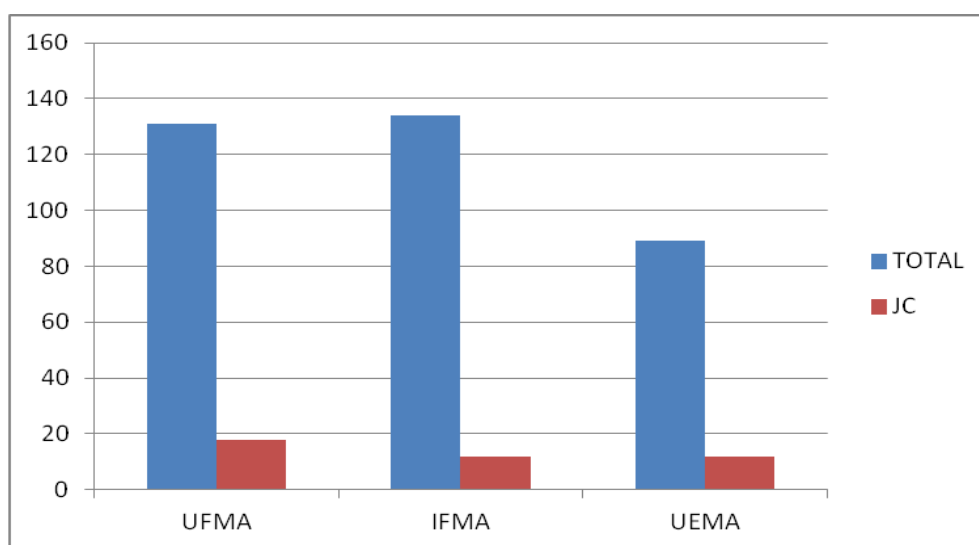


Gráfico 02 – Relação entre matérias gerais e JC no mês de novembro/2012

No gráfico, podemos observar ligeira melhoria na relação entre a quantidade de matérias de jornalismo científico e o total de notícias publicadas no mês. A UFMA produziu 131 matérias, dentre as quais 18 noticiavam ciência. No IFMA, foram publicadas 134 matérias e 12 eram de jornalismo científico, enquanto a UEMA postou 89 notícias e 12 cobriam CT&I.

As três instituições aumentaram o percentual de jornalismo científico. A UFMA e a UEMA destinaram 12% do espaço de notícias à cobertura de CT&I. Apesar do avanço, novamente, o IFMA foi a instituição que menos cobriu a temática, dedicando 8% do total de matérias ao jornalismo científico.

Os dados quantitativos já demonstram que o jornalismo científico não é prioridade nos departamentos que cuidam da divulgação da UFMA, IFMA e UEMA, corroborando a análise que fizemos da *formação dos objetos* a partir das entrevistas com os gestores de comunicação, apresentada no capítulo 3. Mais adiante, vamos observar como essa situação se desdobra nos textos. Inicialmente, faremos a descrição de cada um dos *sites*, para, em seguida, procedermos à Análise de Discurso das matérias de jornalismo científico.

5.2 Estrutura dos sites da UFMA, IFMA e UEMA

O *site* da UFMA (www.ufma.br) foi reformulado em 2013, pouco tempo depois da coleta de nosso material empírico. No novo formato, o fundo da página inicial é branco e contrasta com os espaços destinados à marca da universidade, às caixas nas quais são postados *banners* de eventos e às de notícias, editais, eventos e resultados.

No topo, ao lado do brasão da UFMA e do nome Universidade Federal do Maranhão, estão ícones que favorecem o acesso a pessoas com deficiências de visão. Logo abaixo, está o *menu* (índice) em linha horizontal, com os seguintes *links*: Instituição, Ensino, Pesquisa, Extensão, Documentos e Serviços. Cada um deles dá acesso a outros *links*, que aparecem em *flash* ao passarmos o *mouse* sobre o nome.

O corpo da página tem em destaque uma caixa contendo dez *banners* que se alternam com efeito de animação. O usuário tem a possibilidade de passá-los usando as setas que ficam ao lado das imagens ou nas bolinhas postas abaixo. Os *banners* possuem *hiperlinks* que direcionam o internauta a outras páginas relacionadas ao que é anunciado na imagem. Em seguida, ainda no corpo da página, ficam caixas que o usuário pode alternar, para acessar as

seções Notícias, Editais, Eventos e Resultados. Ao lado, foram disponibilizados os ícones de redes sociais, que permitem interatividade (*Facebook, Twitter, Youtube*) e há o recurso de RSS, que dispõe o resumo das notícias no *feed* do internauta que o cadastrar.

No lado direito, ficam *links* para os Sistemas SIG: SIGRH, SIPAC e SIGAA, além do *menu* para acesso rápido: Processos, Biblioteca, E-mail, Fax Virtual, Telefones, Restaurante, Calendário Acadêmico. Mais embaixo, ficam seções divididas de acordo com o tipo de usuário: Público (Autenticação de Documentos, Acesso/Ingresso, Ouvidoria, Concursos, Cursos de Graduação, Cursos de Pós-Graduação, Acesso à Informação e Contatos); Servidores (Manual dos Sistemas SIG, Manual do Servidor, Extrato do RU, Lei 11.091 – TAE, Lei 7.596 – MS, Lei 11.784 – EBT e Calendário Acadêmico); e Alunos (Manual do SIGAA, Chefes/Coordenadores, Iniciação Científica, Extrato RU, Calendário Acadêmico, Oferta de Turmas, Estrutura Curricular e Departamentos Acadêmicos).



Figura 02 – Página inicial do portal da UFMA

No final da página, aparece outra caixa horizontal com *banners* de instituições ou serviços ligados à vida acadêmica (CNPq, Capes, Portal de Periódicos, Cadastro do SIGAA, SiSU, Portal da Transparência, Acesso à Informação, Você Sabia?). A página é encerrada com um espaço destinado a vídeos e outros sites da UFMA: Pró-reitorias (PROGF, PROEN, PRH, PROEX e PPPG); Núcleos (NTI, NEAD, NAE, NIB e NEC); Rádio Universidade (Ouça ao Vivo, Programação, Top 106); e Outros (Hospital Universitário, Restaurante

Universitário, Rádio Universidade, Colégio Universitário e Prefeitura de Campus). Ao lado, estão informações de atendimento, endereço e como chegar.

A página é assinada como produção conjunta do Núcleo de Tecnologia da Informação e Assessoria de Comunicação da UFMA. Depois da reformulação, o *site* da UFMA ficou mais leve e dinâmico, facilitando a navegação. O aspecto gráfico priorizou o uso de seções, tornando mais prática a busca por informações, apesar da grande quantidade de conteúdo. A interação com os usuários pode acontecer pelas redes sociais ou pelos contatos disponibilizados.

Já a página inicial do IFMA (www.ifma.edu.br) é estruturada da seguinte forma: no topo, à esquerda, está a logomarca do Instituto, seguida do nome Reitoria, dando a impressão de que aquele espaço é destinado a informações específicas da gestão máxima da Instituição. Esse posicionamento é corroborado mais abaixo, quando se apresentam *links* para páginas específicas a cada *campus*. Na prática, porém, essa página termina por receber conteúdo de todas as unidades do IFMA.

Do lado direito, estão dispostos ícones de acessibilidade, mapa do *site*, canal de contato, RSS Feed e Twitter.



Figura 03 – Página inicial do Portal do IFMA

Um pouco abaixo, está disposto *menu* com os *links*: Instituto (no qual se pode acessar informações institucionais, como o histórico, organograma, normas e leis etc.); *Campi* (que dá acesso às páginas de cada *campus*); *Diretorias* (Diretoria de Gestão da Tecnologia da Informação; Diretoria de Desenvolvimento Educacional; e Diretoria de Educação a

Distância); Pró-Reitorias (Ensino; Extensão e Relações Institucionais; Pesquisa e Pós-Graduação; Gestão de Pessoas; e Planejamento e Administração); Acesso à Informação (onde podem ser encontradas leis que garantem o direito de se obter informações de órgãos públicos).

Em seguida, há espaço para busca no *site* e de acesso administrativo. Neste, os gerenciadores do *site* podem entrar com nome de usuário e senha, para lhes dar acesso à alimentação e gestão do conteúdo do Portal do IFMA. Ao lado direito, *banners* se movimentam com recurso de *flash*.

Na coluna da esquerda, ficam disponíveis *links* para acesso de Alunos, Ex-alunos, Servidor e Empresa. Mais abaixo estão os *links* Sistemas, Suap, Webmail, Licitações, Biblioteca, Lista Telefônica, Sistema Acadêmico, Notícias dos *Campi* e Revista *Acta Tecnológica*. Essa coluna encerra com a disposição dos editais e um *banner* que serve de *link* para Concursos e Seletivos, que se alternam em *flash*.

No espaço central, estão dispostas as notícias jornalísticas, que são objeto de nossas atenções nesta pesquisa. Há divisão entre Últimas Notícias e Notícias Estáticas. Na primeira página, é possível visualizar o título da matéria, parte do primeiro parágrafo, e, em alguns casos, há uma foto.

A composição estrutural da página inicial encerra com diversos *banners*, que dão acesso a programas de governo, banco de provas e à rádio *web* da Rede Federal. Ao final, está o nome completo da Instituição, endereço, telefone de contato e setor responsável pelo desenvolvimento do Portal do IFMA: DGTI.

Também foi escolhido um plano de fundo branco para o *site* da UEMA (www.uema.br). A página inicial é leve e traz no topo o brasão da instituição e o nome Universidade Estadual do Maranhão, seguido do *slogan* Realizando a Qualidade. Abaixo, fica o *menu*, disposto na horizontal, com os seguintes *links*: *Home*, Institucional, Graduação, Pós-Graduação, Programas Especiais, Processos Seletivos, Serviços e *Webmail*.

No corpo da página, fotos relacionadas às quatro últimas notícias alternam-se, automaticamente, em *flash* ou sob o comando do usuário, ao clicar um dos números abaixo das imagens. Do lado direito das fotos, fica disponível o *link* das matérias a partir de seus títulos ou no item Leia Mais. O internauta que quiser acessar as notícias anteriores pode clicar no *link* Mais Notícias.

A última coluna do lado direito contém a ferramenta de busca e as seções: Palavra do Reitor, Portal do Aluno (acesso restrito), Portal do Professor (acesso restrito) e Portal do

Servidor, com *hiperlink* que levam para outras páginas. A coluna tem, ainda, *links* para Sistema de Avaliação, Sistemas Internos, *Jornal da Uema News*, Licitação e Pregão, Normas de Graduação, Restaurante Universitário, Calendário Universitário, Biblioteca, UemaNet, Abruem, Cooperação Internacional, LabMet, Darcy Ribeiro, Núcleo de Inovação Tecnológica, Onde Estamos e Fale Conosco.

A UEMA não disponibiliza, em sua página na Internet, ícones que conduzam à interação pelas redes sociais. Para contato com a universidade, são informados os números de telefone, endereço e um formulário para quem desejar mandar sugestão ou retirar dúvidas.

Completa o corpo da página o espaço para oito *banners*, que se alternam em *flash* ou com o clique do usuário. A página se completa com um quadro para os editais, divididos em Gerais, PROG e PPG, além de espaço para os eventos e galeria de fotos.



Figura 04 – Página inicial do site da UEMA

Os *sites* dessas instituições são importantes mecanismos de comunicação com seus diferentes públicos. A organização das páginas demonstra a preocupação em disponibilizar informações de interesse de alunos, servidores administrativos, professores e público em geral. Parte dos serviços oferecidos atende às adequações exigidas pela Lei da Informação. Preocupamo-nos em traçar panorama dessas ferramentas, para melhor situar nosso objeto de

estudo, mas ressaltamos que nosso interesse é o campo da enunciação jornalística. Desse modo, atemo-nos à análise das publicações feitas nas seções de notícias desses sites.

5.3 Objetos e sujeitos do jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA

Buscamos identificar, no Capítulo 3, o objeto e os sujeitos nos discursos da UFMA, IFMA e UEMA, tomando como ponto de partida as entrevistas com os gestores da comunicação. No final deste capítulo, retomaremos essa discussão de plano mais geral dos discursos. Agora, nossas atenções se voltarão, especificamente, às matérias de jornalismo científico, também procurando observar sobre o quê e de quem falam as equipes de comunicação dessas instituições, quando o acontecimento em pauta é ciência, tecnologia e inovação.

5.3.1 Sobre o que se fala na UFMA

Na primeira amostra da nossa pesquisa, coletada no mês de maio/2012, no site da UFMA, encontramos os temas:

Título das matérias	Data de publicação
Professor da UFMA lança livro em Chapadinha	28/05/2012
Capes e CNPq reajustam quatro modalidades de bolsas	22/05/2012
Conheça o Projeto de Pesquisa em Agroecologia do CCAA	22/05/2012
Professor da UFMA de Imperatriz participa de publicação internacional	16/05/2012
Livro sobre Práticas Policiais Militares será lançado na UFMA nesta terça	14/05/2012
Lançamento do livro “Palmeiras do Maranhão (Onde Canta o Sabiá)”	14/05/2012
O conceito da maternidade como parte da natureza da mulher	13/05/2012
Segunda Licenciatura em Pedagogia defende trabalhos de conclusão de curso	09/05/2012
Alternativas sustentáveis	03/05/2012
Exploração Sexual Infantil é tema de pesquisa da UFMA	03/05/2012

Quadro 05 – títulos das matérias de JC no mês de maio/UFMA

No que respeita aos temas, o quadro acima sugere que parte considerável das matérias de CT&I publicadas na UFMA está relacionada a eventos. Neste período, em especial, as notícias estão associadas a lançamento de livros, o que ocorre em três das dez matérias produzidas (“Professor da UFMA lança livro em Chapadinha”, “Livro sobre Práticas Policiais Militares será lançado na UFMA nesta terça” e “Lançamento do livro ‘Palmeiras do Maranhão (Onde Canta o Sabiá)’”). As matérias, entretanto, pouco apresentam dos resultados e discussões das pesquisas que originaram as publicações. A proposta parece ser, simplesmente, a divulgação do lançamento enquanto evento da Instituição.

Essa abordagem se repete em outras matérias. O foco narrativo das notícias intituladas “Segunda Licenciatura em Pedagogia defende trabalhos de conclusão de curso” e “Alternativas Sustentáveis”, por exemplo, é a apresentação, no primeiro caso, de política adotada pela universidade para suprir necessidades da rede de ensino pública, e no segundo, a promoção do Núcleo de Biodiesel da UFMA. As pesquisas desenvolvidas pelos alunos do curso, que pareciam ser o centro da primeira matéria, se considerarmos o título, ficam em segundo plano. Do mesmo modo, as investigações de fontes de energia alternativas são suplantadas pela exaltação do laboratório onde são feitas as pesquisas. Em casos como o da matéria “Professor da UFMA de Imperatriz participa de publicação internacional”, explora-se de forma incipiente o conhecimento produzido na pesquisa, para dar destaque ao feito do pesquisador, que teve artigo aceito por revista científica internacional.

Da amostra do mês de maio, extraída do *site* da UFMA, três matérias são focadas no tema e não na promoção institucional. No artigo “O conceito da maternidade como parte da natureza da mulher”, produzido em alusão ao Dia das Mães, são abordadas as diferentes concepções de maternidade, mostrando o contraponto entre aspectos que remetem ao natural e às novas representações sociais da mulher. Já a matéria “Conheça o Projeto de Pesquisa em Agroecologia do CCAA” demonstra como podem ser aplicados os conhecimentos produzidos no estudo. Tratamento semelhante é dado à matéria “Exploração Sexual Infantil é tema de pesquisa da UFMA”, na qual se mostra o resultado dos levantamentos feitos por pesquisa que, aliada a um projeto de extensão, propõe políticas de enfrentamento à exploração sexual infantil no Maranhão. Neste caso, a matéria demonstra, inclusive, que o conhecimento científico pode extrapolar os muros da academia para gerar melhoria na vida em sociedade. No nosso entendimento, é esse enquadramento mais centrado no conhecimento e na argumentação de ideias que favorecem a educação por meio do jornalismo científico.

Nesse primeiro quadro, há, ainda, matéria sobre política de CT&I. Em “Capes e CNPq reajustam quatro modalidades de bolsas”, é anunciado o reajuste de bolsas destinadas aos

diferentes níveis de pesquisadores. Ao apresentar esse tipo de informação ao público, é possível despertar a atenção para o financiamento público das pesquisas científicas e inovações tecnológicas, bem como para a necessidade de que cada cidadão participe da definição de quanto será investido e em qual tipo de estudo.

Na amostra do mês de novembro encontramos as matérias de jornalismo científico indicadas com os títulos indicados no quadro abaixo.

Título da matéria	Data de publicação
Professor da UFMA de Pinheiro lança livro no I Simpósio de Geomorfologia Ambiental, em São Luís	03/11/2012
Aberto o XXIV Seminário de Iniciação Científica (SEMIC)	06/11/2012
Professores investem em produção científica sobre EaD	07/11/2012
Projeto de Pesquisa que avalia a qualidade de vida dos idosos é apresentado no SEMIC	07/11/2012
Conferência sobre Retrofit Hoteleiro abre a IV Semana do Hoteleiro na UFMA	09/11/2012
XXIV SEMIC encerrou com premiação a 51 bolsistas de Iniciação Científica	09/11/2012
Painel de Terapias Alternativas debate sobre Fitoterápicos	10/11/2012
Método Fílmico é discutido em Ciclo de Estudos na UFMA	13/11/2012
Encontro sobre questão agrária termina com conferência sobre educação no Campo	13/11/2012
Engenheiro da National Instruments Brasil faz palestra sobre o software LabVIEW	17/11/2012
Ocorre hoje o lançamento do livro “Severiano Marinheiro: a história incompleta”	27/11/2012
Série "Ganhadores do Prêmio Fapema 2012": Área biológicas recebe a categoria Dissertação de Mestrado	27/11/2012
Série “Ganhadores do Prêmio Fapema 2012”: pesquisa sobre Assoreamento em Ambientes Costeiros	28/11/2012
Grupo de pesquisa da UFMA utiliza borboletas para analisar impactos ambientais	29/11/2012
Série “Ganhadores do Prêmio Fapema 2012”: pesquisa sobre o mastroz e seus efeitos medicinais	29/11/2012

Cultura de paz é tema em Colóquio Internacional	29/11/2012
Alunos do Colun apresentam trabalhos em evento internacional	30/11/2012
Série “Ganhadores do Prêmio Fapema 2012”: pesquisa sobre Povos e Comunidades Tradicionais	30/11/2012

Quadro 06 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/UFMA

Nesse período, houve crescimento na cobertura de CT&I, em relação a maio, provavelmente, impulsionado pelo resultado do Prêmio Fapema 2012, que selecionou diversas pesquisas realizadas na UFMA. Observamos, também, maior preocupação com o aprofundamento de algumas temáticas, que passaram a ser expostas na forma de reportagem. Isso acontece nos textos: “Projeto de Pesquisa que avalia a qualidade de vida dos idosos é apresentado no SEMIC”, “Painel de Terapias Alternativas debate sobre Fitoterápicos”, “Encontro sobre questão agrária termina com conferência sobre educação no Campo”, “Série ‘Ganhadores do Prêmio Fapema 2012’: pesquisa sobre Assoreamento em Ambientes Costeiros”, “Grupo de pesquisa da UFMA utiliza borboletas para analisar impactos ambientais”, “Série ‘Ganhadores do Prêmio Fapema 2012’: pesquisa sobre o mastruz e seus efeitos medicinais”, “Série ‘Ganhadores do Prêmio Fapema 2012’: pesquisa sobre Povos e Comunidades Tradicionais”.

Nas sete matérias antes enumeradas, a narrativa estava centrada na divulgação do conhecimento científico, com destaque para o processo de construção da pesquisa até que se alcançassem os resultados. Percebemos a preocupação, também, de apontar como os novos saberes poderão influenciar no cotidiano das pessoas.

Esse panorama seria animador não fosse a constatação de que em seis outras matérias publicadas nesse mesmo mês prevaleceu o enquadramento superficial. É comum nos textos da UFMA a citação de várias pesquisas dentro da mesma matéria, com o objetivo de contemplar o maior número de pesquisadores envolvidos em determinado evento ou para demonstrar a diversidade de estudos produzidos na universidade. Essa estratégia gera um tipo de jornalismo científico que apenas anuncia o conhecimento produzido, sem compartilhá-lo de maneira significativa com o público. Na matéria “Alunos do Colun apresentam trabalhos em evento internacional”, dentro da proposta de divulgação científica, espera-se que fossem detalhadas as pesquisas feitas pelos estudantes, mas, novamente, o texto da Ascom da UFMA é composto por um levantamento sintético da produção de iniciação científica do Colun e por

elementos que enfatizam o destaque que esses estudos têm em diferentes eventos de divulgação científica.

Em outras duas matérias, “Aberto o XXIV Seminário de Iniciação Científica (SEMIC)” e “Conferência sobre Retrofit Hoteleiro abre a IV Semana do Hoteleiro na UFMA”, prevalecem o relato dos pronunciamentos dos gestores da universidade. Os debates suscitados nesses eventos deixam de ser enunciados como elemento central. Nas regras de enunciação jornalística, desde a emergência do *new journalism*, as matérias são abertas pelas informações consideradas de maior importância. Nesses dois textos, a narrativa segue a mesma ordem cronológica em que aconteceu o evento, iniciando com os discursos de quem estava na mesa de abertura e depois com a exposição do que foi dito na palestra de abertura. Para melhor qualificar uma matéria de jornalismo científico, essa ordem poderia ser invertida, sem prejuízo de se reconstruir aquela realidade, tomando como enquadramento central o conhecimento divulgado nesses eventos.

A análise das pistas deixadas no discurso produzido pela Assessoria de Comunicação da UFMA comprova a tensão ou mesmo a justaposição dos objetos já sugeridos na entrevista da assessora Ester de Sá Marques. Ela defende a necessidade de retorno à sociedade daquilo que a universidade produz, mas sem descartar o trabalho de promoção institucional. Essa dualidade aparece claramente, inclusive nos textos que pretendiam ser de divulgação científica. Nas reportagens produzidas no mês de novembro, percebemos avanço significativo na qualidade da cobertura de CT&I, quando os textos passam a privilegiar os resultados das pesquisas, seus impactos no cotidiano e a dimensão processual (metodologia) da investigação científica.

Essas matérias mais qualificadas, entretanto, ainda coexistem com outras notícias que dão ao conhecimento elaborado pelos pesquisadores da universidade papel secundário, para realçar pronunciamentos institucionais ou resumos de pesquisas. Essa abordagem somente anuncia o que a UFMA está produzindo, como forma de promover a imagem da instituição como celeiro de pesquisas científicas e inovações tecnológicas.

Desse modo, observamos que na *formação do objeto* discursivo da Assessoria de Comunicação, quando se recorre à divulgação científica, é para lançar mão do discurso autorizado da ciência como estratégia de legitimação e, conseqüentemente, promoção da universidade. A democratização do conhecimento deu passos importantes, mas ainda não atingiu a dimensão tal como exposta no discurso da assessora Ester de Sá Marques.

5.3.2 Quem fala ou sobre quem se fala na UFMA?

No que tange às áreas de conhecimento que ganham espaço no jornalismo científico da universidade, causou-nos surpresa a constatação de que as Ciências Sociais Aplicadas e as Ciências Humanas têm mais destaque na pauta da Ascom da UFMA do que as Ciências da Saúde, Biológicas ou Exatas. A literatura sobre divulgação científica tem registros de tendência das editoriais de ciência sempre na direção contrária.

Ciências	Quant. de matérias	
	Maio	Novembro
Ciências Exatas e da Terra	1	1
Ciências da Saúde	0	2
Ciências Biológicas	1	4
Ciências Humanas	3	1
Ciências Agrárias	2	0
Ciências Sociais e Aplicadas	2	6
Linguística, Letras e Artes	0	1
Políticas de CT&I	1	1
Ciências Gerais	0	2

Quadro 07 – Áreas de conhecimento/UFMA

No mês de maio, das dez matérias de jornalismo científico publicadas no *site* da UFMA, uma foi da área de Ciências Exatas e da Terra, uma das Ciências Biológicas, três das Ciências Humanas, duas das Ciências Agrárias, duas das Ciências Sociais Aplicadas e uma sobre política de ciência, tecnologia e inovação. Em novembro, as Ciências Sociais Aplicadas mantiveram-se como a área de conhecimento que mais ganhou espaço no *site*, com seis matérias. Foram publicadas uma das Ciências Exatas e da Terra, duas das Ciências da Saúde, quatro das Ciências Biológicas, uma das Ciências Humanas, uma de Linguística, Letras e Artes, uma de Políticas de CT&I e duas envolvendo diversas áreas.

Buscamos saber, ainda, quais são os sujeitos que são posicionados pela Assessoria de Comunicação da UFMA como fontes e vozes, nas matérias de jornalismo científico. No levantamento feito nos meses de maio e novembro, os professores/pesquisadores, essencialmente aqueles que coordenam projetos de pesquisa, aparecem como principais sujeitos dessa *formação discursiva*. No primeiro mês, dez deles ocupam lugar de fala, enquanto nenhum aluno envolvido nas pesquisas é ouvido. Um gestor da universidade tem posição nos enunciados e dois teóricos renomados também são citados como fontes de informação.

No mês de novembro, melhora o posicionamento dos alunos. Nove deles ocupam lugar de fala, ao lado de 16 professores/pesquisadores e oito gestores da universidade. A posição mais desigual pareceria ser entre os coordenadores de projetos de pesquisa e seus orientandos, mas no segundo mês de análise essa situação foi revertida. Mesmo que não se iguale a posição dos professores e dos alunos como sujeitos da produção científica, a presença dos estudantes como fontes de informação já indica a opção por distribuição mais democrática do lugar de fala. É certo que o resultado alcançado por diversos alunos da universidade no Prêmio Fapema 2012 contribuiu, significativamente, para esse novo cenário, que pode ser observado no quadro abaixo.

Mês	Fontes			
	Professores/ pesquisadores	Alunos	Gestores	Teóricos
Maio	10	0	1	2
Novembro	16	9	8	0

Quadro 08 – Fontes nas matérias de JC/UFMA

A quantidade de vezes que gestores da universidade aparecem nas matérias corrobora nossas constatações anteriores sobre a utilização desses espaços para promoção institucional. Em algumas situações aparecem como fontes autorizadas de informações acerca das políticas de ciência, tecnologia e inovação da UFMA.

5.3.3 Sobre o que se fala no IFMA

A primeira amostra das matérias de jornalismo científico do IFMA é composta pelas notícias que possuem os seguintes títulos:

Título da matéria	Data de publicação
Alunos de Química participam de congresso de biodiesel na Bahia	02/05/2012
Artigo de aluno do PPGEM será publicado em um dos periódicos de vidros mais bem avaliados do mundo	03/05/2012
Alunos de Açailândia fazem levantamento socioeconômico em assentamentos	07/05/2012
Instituto Federal assina acordo de cooperação com a Fapema	08/05/2012
Pesquisadores do Campus Maracanã e da Uema estudam cavalo baixadeiro	10/05/2012
Acta Tecnológica disponível no site de periódicos da CAPES	14/05/2012

Quadro 09 – títulos das matérias de JC no mês de maio/IFMA

No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, os temas que mais ganharam destaque no mês de maio, na cobertura científica, dizem respeito a pesquisas realizadas pela própria instituição e a políticas de CT&I ou disseminação científica. No primeiro grupo, estão as matérias “Alunos de Açailândia fazem levantamento socioeconômico em assentamentos” e “Pesquisadores do Campus Maracanã e da UEMA estudam cavalo baixadeiro”. Nesses dois textos, a narrativa aborda pesquisas ainda em andamento, acentuando os métodos utilizados e as respostas que se espera dar.

O segundo grupo é formado pelas matérias “Instituto Federal assina acordo de cooperação com a Fapema”, na qual se explica os novos critérios para definição dos bolsistas da fundação, que ficou a cargo de cada instituição, e “Acta Tecnológica disponível no *site* de periódicos da CAPES”, que noticia a indexação da revista científica do IFMA e a destaca como conquista importante para a Instituição. O enquadramento dado pela cobertura desses dois acontecimentos ressalta a posição do Instituto como propulsor de políticas de desenvolvimento de CT&I no Estado.

Outra matéria publicada no período, “Artigo de aluno do PPGEM será publicado em um dos periódicos de vidros mais bem avaliados do mundo”, ressalta o feito do estudante. Como indicador de produtividade na área de CT&I, publicar em revista indexada é objetivo perseguido por pesquisadores e instituições de pesquisa. Na matéria, fica evidente a sobreposição desse “feito” institucional em detrimento da partilha do conhecimento produzido pelo estudo a ser publicado.

O enquadramento sugere, também, que se busca o reconhecimento dos pesquisadores junto aos seus pares, indo de encontro à proposta da divulgação científica. O jornalista, autor da matéria, no único parágrafo em que expõe os resultados da pesquisa e seus impactos, deixa de recodificar termos e expressões técnico-científicos (parâmetros de cristalização; densidade de núcleos), para deixá-los mais “digeríveis” pelo público não iniciado em ciência e tecnologia. Sem atentar para essa medida educativa, tem-se dificuldade em compreender as informações constantes da matéria.

Também compõe o quadro de matérias do mês de maio o texto intitulado “Alunos de Química participam de congresso de biodiesel na Bahia”. É recorrente no *site* da Instituição noticiar participação de professores e estudantes em eventos científicos de todo o país e do exterior. Essa publicização seria interessante e mais oportuna do ponto de vista da formação de cultura científica se não se restringisse a citar as pesquisas que foram apresentadas no

congresso. Neste caso, citam-nas, sem que se fale delas. O texto é finalizado com declaração sobre a importância da participação no evento.

Na segunda amostra da pesquisa, coletada no mês de novembro, encontramos as matérias com os títulos que seguem:

Título da matéria	Data de publicação
Agroexpo marca encerramento da Semana de Educação, Ciência e Tecnologia do Campus Maracanã	01/11/2012
Campus Imperatriz lança projeto que une informática e agricultura familiar	05/11/2012
Alunos e professores do IFMA vencem Prêmio Fapema 2012	06/11/2012
Pesquisadores coletam amostras para avaliar gases de efeito estufa no solo do Maracanã	09/11/2012
Alunos de Mangabeiras conhecem campos de atuação do biólogo	12/11/2012
Alunos do Campus Bacabal visitam Serra da Capivara	19/11/2012
Semana da Consciência Negra debate as faces da negritude no Maranhão	23/11/2012
Biologia no roteiro dos alunos do Campus Monte Castelo	27/11/2012
Alinhamento entre Júpiter e Lua observado pelos alunos do Campus Imperatriz	29/11/2012
Fórum Babaçutec reúne pesquisadores maranhenses	29/11/2012
Grupo de Pesquisa do IFMA apresenta proposta metodológica no V Encontro de Educadores	30/11/2012

Quadro 10 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/IFMA

Nesse período, a maioria das matérias publicadas envolvendo ciência está associada a atividades que promovem o acesso dos estudantes do IFMA a conhecimentos consolidados, essencialmente por meio de visitas técnicas. São quatro exemplos: “Alunos de Mangabeiras conhecem campos de atuação do biólogo”, “Alunos do *Campus* Bacabal visitam Serra da Capivara”, “Biologia no roteiro dos alunos do *Campus* Monte Castelo”, “Alinhamento entre Júpiter e Lua observado pelos alunos do *Campus* Imperatriz”. As matérias apresentam o contato entre estudantes e conceitos básicos das áreas de biologia, arqueologia/paleontologia e astronomia. Parece-nos que essa recorrência tem a ver com a consolidação dos cursos superiores, ainda recentes na instituição, e a atuação do IFMA no ensino médio/técnico.

O Departamento de Comunicação e Eventos, entretanto, deu espaço também às produções dos pesquisadores da Instituição. A mudança de CEFET e escolas agrotécnicas para o formato de instituto ensejou nova postura dos profissionais, que passaram a receber mais incentivos à construção do conhecimento. Parte significativa dos docentes é formada por mestres e doutores e há diversos técnicos administrativos com pós-graduação ou em

formação. Os resultados dessas reformulações aparecem em matérias como “*Campus Imperatriz lança projeto que une informática e agricultura familiar*”, “*Pesquisadores coletam amostras para avaliar gases de efeito estufa no solo do Maracanã*” e “*Grupo de Pesquisa do IFMA apresenta proposta metodológica no V Encontro de Educadores*”.

Assim como acontece na UFMA, há situações em que as matérias de jornalismo científico destacam várias pesquisas ou atividades de CT&I ao mesmo tempo, sem aprofundamento no enfoque. A narrativa é construída como estratégia para demonstrar a produção da instituição, principalmente, quando é apresentada em eventos, como ocorre nos textos “*Agroexpo marca encerramento da Semana de Educação, Ciência e Tecnologia do Campus Maracanã*” e “*Alunos e professores do IFMA vencem Prêmio Fapema 2012*”. Ainda que as pesquisas sejam citadas, com seus autores e seus objetivos, a abordagem deixa de evidenciar aspectos importantes para que as matérias alcancem dimensão mais educativa. Nos dois casos citados aqui, a maior contribuição que podem dar seria o estímulo a novas produções acadêmicas, a partir de exemplos bem sucedidos, que resultaram em premiações. No mais, servem como instrumento de comunicação com o público interno do Instituto, enaltecendo a produtividade de seus pesquisadores e alunos de iniciação científica. Diferente da UFMA, o IFMA não aproveita o momento do Prêmio Fapema para elaboração de reportagens mais aprofundadas e contextualizadas, perdendo a chance de tratar as temáticas de CT&I de maneira mais qualificada.

Na matéria intitulada “*Fórum Babaçutec reúne pesquisadores maranhenses*”, é feito um ensaio de texto de jornalismo científico mais educativo. A autora enfoca pesquisa realizada no município maranhense de Codó com quebradeiras de coco babaçu, ressaltando aspectos analisados no estudo, como as estratégias de enfrentamento à pobreza e o papel do Bolsa Família nessas comunidades, mas sem, efetivamente, apresentar a discussão do assunto. Mais uma vez, a narrativa privilegia o que é feito e deixa em segundo plano a partilha de conhecimento com o público.

Essa dimensão mais contextualizada do texto jornalístico é experimentada na matéria “*Semana da Consciência Negra debate as faces da negritude no Maranhão*”. Quem tem contato com a reportagem pode se remeter ao debate travado no evento, quando se discutiu a implantação da Lei nº 10.693/03, que trata da inserção da história e da cultura afrobrasileira e africana no currículo das escolas públicas e privadas do Brasil, e a Lei de Cotas nas instituições públicas. No texto, tem espaço também para relato de experiência do mestre Bitá do Barão, um dos mais conhecidos pais de santo do Estado, que falou das dificuldades para

viver o culto das religiões de matriz africana e das mudanças que já ocorreram em relação a isso. O debate de ideias proposto na narrativa é amplo e plural, com ressonância de diversas opiniões sobre o assunto, emitidas por pesquisadores, membro de religião de matriz africana e um gestor do IFMA.

A análise das temáticas que compõem a narrativa construída pelo Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA sobre ciência, tecnologia e inovação confirma as regras apontadas pelo assessor Cláudio Moraes para a *formação dos objetos*. Em sua fala, fica claro que o ponto central do departamento é a informação do que é produzido dentro da instituição, em termos de ensino, pesquisa e extensão.

Nos textos, um aspecto que não se sustenta é o da prestação de contas com a sociedade dos recursos que estão sendo empregados, mais especificamente, em pesquisas. Em nenhuma das matérias postadas, no período que tomamos como recorte, há informações sobre o valor investido no estudo divulgado ou a fonte de financiamento. Apenas na matéria que trata de acordo firmado com a Fapema se expõe que o IFMA passaria a ter a incumbência de determinar qual pesquisador receberia bolsa da fundação.

O enquadramento superficial e descontextualizado, na maioria das matérias de jornalismo científico, seria reflexo do próprio entendimento do gestor da comunicação institucional de que a divulgação científica está “condicionada pela necessidade de informar como os recursos destinados à pesquisa estão sendo aplicados”⁴⁷ e não pela partilha com a sociedade dos conhecimentos gerados com esses recursos públicos.

Alguns textos, entretanto, demonstram a capacidade técnica da equipe, composta, quase 100%, por profissionais formados em Jornalismo e por estagiários eventuais. Apesar do tamanho do IFMA, que continua em processo de expansão, e às demandas crescentes para uma equipe pequena, parece-nos que a cobertura de CT&I com propósitos educativos significativos depende muito mais de uma mudança de perspectiva sobre o objeto da comunicação institucional. Para isso, o enquadramento das notícias deve extrapolar a apresentação daquilo que é feito pelo Instituto, dando lugar ao compartilhamento com a sociedade das respostas dadas pelas pesquisas científicas financiadas com recursos públicos.

⁴⁷ Entrevista concedida em 14 de fevereiro de 2013.

5.3.4 Quem fala ou sobre quem se fala no IFMA?

Referente às áreas do conhecimento que ocupam lugar no *site* do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, observamos que não houve regularidade nos meses que analisamos. Na primeira amostra, as matérias que divulgam políticas de CT&I são as que ocorreram em maior quantidade. Já a amostra do mês de novembro indicou maior prevalência de notícias envolvendo pesquisas das Ciências Agrárias ou daquelas que relacionam diversas áreas do conhecimento na mesma matéria, conforme o quadro a seguir:

Ciências	Quant. de matérias	
	Maio	Novembro
Ciências Exatas e da Terra	1	0
Ciências Biológicas	0	2
Ciências Humanas	0	1
Ciências Agrárias	1	3
Ciências Sociais Aplicadas	1	1
Engenharias	1	0
Políticas de CT&I	2	0
Ciências Gerais	0	3

Quadro 11 – Áreas de conhecimento/IFMA

Em maio, houve uma matéria das Ciências Exatas, uma das Ciências Agrárias, uma das Ciências Sociais Aplicadas, uma das Engenharias e duas sobre políticas de Ciência, Tecnologia e Inovação. Por sua vez, no mês de novembro, prevaleceram as matérias sobre as Ciências Agrárias, com três publicações, e diversas áreas, também com três notícias postadas. Foram produzidas duas das Ciências Biológicas, uma das Ciências Humanas e uma das Ciências Sociais Aplicadas.

Essa diversificação pode ser explicada pelos diferentes cursos oferecidos nos *campi* do IFMA, muitos ainda buscando reconhecimento e consolidação. Influencia, ainda, o próprio acesso dos pesquisadores ao Departamento de Comunicação e Eventos, considerando que as pautas, em geral, são propostas pelos produtores de CT&I, que buscam divulgar seus estudos, segundo informou Cláudio Moraes.

A incidência constante de matérias de Ciências Agrárias deve-se à nossa atuação como jornalista do IFMA – Campus São Luís – Maracanã⁴⁸, que opera, essencialmente, na área de produção de alimentos pela agropecuária e agroindústria.

⁴⁸ O autor Romulo Fernando Lemos Gomes é servidor do IFMA – Campus São Luís – Maracanã, onde atua como jornalista na Divisão de Comunicação.

Quanto aos sujeitos que ocupam espaço de fala, encontramos situação semelhante à da UFMA. Na maioria das vezes, são consultados como fontes os professores/pesquisadores que coordenam projetos de pesquisa. Ao participarem de eventos científicos ou obterem resultados de suas investigações, os professores procuram a equipe de comunicação do IFMA e lá concedem entrevistas ou encaminham mais informações por *e-mail*.

No quadro abaixo, podemos visualizar melhor como se dá essa distribuição.

Mês	Fontes			
	Professores/ pesquisadores	Alunos	Gestores	Saber Popular
Maio	5	3	1	0
Novembro	16	3	6	1

Quadro 12 – Fontes nas matérias de JC/IFMA

A amostra de maio continha cinco professores/pesquisadores, três alunos e um gestor como fontes das matérias de jornalismo científico. Em novembro, saltou, significativamente, a quantidade de professores/pesquisadores a ocupar lugar de fala nas notícias publicadas no *site* do IFMA. Foram 16, contra três estudantes, seis gestores e uma pessoa representante do saber popular.

Essa distribuição é bastante desigual, em especial no segundo mês de análise, dando sinais mais evidentes de que a divulgação científica no IFMA é baseada em modelo unilateral. A democratização do jornalismo científico passa também pela pluralidade de agentes reconhecidos como sujeitos da enunciação; não apenas como consumidores, mas como fontes e autores de informações.

5.3.5 Sobre o que se fala na UEMA

Na primeira amostra coletada no *site* da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), extraímos as matérias de jornalismo científico com os títulos abaixo.

Título da matéria	Data de publicação
Docente do CCSA defende tese de doutoramento	03/05/2012
Pesquisadores da Uema fazem monitoramento dos peixes da baía de São Marcos	10/05/2012
Pesquisadores da Uema lançam livro sobre Brasil Oitocentista	14/05/2012
Professor da Uema apresenta artigo em Coimbra	17/05/2012
Técnicos da Embrapa visitam Campo Experimental da Uema	30/05/2012
Professora e alunos da Uema são premiados no Congresso Brasileiro de Zootecnia	31/05/2012

Quadro 13 – títulos das matérias de JC no mês de maio/UEMA

Nessa amostra, percebemos que a Assessoria de Imprensa da Universidade experimenta, em algumas situações, fazer cobertura de CT&I de maneira mais qualificada e contextualizada. Mas, como apontamos também na UFMA e no IFMA, esses avanços são alternados com a recorrente promoção institucional. Os assessores parecem desconfiar que a mera divulgação das pesquisas científicas pudesse render aos seus assessorados boa imagem e conceitos positivos. Há, na maioria dos textos, exaltação do apoio que a UEMA dá aos pesquisadores ou da estrutura disponibilizada aos projetos de pesquisa.

É o que acontece na matéria “Docente do CCSA defende tese de doutoramento”. A narrativa tem como elemento central os resultados da pesquisa, mas apenas no início. Em seguida, o foco muda para a boa avaliação do trabalho, de acordo com as considerações da banca, e finaliza com informação institucional, dando conta do convênio firmado entre a UEMA e Universidade Estadual Paulista (Unesp), *Campus* Presidente Prudente, para realização do doutorado. Esses detalhes são necessários; consideramos que até ajudam a contextualizar a produção científica e mostrar que é fruto de esforços conjuntos. Todavia, não são suficientes, visto que suplantam o novo conhecimento construído nos anos de doutoramento da pesquisadora e que talvez fosse mais significativo para a educação em ciência do leitor. Desde o título, já se mostra que o menos importante naquela notícia é falar sobre a pesquisa, mas, sim, da professora da UEMA que alcançou o feito de concluir e apresentar sua tese.

O enquadramento se repete na matéria “Professora e alunos da UEMA são premiados no Congresso Brasileiro de Zootecnia”. O texto inicia elencando as contribuições do estudo para a área zootécnica e logo a narrativa muda de sentido para ressaltar a importância da premiação para a UEMA. A matéria encerra com felicitações da pesquisadora aos demais colegas da Zootecnia, pelo seu dia, fugindo da estrutura enunciativa característica do discurso do jornalismo científico.

Em “Pesquisadores da UEMA lançam livro sobre Brasil Oitocentista”, encontramos pista do que pode estar no corpo da matéria. Porém, o texto apenas explica como foi construído o livro (a partir de trabalhos apresentados em um evento científico), cita algumas temáticas abordadas (mas sem delas tratar) e exalta a qualidade da publicação. Quem se interessou pelo assunto, provavelmente, precisou comprar o livro. Por mais que a proposta seja instigar o leitor a participar do lançamento e adquirir a obra, uma matéria dentro do

modelo mais democrático e compromissado com a partilha de saber se ocuparia em divulgar informações centrais levantadas pelas pesquisas que lhe originaram.

O escopo de promoção institucional fica mais evidenciado na matéria “Técnicos da Embrapa visitam Campo Experimental da UEMA”, na qual a UEMA é apresentada como excelente parceria para realização de experimentos científicos, por causa da estrutura que dispõe. Os diversos projetos de pesquisa e testes em andamento são acionados na narrativa para ratificar o objeto primordial da Assessoria de Comunicação da Universidade: “divulgar as ações da Universidade, no que tange ao ensino, pesquisa e extensão” (BARROS, 2013).

Nessa amostra, entretanto, temos duas matérias que se alinham ao bom jornalismo científico. A matéria “Professor da UEMA apresenta artigo em Coimbra”, apesar de no título não ser destacado o objeto da pesquisa, tem como elemento central da narrativa as respostas dadas pelas investigações do pesquisador e suas contribuições para a área de produção de energia, ressaltando a redução de impactos ambientais que seria obtida com a nova tecnologia. O nível de aprofundamento é mediano, mas significativo, se considerarmos que o texto está na forma de notícia.

Já em “Pesquisadores da UEMA fazem monitoramento dos peixes da Baía de São Marcos” a opção foi pela forma de reportagem e, por isso, está bastante detalhada e cheia de informações contextuais. O enquadramento é direcionado aos métodos usados na pesquisa e alguns de seus resultados. Mostra também a importância do estudo para a definição da qualidade do pescado consumido em São Luís e reforça os impactos da poluição do mar sobre os peixes. No final, aparece a fala das pesquisadoras, enfatizando o apoio da UEMA. Neste caso, ainda que apareça a informação de cunho promocional, o caráter formativo do conhecimento disponibilizado ao público não sofre prejuízo.

Na amostra do mês de novembro, encontramos as seguintes matérias de jornalismo científico:

Título da matéria	Data de publicação
Professora da UEMA e da USP se encontram em São Paulo para discutir pesquisa	05/11/2012
Palestras marcam 3º dia da Jornada de Direito da UEMA	07/11/2012
Professor da Uema defende dissertação de mestrado na UERJ	09/11/2012
Docente do Cesba participa do XX CBECIMAT	12/11/2012
Base Geodésica é inaugurada na UEMA	16/11/2012

Aluna do CCA vence oitava edição do Prêmio Fapema	19/11/2012
Tem início Ciclo de Debates sobre sistemas de Cotas no CCSA	19/11/2012
Professor do CESB lançará o livro “Sombras da Lei” na 6ª Feira do Livro de São Luís	21/11/2012
Professor da Uema faz pesquisa e realiza palestras na Europa	24/11/2012
Aluna do CESC tem artigo científico aceito para publicação	27/11/2012
Professoras do Cesba concluem Minter em Língua Portuguesa	30/11/2012
Médicos Veterinários fazem demonstração prática da avaliação cardiológica em cães na Uema	30/11/2012

Quadro 14 – títulos das matérias de JC no mês de novembro/UEMA

Nesse período, prevalecem as notícias que apresentam debate de ideias, marcadamente influenciadas pelos relatos de eventos científicos cobertos pela Assessoria de Imprensa. Acontece, assim, em “Palestras marcam 3º dia da Jornada de Direito da UEMA” e “Tem início Ciclo de Debates sobre sistemas de Cotas no CCSA”. Em “Professor da Uema faz pesquisa e realiza palestras na Europa”, provavelmente, o pesquisador enviou informações que renderam a construção da matéria.

Da mesma maneira, deve ter sido produzida a notícia “Professora da UEMA e da USP se encontram em São Paulo para discutir pesquisa”. O ponto central da narrativa é o encontro e estabelecimento de parceria entre pesquisadoras, além da troca de livros de autoria delas. Sobre a pesquisa, ficam apenas pistas, com a disponibilização do título do projeto e das publicações trocadas entre as pesquisadoras, denotando a área em que têm experiência. Matérias assim carregam uma marca da comunicação da UEMA, que é, sobretudo, personalista. Essa característica está voltada tanto aos professores/pesquisadores e alunos quanto aos gestores da universidade.

Na matéria “Professor da Uema defende dissertação de mestrado na UERJ”, destaca-se o pioneirismo do professor, por apresentar a primeira dissertação no mestrado interinstitucional da UEMA em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro. A narrativa ressalta, também, os critérios que conduziram à aprovação do trabalho e a qualificação dos membros da banca. O ineditismo como critério de noticiabilidade é forte e plenamente aceitável em qualquer veículo jornalístico, mas quando o assunto entra na seara do jornalismo científico não basta, sob risco da superficialidade observada nesse texto.

Esse parece ser um problema comum entre as três instituições aqui analisadas. São recorrentes matérias que apenas citam a realização/apresentação de trabalhos científicos, como em “Docente do Cesba participa do XX CBECIMAT” e “Professor do CESB lançará o livro “Sombras da Lei” na 6ª Feira do Livro de São Luís”. Nessas situações, fica o registro da

contribuição da Universidade na programação de alguns eventos, mas quem deles não pode participar fica acesso ao conhecimento divulgado pelos pesquisadores.

Também foi objeto do jornalismo científico da UEMA, na segunda amostra, a aquisição de equipamentos estruturais. Na matéria “Base Geodésica é inaugurada na UEMA”, o foco consistiu em mostrar que a Universidade passou a contar com estrutura de ponta e os benefícios dessa conquista para a aprendizagem dos alunos. Tem destaque, ainda, a parceria com uma empresa privada, que bancou a compra do equipamento.

Aparece, entre as matérias, uma que aborda conhecimento científico e suas aplicações para aprimorar a atuação de profissionais de determinada área, neste caso, na medicina veterinária. No texto “Médicos Veterinários fazem demonstração prática da avaliação cardiológica em cães na UEMA”, aponta-se a vantagem do uso de ultrassom para o diagnóstico de cardiopatias em animais, explicando também os sintomas das doenças, além das indicações e as possibilidades do exame. Abordada dessa forma, consideramos que a informação jornalística se torne significativa para quem a lê, podendo transformar e orientar atitudes do público.

Diferente do que acontece em “Aluna do CESC tem artigo científico aceito para publicação”. Ao leitor, que pode ser um não iniciado na área, é informado que a pesquisadora estudou a espécie *Cyperaceae Juss.* Mas seria ela uma espécie de bactéria ou de um inseto desconhecido? Errou quem pensou assim. Trata-se de uma planta. Fica a impressão de que a matéria foi escrita a partir de resumo encaminhado pela pesquisadora, sem que fosse feita apuração e recodificação do discurso científico, dificultando o entendimento da informação. Isso reforça a nossa hipótese de quem o objeto da Assessoria de Imprensa é a mera projeção da universidade, descompromissada da partilha de conhecimentos com a sociedade.

Avanços em associar divulgação científica à promoção institucional aparecem em matérias como “Aluna do CCA vence oitava edição do Prêmio Fapema” e “Professoras do Cesba concluem Minter em Língua Portuguesa”. Na primeira, não obstante serem apresentadas as contribuições do estudo para o Maranhão, a matéria é finalizada com depoimento da orientadora, enfatizando que a premiação demonstra o nível de excelência da pesquisa científica na UEMA. A segunda matéria segue a mesma linha, ao indicar os impactos do conhecimento gerado nas dissertações de mestrado para o ensino de Língua Portuguesa e Literatura. Mas o texto fecha com o dado de que, pelo Minter da UEMA em

parceria com a UERJ, sairão 18 mestres, aptos a contribuir para fazer da universidade uma instituição de qualidade.

A *formação do objeto* da Assessoria de Imprensa, quando aborda ciência, tecnologia e inovação, segue a tendência da promoção institucional, com forte personificação das pesquisas. Apesar de ser, essa, característica recorrente em toda a produção do setor, no caso do jornalismo científico, sugere-nos que a UEMA está em busca de ainda consolidar-se enquanto lugar de produção de conhecimento. Desse modo, apela-se constantemente aos feitos de seus pesquisadores para mostrar o que ali se faz, enquanto os pesquisadores buscam espaço no *site* institucional para se posicionar e obter reconhecimento junto aos seus pares.

5.3.6 Quem fala e sobre quem se fala na UEMA?

No que concerne à distribuição das matérias pelas áreas de conhecimento, nas matérias da UEMA há uma divisão equilibrada, no mês de maio, entre as Ciências Biológicas, Humanas, Agrárias e Engenharias, como se pode observar no quadro.

Ciências	Quant. de matérias	
	Maio	Novembro
Ciências Biológicas	1	1
Ciências Humanas	2	2
Ciências Agrárias	2	2
Ciências Sociais Aplicadas	0	1
Engenharias	1	3
Linguística, Letras e Artes	0	3

Quadro 15 – Áreas de conhecimento/UEMA

A maior quantidade, duas em cada, estava ligada a cursos das Ciências Humanas e Ciências Agrárias. Das Ciências Biológicas e Engenharias, foi publicada uma matéria de cada. No mês de novembro, cresceu a produção de matérias de jornalismo científico, compreendendo mais uma diversidade maior de áreas de conhecimento. Prevaleceram as notícias sobre pesquisas das Engenharias, com três postagens, mesma quantidade dedicada à área de Linguística, Letras e Artes. Foram publicadas duas matérias das Ciências Humanas e duas das Ciências Agrárias. As Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas tiveram uma postagem cada.

Na atribuição de lugar de fala, os professores/pesquisadores são posicionados como sujeitos da comunicação em relação bastante desproporcional aos alunos. Em maio, são

tomados como fontes 11 professores/pesquisadores, enquanto apenas um estudante ganha espaço. É curioso o fato de, nesse período, nenhum gestor da universidade aparecer como sujeito das matérias, considerando a característica promocional da comunicação da UEMA. Entra no jogo da enunciação um empresário parceiro que, pela posição de incentivador/patrocinador da estruturação, tem assegurado seu lugar de sujeito do acontecimento.

Mês	Fontes			
	Professores/ pesquisadores	Alunos	Gestores	Parceiro
Maio	11	1	0	1
Novembro	12	2	3	0

Quadro 16 – Fontes nas matérias de JC/UEMA

No mês de novembro, mantém-se cenário parecido. São 12 aparições de professores/pesquisadores e duas de alunos. A mudança está na presença de gestores, que têm seus pronunciamentos em eventos destacados nas matérias.

O modelo de comunicação de ciência adotado pela UEMA também fica claro na definição dos sujeitos da notícia científica. Os coordenadores dos projetos têm posição de destaque e pouco se atribui ao estudante. Vale ressaltar que um dos critérios de observação da qualidade do produto de jornalismo científico é a identificação de que a pesquisa é resultado de trabalho em grupo, contínuo, processual, e não apenas da genialidade de pesquisadores isolados.

4.4 A Representação dos Discursos

Na análise da *formação dos objetos* e das *modalidades enunciativas*, encontramos pistas da combinação de enunciados existente nos discursos produzidos pelas equipes de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA, principalmente, no que diz respeito ao imbricamento entre discurso do jornalismo científico, discurso da ciência e discurso de promoção institucional.

Queremos, agora, compreender como se dá essa *formação de conceitos*. Fairclough (2001, p. 71) alerta que uma *formação discursiva* se define por “configurações mutáveis de conceitos em transformação”. Nossa tarefa, então, é descrever como é organizado o *campo de enunciados* dessas instituições, mostrando as relações que existem dentro dos textos ou entre eles. Para Foucault (1987, p. 67), criador dessas categorias, é possível acessar esses esquemas

sem a necessidade de “descrever as leis de construção interna, sua gênese progressiva ou individual”. Buscaremos, desse modo, as coerências, compatibilidades ou incompatibilidades através dos textos ou dos discursos, para identificar como esses conceitos podem coexistir dentro do mesmo campo.

Fairclough (2001) distingue relações entre textos, que ele chama de intertextualidade, e entre tipos de discursos, que ele chama de interdiscursividade. A primeira a usar o termo intertextualidade foi Kristeva, sob influência das audiências ocidentais de Bakhtin. Esse tipo de abordagem intertextual é a principal característica do trabalho do teórico russo, inclusive para tratar de gêneros (FAIRCLOUGH, 2001, p. 134), demonstrando que textos e enunciados são sempre permeados de outros textos. “Enunciados — 'textos' em meus termos — são inerentemente intertextuais”.

O autor considera as transformações e reestruturações textuais e das ordens de discurso um fenômeno contemporâneo extraordinário, condicionadas por relações de poder. Por isso, a intertextualidade deve ser analisada em sintonia com o conceito de hegemonia, visto que a operação de mudanças nos textos e nos discursos não é acessível a qualquer pessoa (FAIRCLOUGH, 2001).

Hegemonia se estabelece, segundo Fairclough (2001), pela conquista de poder de uma classe, a partir da aliança com outras forças sociais. Essa dominação atinge os domínios econômicos, políticos, culturais e ideológicos de uma sociedade. Embasado no conceito de Gramsci, a definição do autor nos fornece subsídio para entender as transformações nas ordens de discurso como representação de poder hegemônico. Essa concepção se deve ao fato de a hegemonia ser aqui tratada como um “equilíbrio instável”, sendo atravessada por constantes disputas sobre pontos de maior instabilidade entre as classes.

A hegemonia é alicerçada por alianças muito mais do que por simples dominação de uma classe sobre outra. Fairclough (2005, p. 125) relaciona seu conceito de hegemonia com o discurso. Para ele, ambos acontecem numa relação dialética entre estrutura e eventos discursivos, concebendo as ordens do discurso como “configurações mais ou menos instáveis”. Nesta perspectiva, os textos se centrariam na intertextualidade e na maneira como articulam textos e convenções prévias.

Pode-se considerar uma ordem do discurso como a faceta discursiva de equilíbrio contraditório e instável que constitui uma hegemonia, e a articulação e rearticulação discursiva de ordens de discurso são, conseqüentemente, um marco delimitador na luta hegemônica (FAIRCLOUGH, 2001, p. 125).

Fairclough (2001, p. 136-137) apresenta, ainda, outra distinção usada pelos analistas franceses de discurso, especificamente Authier-Revuz (1982) e Maingueneau (1987): a intertextualidade manifesta (quando outros textos estão explicitamente no texto, marcados por traços de superfície, como as aspas); e intertextualidade constitutiva (quando convenções discursivas entram na produção dos textos). A este último, o autor chama também de interdiscursividade.

A ênfase, portanto, está na heterogeneidade dos textos e nos aspectos, por vezes contraditórios, que os constituem, fazendo com que diferentes sentidos sejam produzidos e possam coexistir. É o que acreditamos acontecer nos textos produzidos pelas assessorias da UFMA, IFMA e UEMA. As falas da ciência e da divulgação científica são utilizadas para representar a fala institucional.

Uma observação primordial é que esses discursos gestam-se no contexto situacional das assessorias de comunicação, o que é determinante para a reconfiguração da ordem do discurso no jornalismo científico produzido por essas instituições. Isso não justifica, entretanto, o descuido com os propósitos educativos dessa prática discursiva. Vejamos nos exemplos como a intertextualidade e a interdiscursividade se manifestam nas matérias das três instituições.

Exemplo 01

Professores investem em produção científica sobre EaD

Publicação em 11 de novembro de 2012

SÃO LUÍS — A Educação a Distância experimenta um crescimento e desenvolvimento em todo o Maranhão. A UFMA contribui decisivamente para este fato com o competente trabalho dos professores atuantes no seu Núcleo de Educação a Distância – NEaD, que hoje atende cerca de 14 mil alunos, matriculados em 25 cursos de graduação, pós-graduação e extensão. Esse universo tem servido como campo de pesquisa e os resultados podem ser verificados em trabalhos científicos apresentados em eventos nacionais e internacionais.

Educação online — O tema dá título ao livro do prof. Dr. João Batista Bottentuit Junior, coordenador do curso de Pedagogia a distância. A obra foi relançada no *stand* do NEaD, na cidade universitária da UFMA, durante o 18º Congresso Internacional de Educação a Distância – CIAED, em setembro de 2012.

O livro tenta desmistificar a associação muito comum entre educação *online* e educação a distância, como se os dois conceitos retratassem o mesmo fenômeno. Segundo o professor, “educação *online* possui um conceito mais amplo possuindo tecnologias tanto para o ensino presencial quanto para a educação a distância. Autores brasileiros e portugueses discorrem sobre metodologias, conceitos, ferramentas e aplicações para educação presencial e a distância com o uso de tecnologias”, esclarece João Batista.

A profissionalização do professor tutor — O professor tutor é um profissional fundamental dentro da metodologia de trabalho da Educação a Distância. Ao atender diretamente o aluno, atua como facilitador do processo de construção do conhecimento.

Mesmo possuindo tão importante papel, o Código Brasileiro de Ocupações ainda não faz nenhuma referência a esse profissional.

O assunto tem sido objeto de estudo da prof.^a Esp.^a Francilene Duarte, coordenadora de Tutoria do Curso de Pedagogia e Coordenadora Pedagógica do Programa UCA (Um computador por Aluno), do NEaD-UFMA. Os resultados mais recentes de suas pesquisas foram apresentados no pôster "A profissionalização do professor tutor", durante o 18.º CIAED.

"Nossa proposta é discutir a profissionalização desse profissional que não tem um amparo legal, condições de trabalho, uma formação continuada e assistida, visto que ele recebe um único curso de vinte a trinta horas, nenhuma avaliação sistemática do trabalho dele, já que dentro do projeto da CAPES ele é apenas um fator secundário", explica Francilene Duarte.

A metodologia colaborativa com uso de blogs — A temática tem sido explorada pelo Prof. Nestor Almeida da Silva, especialista em Tecnologias da Informação e Comunicação para Educadores, atualmente professor do curso de Administração a distância da UFMA.

A pesquisa – intitulada "A metodologia colaborativa com uso de Blogs" desenvolvidos na disciplina de Administração Pública em ambiente virtual de aprendizagem – foi apresentada em forma de pôster durante o Simpósio Internacional de Educação a Distância (SIED), realizado de 10 a 22 de setembro na Universidade Federal de São Carlos.

"O artigo apresenta uma experiência com a metodologia colaborativa aplicada na construção de "blogs", desenvolvidos por bacharelados do curso de Administração na modalidade a distância, durante a disciplina de Administração Pública", explica Nestor Almeida, acrescentando que a pesquisa visa influenciar na formação de administradores cidadãos conscientes de seu papel fiscalizador e divulgador dos recursos públicos gerados e/ou destinados aos municípios do Brasil.

A pesquisa na Educação a Distância — O trabalho aborda o processo de formação em pesquisa dos alunos de graduação em Administração da UFMA, na modalidade a distância, situados no polo de Porto Franco, a partir da análise do desempenho dos mesmos nas disciplinas Metodologia da Pesquisa II e Seminário Temático de Metodologia da Pesquisa.

O estudo, cujo título é A pesquisa na Educação a distância: uma análise acerca da disciplina Metodologia da Pesquisa no curso de Administração da UFMA, é de autoria da prof.^a Esp.^a Luiza Carvalho, do Curso de Administração a Distância; e do prof. Esp. Hercílio Rodrigues Júnior, coordenador de Tutoria do Curso de Administração Pública, também na modalidade a distância. O artigo foi apresentado no IX Congresso Brasileiro de Ensino Superior a Distância – ESUD, de 19 a 21 de agosto, em Recife (PE).

"O trabalho teve uma grande receptividade, por se tratar de um tema cujas dificuldades, tanto nos cursos presenciais quanto a distância, são as mesmas. No entanto, o que me deixou mais feliz foi perceber, na discussão com professores e gestores de outras IES, que a UFMA tem avançado significativamente na qualidade da oferta de cursos a distância, principalmente no que se refere aos recursos midiáticos, e ao apoio pedagógico", relatou Luiza Carvalho.

Aprendizagem on-line — A temática tem sido o objeto de estudo da prof.^a Esp.^a Francisca Alves Guilhon, que atua na Coordenação Pedagógica de Hipermídia para Aprendizagem, do NEaD/UFMA, com o intuito de analisar sobre as possibilidades oferecidas pelas tecnologias de informação e comunicação no processo de ensino e aprendizagem na educação a distância.

O artigo intitulado "Aprendizagem Online na Universidade Federal do Maranhão: a mediação pedagógica frente às tecnologias de informação e comunicação" foi apresentado no ESUD 2012. Durante o congresso, várias discussões que ocorrem em esferas informais foram sintetizadas e aprofundadas.

"Fiz parte do grupo de discussões que tratava da institucionalização da modalidade de educação a distância e dos pontos que deveriam ser inseridos na carta final de Recife. Todas as preocupações colocadas pelos professores indicam a necessidade urgente de mudanças no sistema UAB. Já está na hora das universidades repensarem as suas políticas de acesso e compartilhamento", resumiu Francisca Guilhon.

Essa extensa matéria publicada no dia 11 de novembro de 2012 no *site* da UFMA tem seu *lead*, que é o parágrafo de abertura do texto jornalístico, marcado por representações institucionais. O autor assume como sua a fala da Universidade sobre o êxito de sua atuação com a educação a distância. O início do texto tem características opinativas, sem a presença clara de outra voz, que não seja a do jornalista ou da própria UFMA se promovendo. Observe no trecho abaixo:

A UFMA contribui decisivamente para este fato com o competente trabalho dos professores atuantes no seu Núcleo de Educação a Distância – NEaD, que hoje atende cerca de 14 mil alunos, matriculados em 25 cursos de graduação, pós-graduação e extensão.

Apesar de ocuparem maior espaço no corpo da matéria, as pesquisas ficam em segundo plano na narrativa e desempenham o papel de legitimar aquilo que é falado sobre a Instituição. No texto, encontramos aquilo que Foucault (1987) chama *campo de concomitância*. Aqui, os enunciados tratam de domínios de objetos que não são inteiramente diferentes (educação a distância e pesquisas científicas), mas pertencem a tipos de discursos distintos. Fica, entretanto, a sensação de que o campo científico é acionado apenas como fundamento para a promoção de uma política educacional adotada pela universidade.

As pesquisas que compõem a matéria transitam por análises de aspectos gerais da EaD, nem sempre relacionados às experiências da UFMA, mas também tomam a realidade local como objeto. Ainda assim, todas são expostas no corpo do enunciado, para demonstrar, igualmente, quão ampla é a produção dos pesquisadores da universidade.

A fala desses pesquisadores, todavia, aparece na forma de intertextualidade mostrada, com uso de aspas ou como discurso indireto, mas sem apelo institucional. Sempre os discursos a eles atribuídos referem-se à pesquisa que realizam. A enunciação se desenvolve, portanto, ambivalente. Ao mesmo tempo em que o discurso da ciência legitima o discurso institucional, essa relação não se dá de forma direta, mas mediada pelo discurso do jornalismo científico, que assume a incumbência de transformá-lo em uma informação promocional.

Exemplo 02

Alunos e professores do IFMA vencem Prêmio Fapema 2012

Publicada em 06 de novembro de 2012

Pesquisadores do IFMA foram destaques no “Prêmio Fapema 2012”. Quatro trabalhos foram premiados, sendo dois na categoria Tese de Doutorado e dois na de Pesquisador Junior.

Vencedor da categoria de Pesquisador Junior na área de Humanas e Sociais, Vinicius Augusto Vieira buscou em sua pesquisa soluções para o desperdício de materiais na construção civil, de modo a reduzir os impactos ambientais. A pesquisa foi desenvolvida no Campus Imperatriz com a orientação do professor Marcos Jean Araújo. Vinicius concluiu, no ano passado, o curso de técnico em segurança do trabalho.

O outro trabalho premiado na mesma categoria, mas na área de agrárias, foi o do estudante do curso técnico em Florestas do Campus Açailândia, Michael Douglas Lima. O projeto dele teve a orientação da professora Sylvia Letícia Oliveira e abordou os aspectos ambientais do riacho Açailândia.

Teses

A reprodução e a necessidade de preservação das espécies vegetais no município de Barreirinhas foi o tema do trabalho da professora do Campus Barreirinhas, Éville Karina Ribeiro. A pesquisa foi premiada na categoria Tese de Doutorado. “O prêmio é o reconhecimento de muito esforço e dedicação e, certamente, é um marco na minha carreira como pesquisadora”, afirma Éville.

A tese do professor do Campus Centro Histórico, Marcus Ramúsyo Brasil, também foi premiada. Intitulada “Reggae no Maranhão: música, mídia e poder”, a pesquisa do professor acompanhou a trajetória do ritmo no Estado durante o período de 1970 a 2005. Para isso ele desenvolveu um trabalho multimídia ao produzir vídeos documentários, ensaios fotográficos e um texto escrito.

O trabalho do professor Marcus Ramúsyo recebeu também o prêmio de tese de doutorado da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciência Social (ANPOCS).

Para Lígia Ferreira, pró-reitora de Pesquisa do IFMA em exercício, essas premiações materializam o compromisso do Instituto com o desenvolvimento da produção científica. “Nós temos reforçado, por meio de diversas iniciativas acadêmicas, a ideia de que educação só se faz com pesquisa”, avalia Lígia

O segundo exemplo, desta vez uma publicação do IFMA, feita no dia 06 de novembro de 2012, também carrega marcas da representação institucional por meio do discurso da ciência e do jornalismo científico. Na abertura do texto, a autora transpõe a notícia, que seria o fato de pesquisadores da Instituição terem conquistado importante premiação voltada aos produtores de CT&I no Estado, para enunciar que pesquisadores do IFMA foram “destaques” no prêmio que reconhece os melhores trabalhos realizados dentro de um ano.

No corpo da matéria, como já explicitamos em item anterior, as pesquisas são abordadas de maneira superficial. A tessitura da narrativa caminha para o lugar da promoção institucional. Primeiro, em uma citação direta, um dos sujeitos da notícia reafirma que o Prêmio Fapema é consagrado aos que se esforçam e se dedicam: “O prêmio é o reconhecimento de muito esforço e dedicação e, certamente, é um marco na minha carreira como pesquisadora”, afirma Éville. A construção possui marcas formais da representação discursiva, com utilização de aspas e verbo *discendi*, separando-o do resto do texto. Parece ele cumprir a função de confirmar a característica meritocrática da premiação, como estratégia para anunciar o próprio mérito da instituição de ter, por assim dizer, premiáveis pesquisadores.

Dentre os premiados, ela é a única a ocupar lugar de fala. O texto da jornalista é intercalado, ainda, pelo discurso direto da então pró-reitora de Pesquisa, em exercício. A fala da gestora é essencialmente institucional e promocional. Observe esse trecho:

Para Lígia Ferreira, pró-reitora de Pesquisa do IFMA em exercício, essas premiações materializam o compromisso do Instituto com o desenvolvimento da produção científica. “Nós temos reforçado, por meio de diversas iniciativas acadêmicas, a ideia de que educação só se faz com pesquisa”, avalia Lígia.

Diferente do texto da UFMA, a autora desse texto do IFMA opta por intercalar as construções discursivas de caráter mais promocional entre a sua fala, como relatora, e a opinião da pró-reitora, que tem seu discurso relatado. Na hierarquia do texto jornalístico, assim como o *lead*, o encerramento da matéria é local privilegiado a ser ocupado, por ser espaço para se concluir a argumentação e, conseqüentemente, sintetizar o que é falado.

Exemplo 03

Pesquisadores da Uema fazem monitoramento dos peixes da baía de São Marcos Publicado em 10 de maio de 2012

Os impactos ocasionados pelo crescente movimento de navios do Complexo Portuário da Ilha de São Luís não passaram despercebidos por alunos e professores do Curso de Ciências Biológicas (CCB) da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Por essa razão é que o Grupo de Pesquisa em Ecotoxicologia (GP-TOX) vinculado ao Laboratório de Pesca, Biodiversidade e Dinâmica Populacional de Peixes (LabDPP) tem estudado a dinâmica das interferências ambientais na fauna de peixes estuarinos causadas pelos poluentes deixados na costa de São Luís.

Um dos trabalhos, intitulado “Biomarcadores de contaminação aquática em peixes de importância comercial na Baía de São Marcos, Maranhão”, de autoria da aluna bolsista de iniciação científica do CNPq Débora Batista Pinheiro Sousa, é continuação da pesquisa desenvolvida pela professora Raimunda Nonata Fortes Carvalho Neta em sua tese de doutorado, cujos estudos começaram em 2006. Tal projeto pretende analisar características biológicas dos peixes Bagre ‘Guribu’ (*Sciades herzbergii*) e ‘Bandeirado’ (Bagre bagre) modificadas por conta da poluição do habitat natural.

“Há poucas informações sobre a qualidade do pescado que chega à mesa do consumidor em São Luís. Por isso, sentimos a necessidade e obrigação de fazer um monitoramento ambiental capaz de detectar os efeitos dos poluentes nessas espécies de peixes que são capturadas em regiões com forte pressão antrópica. A partir daí, podemos subsidiar programas de manejo e vigilância sanitária”, ressaltou Débora Batista.

Para fazer as análises, foram recolhidas amostras de brânquias e fígado dos peixes Bagre ‘Guribu’ e ‘Bandeirado’ tanto da área de influência do Complexo Portuário (área modificada) como da Ilha dos Caranguejos (Unidade de Conservação Estadual, área de referência a 30km do Complexo). Em cada região, registraram-se fatores como salinidade, temperatura, PH e oxigênio dissolvido com objetivo de ver se as áreas eram idênticas em termos ambientais.

Ao serem comparados, de acordo com a pesquisa, os dados de comprimento total e furcal foram sempre maiores para os peixes amostrados da área de referência

(Ilha dos Caranguejos), existindo diferença estatística significativa em relação aos da área Portuária. Além disso, no que condiz aos ciclos de vida do bagre, são esperados quatro estágios, no entanto, nas amostras retiradas foram identificados apenas dois estágios referentes à fase de crescimento, não sendo encontrados indivíduos juvenis nem organismos que já haviam realizado desova.

Nas brânquias foram observada uma série de alterações morfológicas que dificultam a respiração nos peixes. Tais alterações foram atribuídas à poluição com a qual os peixes tiveram contato na região portuária. Essa situação não foi registrada para os espécimes da Ilha dos Caranguejos. Os estudos hepáticos para validar lesões ainda estão sendo desenvolvidos. A pesquisadora Débora Batista acredita que “pelas análises químicas da água, essas alterações são reflexo da presença de metais pesados (chumbo; alumínio), hidrocarbonetos policíclicos aromáticos (encontrados no petróleo) e compostos fenólicos (oriundos de várias substâncias, entre elas fertilizantes) na água. Através dessas modificações que sofrem, esses peixes podem ser utilizados como bioindicadores dos impactos e problemas na área do Porto do Itaquí”.

Durante o doutorado da professora Raimunda Fortes, o bagre ‘Guribu’ já havia sido validado como bioindicador por ter todo o ciclo de vida na Baía de São Marcos e um modelo matemático foi proposto para correlacionar lesões branquiais e atividade enzimática nessa espécie. O bagre ‘Bandeirado’, que não foi abordado na pesquisa da professora, tem sido investigado no projeto de iniciação científica da aluna Débora Batista e tem mostrado que não apresenta as características para ser um bioindicador como o peixe Bagre Guribu, pois pode ter adquirido contato com poluentes em outras regiões, tendo em vista que é um animal migrante marinho.

“Sabemos que muitas coisas são negligenciadas, por isso pensamos em criar novas metodologias de baixo custo para monitoramento da área, capazes de trazer respostas rápidas, usando o estudo biológico juntamente com a análise química”, comentou Débora Batista, que pretende continuar a pesquisa no mestrado e também fazer dela um projeto de extensão. E completou: “Queremos divulgar o resultado das pesquisas para os pescadores, assim teremos um trabalho conjunto com eles. Pretendemos fazer cartilhas e folders para levar para o Porto; dar palestras; entre outros. Vamos fazer, realmente, um monitoramento da qualidade do pescado na região”.

Além disso, o grupo de pesquisa da área de ecotoxicologia tem investido em publicações e está estudando as possibilidades de parcerias com outras Universidades. Recentemente, dois artigos sobre o tema foram aceitos pelo ‘Latin American Journal of Aquatic Research’ e devem ser publicados em julho. “Recebemos todo o apoio da Uema nessa caminhada e não estamos medindo esforços para conseguirmos, no futuro, um Programa de Pós-Graduação para a Universidade”, afirmaram as pesquisadoras.

O exemplo retirado do *site* da UEMA, no dia 10 de maio de 2012, é a melhor experiência de jornalismo científico da Universidade no período que analisamos. Ainda assim, para finalizar a enunciação do conhecimento que estava sendo divulgado, a autora seleciona trecho do depoimento em que as pesquisadoras enaltecem apoio da instituição aos seus estudos. É curioso como a fala apresentada na forma de discurso direto, que reproduz exatamente como a fonte falou, é atribuída às duas pesquisadoras. Não obstante essa observação, interessa-nos mais perceber que a representação do discurso institucional interfere no discurso do jornalismo científico, como explicita este trecho: “Recebemos todo o apoio da UEMA nessa caminhada e não estamos medindo esforços para conseguirmos, no futuro, um Programa de Pós-Graduação para a Universidade”, afirmaram as pesquisadoras.

Escolhemos esse texto como exemplo para demonstrar que, mesmo quando o enquadramento toma como elemento central a pesquisa e o conhecimento gerado ou a ser gerado na universidade, permanece a relação intertextual com o discurso institucional. Na UEMA, dentre as três instituições analisadas é a que tem maior presença de situações dessa natureza. É recorrente nos textos produzidos por sua Assessoria de Imprensa a utilização de qualquer ação como gancho para que se represente o discurso institucional.

Diante desses três exemplos, confirmamos que a formação conceitual dos discursos das equipes de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA é constituída pelas relações entre os discursos da ciência, do jornalismo científico e da promoção institucional, formando uma nova ordem do discurso tanto para o jornalismo de ciência quanto para as assessorias de comunicação, especificamente, das universidades. Assim, as regras de enunciação jornalística e seus textos são transformados e reestruturados a serviço da promoção institucional. As assessorias, por sua vez, especializam-se no campo, neste caso a ciência, e o utilizam para conceder mais autoridade ao discurso do jornalismo.

Tal interdiscursividade nos parece estar sendo usada para a representação e manutenção de poder hegemônico nessas instituições. Por meio do jornalismo, buscam legitimar políticas educacionais, programas adotados pela instituição, o investimento de recursos em pesquisa, estruturação de laboratórios etc. Em última instância, reforça a competência dos gestores para estar à frente de centros de produção do conhecimento, apesar de serem insipientes os esforços para sua democratização e partilha com a sociedade, contribuindo pouco para a formação de cultura científica ou educação científica.

4.5 Difração ou equivalência nas estratégias de discurso?

As categorias foucaultianas utilizadas até aqui para analisar o jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA são regras de *formação discursiva* que se agrupam para constituir temas ou teorias, que Foucault (1987, p. 71) chama de *estratégias*. Esse é o ponto que o próprio filósofo reconheceu encontrar dificuldades, mas ele nos apresenta algumas direções para a pesquisa, reforçadas mais tarde por Fairclough (2001).

Primeiro, buscamos definir os *pontos de difração* possíveis entre o discurso do jornalismo científico e o das assessorias de comunicação. Os tipos de enunciação nesses dois campos parecem-nos, *a priori*, incompatíveis. Ou o propósito seria divulgar o conhecimento e, com isso, proporcionar a educação científica, ou se promovem imagem e conceitos

positivos das instituições produtoras de CT&I. Mas essa relação tem regras mais dinâmicas do que pensávamos.

Para visualizar melhor os objetos que ganham espaço nos discursos da UFMA, IFMA e UEMA, gerando o que consideramos, inicialmente, *pontos de incompatibilidade*, fomos além do jornalismo científico e levantamos os principais temas acionados pelas assessorias. Nossa intenção era saber o que essas instituições divulgam ou sobre o que falam, de maneira recorrente, para dar conta de efetivar suas estratégias discursivas.

Selecionamos, aleatoriamente, duas semanas dentre os dois meses em análise (de 06 a 12 de maio de 2012 e de 18 a 24 de novembro de 2012). Os temas foram agrupados de acordo com as matérias que encontramos, sem que se criassem categorias prévias. Desse modo, os assuntos que aparecem nos gráficos a seguir diferem, em alguns casos, quando comparamos as três instituições. O importante para nossa pesquisa é identificar os tipos de objetos e os sujeitos que aparecem nessa mesma formação discursiva.

Na UFMA, tanto no mês de maio quanto no mês de novembro, prevalecem as matérias sobre eventos acadêmicos ou administrativos. Nos textos, o elemento central está no acontecimento factual, ficando as informações sobre o que será/foi debatido, muitas vezes, restritas ao tema das palestras/mesas redondas/conferências. O objetivo, em nossa avaliação, é agendar a comunidade acadêmica e dizer o que a universidade está fazendo. Das 24 matérias publicadas na semana primeira semana do mês de maio, seis eram dessa natureza, ficando atrás apenas das notas sobre inscrição em eventos ou em programas institucionais; em novembro, foram 17, entre as 27 notícias postadas.

No gráfico a seguir, podemos observar, ainda, a forte presença de matérias sobre obras. Em uma semana, foram quatro matérias, dando conta, inclusive, das articulações políticas feitas com o ministro do Turismo, Gastão Vieira⁴⁹, para que fosse feita a reforma de um prédio da Universidade. Esse tipo de abordagem demonstra a força do reitor da UFMA, Natalino Salgado, em buscar parcerias que garantam a estruturação física da universidade. Sua gestão é marcada por grande número de obras e pela expansão ao interior do Maranhão.

⁴⁹ Trata-se de visita do ministro do Turismo, Gastão Vieira, às instalações da Fábrica Santa Amélia e do Palacete Gentil Braga. A UFMA recebeu recursos federais para reformar o Conjunto Arquitetônico da Fábrica Santa Amélia, para abrigar os cursos de Turismo e de Hotelaria da Universidade.

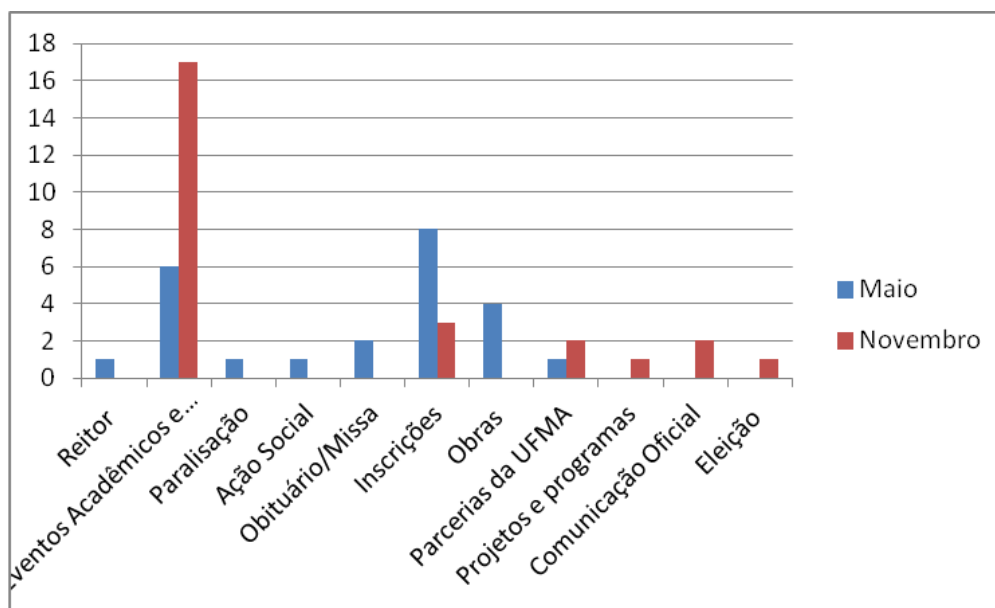


Gráfico 02 – Matérias gerais/UFMA

A presença do reitor como sujeito da enunciação da Assessoria de Comunicação é constante. No período de maio, ele tem suas falas destacadas em sete matérias, perdendo apenas para o número de aparições de parceiros, exatamente por conta das visitas àquela obra. Os textos do mês de novembro, entretanto, equilibram a utilização de alunos (que não têm espaço de fala na primeira semana de maio), professores e gestores como fontes, sugerindo uma construção discursiva mais democrática.

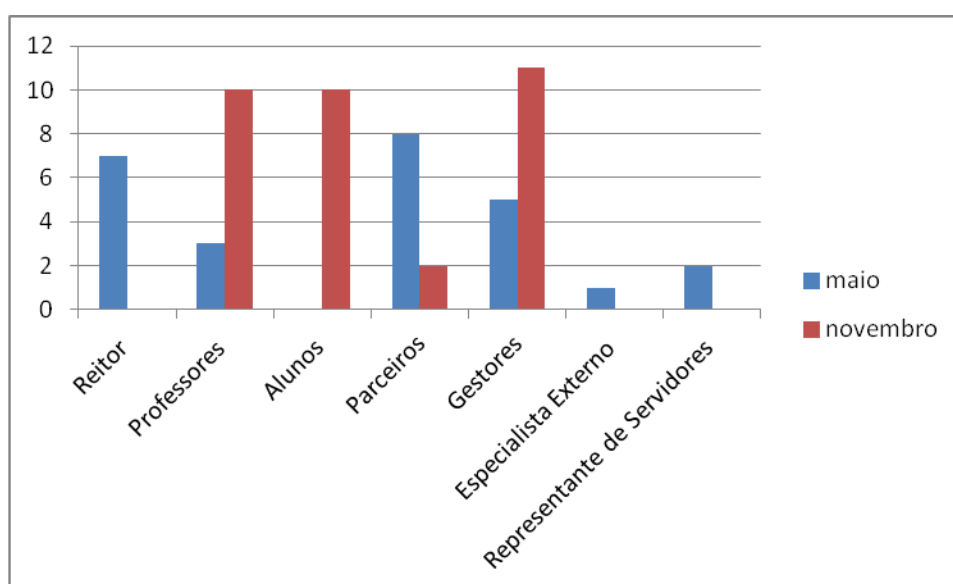


Gráfico 03 – Fontes nas matérias gerais/UFMA

No *site* do IFMA, encontramos a mesma tendência em privilegiar ora a divulgação de programas institucionais, como o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e ao Emprego (PRONATEC) e a Escola Técnica Aberta do Brasil (e-Tec Brasil), ora eventos acadêmicos e administrativos. Na primeira semana de maio, os programas institucionais estiveram no foco de sete matérias, dentre as 23 publicadas. Em novembro, na última semana, foram seis notícias com esse enfoque frente as 24 postadas, além de mais seis sobre matrícula ou inscrição em programas ou eventos e mais sete abordando eventos. Tem destaque, ainda, a publicação de matérias sobre as eleições para Reitoria e Direção Geral de alguns *campi*.

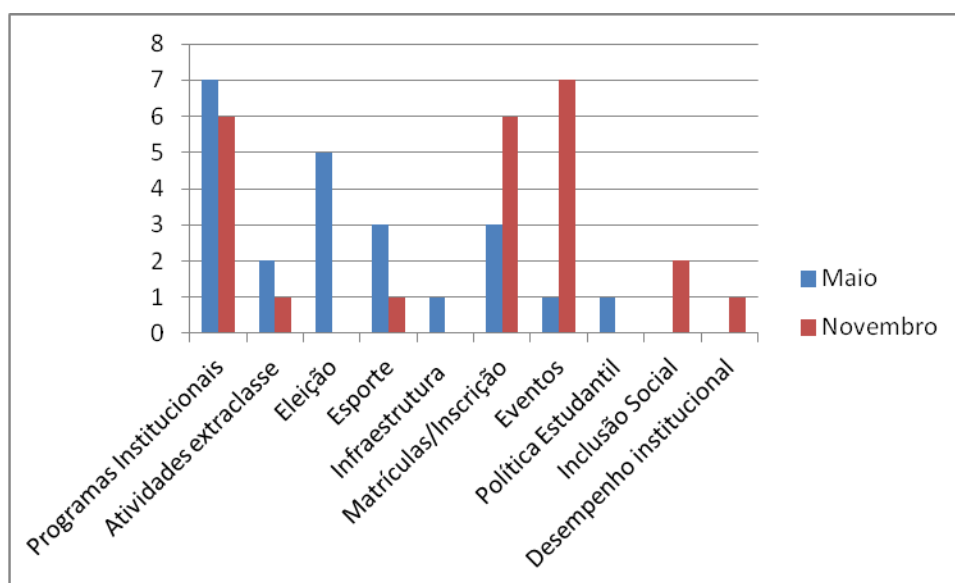


Gráfico 04 – Matérias Gerais/IFMA

Quando a cobertura jornalística é sobre esses temas mais gerais, há expressiva participação dos professores como fontes, disputando espaço com os gestores (pró-reitores, diretores gerais ou chefes de setor), que também são sujeitos recorrentes nos textos da Ascom. Na última semana do mês de novembro, entretanto, permanece a mesma quantidade de aparições de estudantes, enquanto o de professores dá um salto para 16 e os gestores diminuem para seis, como se pode notar no gráfico.

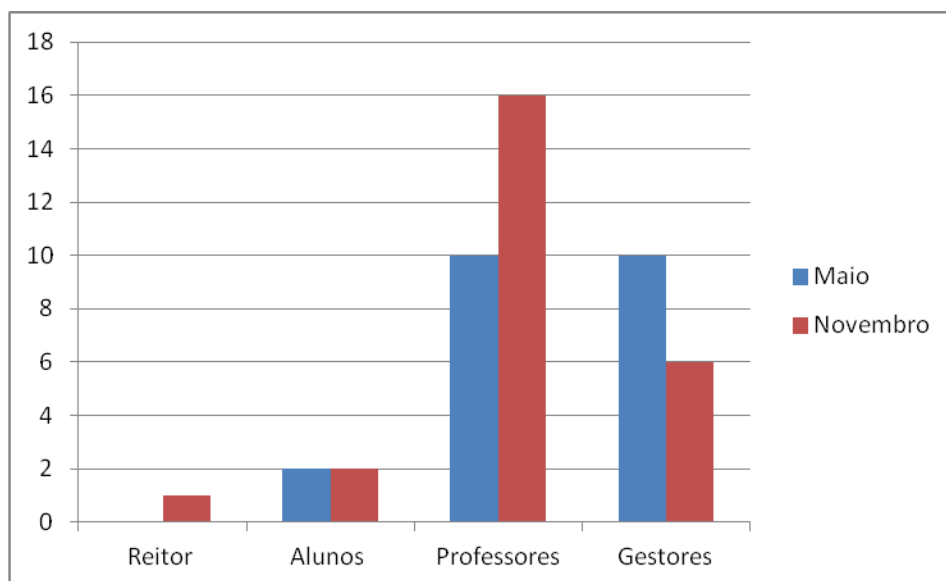


Gráfico 05 – Fontes nas matérias gerais do IFMA

Na UEMA, permanece em alta a publicação de matérias sobre evento, cobrindo o cotidiano da Universidade ou agendando a comunidade acadêmica. Opta-se por mostrar o que se faz na instituição, com abordagem similar às duas outras: privilegiando o evento em si, em detrimento do conhecimento que nele é divulgado. Destacam-se, ainda, as notícias que tratam de programas institucionais.

O que aparece de novidade no caso da UEMA é a ampla cobertura da agenda do reitor José Augusto Oliveira. Dentre as três instituições pesquisadas, foi nela que mais observamos o enquadramento personalista. Fica a impressão de que todos os compromissos oficiais do reitor geram notícia para o *site* da universidade. Em nossas experiências cobrindo eventos científicos, sempre encontramos seu assessor de imprensa junto. Apesar de sabermos o papel estratégico do profissional de comunicação em qualquer organização, inclusive como consultor ou conselheiro, esse acompanhamento prioritário nos parece ser na preocupação de projetar suas ações, com o propósito de firmar a posição política de Oliveira, enquanto a divulgação do próprio conhecimento produzido na UEMA fica relegada ao segundo plano. Acompanhe no gráfico:

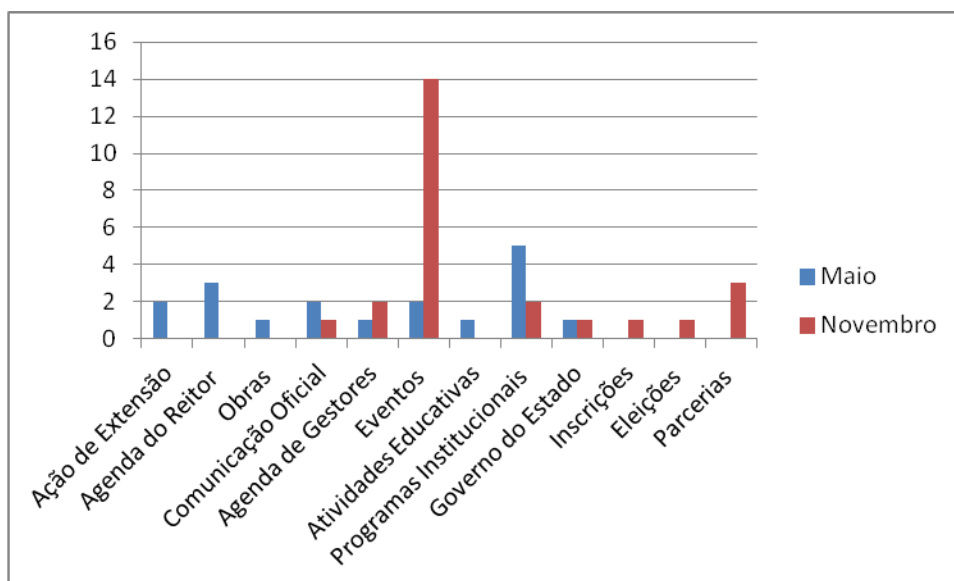


Gráfico 06 – Matérias gerais/UEMA

Essa tendência se comprova ao visualizarmos a posição dos sujeitos nos enunciados da UEMA. Quando não se atribui fala ao reitor, são os demais membros da gestão que mais ocupam espaço nos textos. Os professores, assim como acontece nas outras duas instituições, também têm posição privilegiada

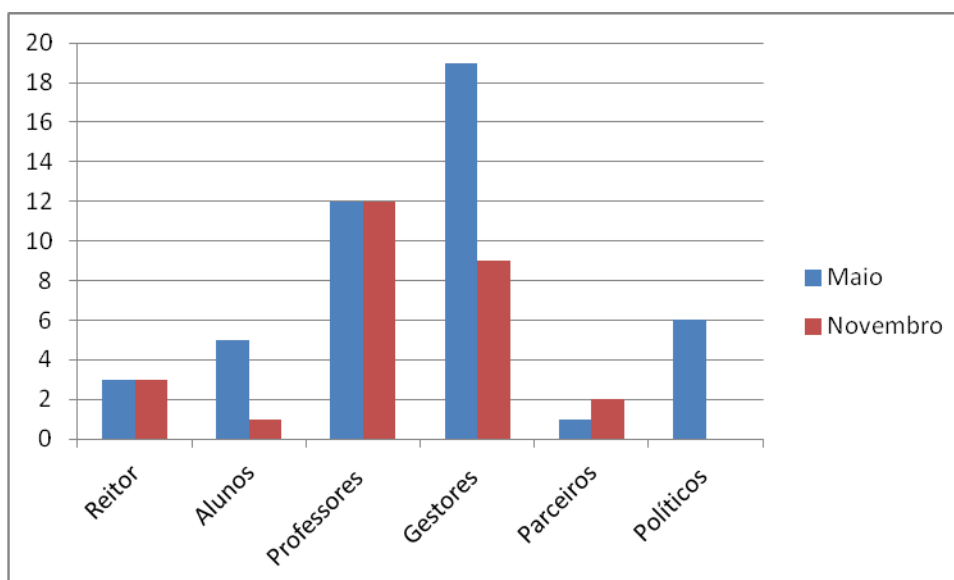


Gráfico 07 – Fontes nas matérias gerais/UEMA

Analisando esses outros temas que compõem a enunciação da UFMA, IFMA e UEMA, e os cotejando com as matérias de jornalismo científico, percebemos que, dentro das assessorias de comunicação dessas instituições, os diferentes objetos são abordados a partir das mesmas regras. As condições de produção são idênticas e motivadas por objetivo comum,

que é a construção/consolidação de imagem e conceitos positivos frente aos diferentes públicos. Para isso, as equipes de comunicação utilizam as mais diferentes ações que possam gerar notícias que posicionem bem seus assessorados, tanto entre os pares quando entre os sujeitos externos à instituição. O jornalismo científico tem sua ordem do discurso reordenada, para também servir a esse propósito.

Essas escolhas acontecem em um *campo de práticas não discursivas*, que tentamos trazer à tona com as entrevistas dos chefes das assessorias de comunicação. Todavia, quando partimos para a investigação empírica, encontramos estratégias que só se realizam em termos retóricos, mas se esvaem na prática. O conjunto de textos dessa prática discursiva nos conduz a compreender que há um jogo de relações semelhante na UFMA, IFMA e UEMA, com propósitos recorrentes de promoção institucional, até mesmo quando noticiam ciência, tecnologia e inovação.

4.6 “Uma andorinha só não faz verão”

O adágio popular encerra uma triste verdade quando voltamos nossos olhos para o jornalismo científico no Maranhão. A baixa ou quase nenhuma produção na área demonstra a pouca atenção dos gestores de comunicação das principais instituições de pesquisa do Estado para um importante espaço da vida moderna.

As experiências que encontramos no período analisado são pontuais e geradas, normalmente, quando acontecem eventos científicos nas universidades. Inexiste cobertura sistemática da produção científica, tecnológica e das políticas de CT&I, o que atalha a potencialidade educativa do jornalismo científico.

A educação é processual e construída num contínuo. Por isso, as informações passam a ser significativas quando o indivíduo se torna capaz de interpretá-las, tendo como lastro suas leituras prévias, vivências e observações. Na relação com o conhecimento científico e sua complexidade de métodos e teorias, esse contato permanente é ainda mais fundamental, para que a pessoa consiga compreendê-lo e consumi-lo criticamente.

Desse modo, para que o jornalismo científico atinja propósitos educativos consistentes, visando a atender necessidades de formação de cultura científica, faz-se necessário que as instituições produtoras de conhecimento estejam comprometidas com a divulgação dos assuntos de CT&I continuamente.

O debate acerca da formação de cultura científica levanta a importância da partilha do conhecimento acadêmico para o exercício pleno da cidadania, pois permite o acesso público e amplo aos avanços da ciência. Mas o jeito minguado como vem sendo produzido o jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA reduz a dimensão educativa dessa prática discursiva. Nessas instituições, a cobertura de ciência aparece em meio a outras temáticas e sem o destaque que poderia ter, considerando se tratar de trabalho jornalístico dentro do ambiente acadêmico. A observação empírica, nesta pesquisa, mostrou a falta de prioridade para a divulgação do conhecimento, embora apareça no discurso dos chefes das assessorias de comunicação.

Como se pode afirmar que o jornalismo científico dessas instituições contribui para a formação de cultura científica se sua presença na principal ferramenta de comunicação, os *sites*, é tão esporádica? As pesquisas desenvolvidas nesses centros ocupam esses espaços comunicacionais de vez em quando, ao passo que deveriam ser prioridade, inclusive como ferramenta legítima e forte de promoção institucional. Se assim acontecesse, seria possível elevar a imagem da UFMA, IFMA e UEMA como referências em produção científica, arrastando consigo a oportunidade de os cidadãos acessarem o conhecimento gerado nessas instituições.

À quase ausência de jornalismo científico somam-se problemas na qualidade do material produzido. Na maioria dos casos, o tratamento é superficial e sem cautela quanto à recodificação do discurso científico. Os casos de bons textos, contextualizados e acessíveis a públicos não especializados, são poucos; são como uma andorinha que, sozinha, não consegue fazer verão.

Entretanto, é possível que as assessorias de comunicação se envolvam na desafiante tarefa da educação científica. Para isso, deve ser crescente a responsabilidade e interesse dos gestores, jornalistas e demais agentes que fazem parte dessa ordem de discurso. Tomar a partilha do conhecimento como prioridade exige redefinição de objeto por meio do qual se desenvolverá a comunicação institucional, porque, como assinalamos, o potencial educativo do jornalismo científico só se atinge, plenamente, quando produzido de maneira sistemática e contínua.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste setor de nossa investigação, quando estamos desligando as luzes que iluminaram nosso caminho, é nosso dever puxar as linhas que comandaram esta pesquisa, no sentido de fornecer uma interpretação final acerca do nosso objeto de estudo.

A dimensão educativa nos meios de comunicação, em nosso entendimento, perpassa todas essas questões suscitadas ao longo deste trabalho. Tem a ver com o assunto que se as assessorias de comunicação privilegiaram enfocar; como e quais agentes são posicionados por esses discursos; o contexto não discursivo que condiciona a produção dos enunciados; as relações entre diferentes textos e discursos, bem como as estratégias que se manifestam no discurso dessas instituições.

Lançamo-nos o desafio de analisar as três dimensões do discurso (prática discursiva, prática social e texto), buscando correlacionar enunciados, contexto e significado. Desse modo, iniciamos com a caracterização da prática discursiva do jornalismo científico, a fim de compreendermos o conjunto de regras que o constituem. Mais tarde, fomos provocados a perceber que a cobertura de ciência, tecnologia e inovação assume postura específica quando sua produção, circulação e consumo acontecem no contexto das assessorias de comunicação das universidades.

Nesse levantamento, percebemos que cada um dos assessores de comunicação caracteriza de maneira diferente sua função, apesar de seus trabalhos fazerem parte do mesmo contexto situacional. Na UFMA, há, no discurso da assessora, preocupação em partilhar com a sociedade o conhecimento gerado pela academia, como forma de resposta aos investimentos com erário público em ensino, pesquisa e extensão. O assessor do IFMA tem concepção parecida, mas seu discurso indica ser suficiente apenas enunciar o feito de a instituição produzir CT&I. É como se bastasse dizer que a instituição produz certa pesquisa, sem, no entanto, apresentar e partilhar com a sociedade as informações geradas nos trabalhos científicos. Por sua vez, o assessor da UEMA reconhece que tudo aquilo que a universidade faz é de interesse da equipe de comunicação e pode gerar notícia, com o propósito de projetá-la pelos meios de comunicação.

Nossa investigação, contudo, mostrou incongruências entre o que é definido, retoricamente, como objeto, principalmente no caso das duas primeiras instituições. Na UEMA, fica evidente desde a entrevista com Alcindo Barros que o propósito da assessoria é a promoção institucional, independente dos temas abordados no *site* da universidade. O caso da

UFMA e do IFMA, entretanto, é marcado por práticas textuais que não cumprem, plenamente, com as funções apontadas pelos profissionais que gerem sua produção discursiva.

A análise dos textos das três instituições demonstrou que, em sua maioria, as enunciações são superficiais quando se referem a pesquisas científicas ou inovações tecnológicas, ou com as narrativas tomando como elemento principal os feitos dos pesquisadores ou o apoio das instituições às iniciativas de CT&I, com louváveis exceções. Prevalecem notícias que mesclam diferentes pesquisas em um só texto, o que mais nos parece estratégia de relacionamento com o público interno (que gosta de se ver no *site* da instituição) ou mesmo como tática para demonstrar a diversidade da produção de seus pesquisadores. É um tipo de postura que, no jornalismo científico, apenas enuncia o conhecimento produzido, sem o compartilhar de maneira significativa com o público.

Nossa análise apontou, ainda, a coexistência entre discurso da ciência, discurso do jornalismo científico e discurso de promoção institucional. A partir de relações intertextuais e interdiscursivas, esses campos se alternam ou se justapõem para cumprir propósitos de manutenção hegemônica. Afinal, comprovar pelos meios de comunicação que a instituição está em boas mãos, não apenas para reproduzir conhecimentos consagrados, mas também para gerar novos, agrega valor positivo à imagem dos gestores e dos próprios pesquisadores entre seus pares. É uma troca. O discurso autorizado da ciência legitima o discurso do jornalismo científico que valida o discurso e a posição institucional. E vice-versa.

Outro aspecto importante foi perceber que professores/pesquisadores e os demais gestores têm ampla participação como sujeitos desses discursos, portanto são agentes com grande responsabilidade sobre os rumos que pode ou deve tomar a divulgação científica nessas instituições. Como sujeitos desses discursos, juntamente com os profissionais de comunicação, eles também influenciam na configuração desse cenário.

A *formação discursiva* das assessorias de comunicação em universidades tem passado por nova configuração da ordem do discurso, assumindo características distintas daquelas impostas à atuação das assessorias em outros tipos de organização. Nas instituições de ensino, pesquisa e extensão, o jornalismo científico pode servir como porta de acesso ao conhecimento, fazendo com que a própria assessoria de comunicação colabore com a atividade fim das universidades. A proposta é que supere a função de divulgadora das ações dessas instituições, para que assumam, também, papel educacional.

Para que a mudança social aconteça é preciso começar pela alteração no regime dos discursos. Ainda que o jornalismo científico sirva para a promoção institucional, no que de melhor essa expressão pode significar, é possível que o conhecimento científico e tecnológico seja deslocado para o centro de seus discursos. As pessoas que a essas informações tiverem acesso terão mais condições de se posicionar, culturalmente e politicamente, frente aos debates em sociedade. A participação qualificada em instâncias de decisão pressupõe o contato com informações de naturezas diversas.

Em um Estado como o Maranhão, que apresenta indicadores tão deficitários de desenvolvimento social e humano, são de grande importância instrumentos que ajudem a interferir na dura realidade dos maranhenses. A educação é a ferramenta mais poderosa para melhorar a situação das pessoas, e as assessorias de comunicação dos centros de pesquisa podem contribuir com esse propósito. O acesso ao saber produzido na academia, em ambiente formal, mas também nos meios informais, a exemplo do jornalismo científico, permite que o indivíduo alimente sua vida de conhecimento e, com isso, ele consegue intervir na sociedade e melhorar sua própria realidade.

As instituições, em algumas experiências que pudemos observar nesta pesquisa, demonstraram saber fazer, quando querem, jornalismo científico mais qualificado. Ainda assim, arriscamo-nos a apontar algumas diretrizes para que a cobertura de CT&I seja mais elevada. O primeiro ponto, já sugerido aqui, é deslocar o conhecimento para o centro das narrativas. Desse modo será possível dar retorno à sociedade daquilo que é produzido com recursos públicos nessas instituições. Estratégias nesse sentido têm dado muito certo na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), onde quase 100% das matérias publicadas no *site* dizem respeito a resultados de pesquisas ou debate de ideias.

Essa mudança de discurso pode se embasar nos pressupostos da Educomunicação, que propõe a participação dos meios de comunicação em processos educativos. As assessorias de comunicação das universidades, desse modo, ampliariam seu escopo de atuação, deixando de ser atividade meio, trabalhando apenas para a projeção de imagem e conceito positivos sobre a instituição, para intervir na atividade fim. As matérias de jornalismo científico podem servir, em processos educacionais, como ferramentas para educar e promover cultura científica.

A produção de notícia qualificada exige planejamento e levantamento de informações prévias. Toda a dinâmica da instituição pode ser aproveitada, com a produção de matérias que abordem experiências inovadoras de ensino, ações de extensão, resultados de pesquisas,

atividades artístico-culturais e políticas, além de iniciativas de cunho administrativo. O foco, todavia, deve ser o conteúdo desses eventos/ações/projetos, e não apenas o fato de algo ser promovido pela universidade. Nos eventos de divulgação científica, pode ser identificada uma palestra ou um trabalho científico apresentado que possa ser de interesse público. Além de noticiar que está acontecendo aquele evento, aproveita-se para que o debate supere as paredes dos auditórios e da própria academia e atinja outros públicos.

Para facilitar o relacionamento com o pesquisador/cientista, tão relatado por ser cheio de tensões e desconfianças, é aconselhado ao jornalista ter sempre às mãos informações prévias sobre a formação do pesquisador e sobre o assunto que vai tratar na entrevista. A apuração é o momento de tirar todas as dúvidas. É bom que, nesse momento, seja levantado não só o resultado da pesquisa, mas, sim, detalhes que ajudem o público a perceber como se desenvolve a ciência, visando à formação de cultura científica. Recomenda-se abordar, por exemplo, o que levou o pesquisador a fazer aquele estudo, quais os métodos utilizados, a relação com outras pesquisas já feitas e quais são os sujeitos nele envolvidos. De posse dessas informações, é possível recriar o ambiente de produção científica, para demonstrar que a construção do conhecimento é processual e fruto de trabalho em equipe e não da genialidade de pesquisadores isolados.

Na hora de redigir a matéria, a principal recomendação é atentar à recodificação do discurso científico, lembrando que ele é regido por regras de enunciação diferentes do discurso do jornalismo científico. A proposta é reconstruir aquela realidade discursiva de forma acessível a públicos não especializados naquele assunto. Em alguns textos que analisamos nesta pesquisa, encontramos diversos exemplos de matérias que pareciam apenas transposição de conteúdo dos artigos científicos para os espaços editoriais do jornalismo. A recodificação do discurso exige que o autor do texto jornalístico utilize analogias, metáforas ou outros recursos estilísticos que facilitem o entendimento da notícia de CT&I. Além disso, as matérias de jornalismo científico com propósitos educativos exigem contextualização, mencionando possíveis controvérsias, explicando conceitos ou termos científicos ou, ainda, possíveis danos ou riscos da ciência.

Essas regras consagradas podem ser encontradas, mais aprofundadas em manuais de jornalismo científico, como o produzido por Calvo Hernando (1997). Mais do que nos deter sobre a esses pormenores, pudemos demonstrar, com nossa pesquisa, que há distorção muito grande entre os propósitos educativos inerentes ao jornalismo científico e a utilização dessa

prática discursiva pelas assessorias de comunicação da UFMA, IFMA e UEMA. Por isso, gerar mudança discursiva, baseada em pressupostos educacionais, é uma opção antes de tudo política. A adoção estratégica do jornalismo científico como centro dessa *formação discursiva* cumpriria, em uma sociedade como a brasileira e, em especial, no Maranhão, papel decisivo na democratização do conhecimento e na formação de uma cultura científica libertadora. As disputas pelo poder hegemônico podem dar lugar à partilha do poder do conhecimento, que fornece ao cidadão plenas condições de participação na sociedade.

Nesta pesquisa, reconhecemos as lacunas deixadas na análise da complexidade dos discursos produzidos pelas assessorias de comunicação dessas instituições. Tão relevante tema merece atenção e cuidados, com realização de outras pesquisas. Seria interessante, por exemplo, analisar o consumo desses textos a partir de pesquisa empírica junto aos públicos internos e externos das universidades, já que em nosso estudo apenas sugerimos possíveis efeitos de sentido. Cabe investigar, também, o aproveitamento do material produzido nessas assessorias pela mídia, o que possibilitaria situar a posição do jornalismo científico na promoção de educação científica no Estado. Outras medidas de comunicação também podem ser propostas, a partir de estudos, como a elaboração de materiais voltados às crianças e adolescentes, servindo de plataforma para a educação científica em diferentes faixas etárias.

Esperamos, enfim, ter contribuído para a elaboração de diagnóstico mais preciso sobre o *status* do jornalismo científico produzido em importantes instituições do Maranhão, bem como para o avanço da produção de conhecimento sobre a interface entre comunicação e ciência.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sônia. O papel das universidades na midiatização das ciências: cenários, processos e estratégias. In: *Midiatização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduelpb, 2012. p. 15-40.

ALBERGUINI, Aure Cristina. A ciência nos telejornais brasileiros: o papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I. Tese de Doutorado. São Paulo: Umesp, 2007.

ANDRADE, Valdália. Roberto Brandão defende uma gestão íntegra ao assumir a direção do IFMA. Disponível em: <<<http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4394-roberto-brandao-defende-uma-gestao-integra-ao-assumir-a-direcao-do-ifma>>. Acesso em: 13 set. 2012.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 8ª ed. Hucitec, São Paulo, 1997.

BAZZO. W.A, VALÉRIO. M. O papel da divulgação científica em nossa sociedade de risco: em prol de uma nova ordem de relações entre ciência, tecnologia e sociedade. Disponível em: <<http://www.oei.es/revistactsi/numero7/articulo02b.htm>>. Acesso em 15 de jan. de 2011.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral I*. Tradução de Maria da Glória Novak e Maria Luiza Néri; revisão do Prof. Isaac Nicolau Salum. 3ª Ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1991.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. *Comunicação e Educação*. São Paulo: Hacker, 2001.

BUENO, W. C. Jornalismo Científico: conceitos e funções. In: *Ciência e Cultura*, 37 (9): 1420-1427, 1985.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais*. Londrina, 2010.

BURKETT, Warren. *Jornalismo Científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Tradução: Antônio Trânsito. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

CALDAS, Graça. Políticas públicas de CT&I e Sociedade: Brasil como novo player internacional. In: *Mediatização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduepb, 2012. p. 55-69.

CALVO HERNANDO, Manuel. *Manual de Periodismo Científico*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A, 1997.

_____. *Conceptos sobre Difusión, Divulgación, Periodismo y Comunicación*. 2006. Disponível em << <http://www.manuelcalvohernando.es/>>>. Acesso em 10 de dezembro de 2011.

CARNEIRO. D.L.C.M, NERY. V.C.A. *Divulgação científica e tecnológica: a presença das instituições universitárias no Jornal da Ciência*. Intercom, 2010.

CNCTI. Documento Referência. Brasília, 2010.

COSTA. A.R.F at al. *Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático*. Intercom, 2010.

DESEMBARGADOR anula eleição de reitor da UEMA. *Jornal Pequeno On line*, São Luís, 24 jan. 2001. Disponível em:< <http://jornalpequeno.com.br/2011/01/24/desembargador-anula-eleicao-de-reitor-da-uema/>>. Acesso em: 10 out. 2012.

DISCURSO de posse do reitor - 2º Mandato. Disponível em: <http://portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/palavra_reitor.jsf?id=38>. Acesso em: 10 out. 2012.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: UNB, 2001.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do Saber*. Tradução: Luiz Felipe Baeta Noves. Rio de Janeiro. Forense-Universitária, 1987.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 1985

GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no Jornalismo*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2003.

IFMA conhece novo reitor ainda hoje. Disponível em: < <http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4044-ifma-conhece-novo-reitor-ainda-hoje>>. Acesso em: 4 jun. 2012.

KUNSCH, M. M. K. (Org.) Obtendo resultados com Relações Públicas. São Paulo: Pioneira, 1997.

MASSARANI, Luisa; RAMALHO, Marina. Monitoramento e capacitação em jornalismo científico: a experiência de uma rede ibero-americana. Rio de Janeiro: Museu da Vida / Casa de Oswaldo Cruz / FIOCRUZ; Ciespal, 2012.

MONTOYA, Alma D; ZORZÓN, Inés Nadalich. Radio Escolar: generadora de procesos comunicativos y pedagógicos. Bogotá: Fundación SUMAPAX, Coletivo de Comunicación Comunitária, 2007.

MORAES, Cláudio. Roberto Brandão toma posse como reitor. Disponível em: <http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4374-roberto-brandao-toma-posse-como-reitor>. Acesso em: 10 set. 2012.

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

REITOR quer impulsionar produção de ciência e tecnologia na UEMA. Disponível em: < http://www.fapema.br/site2012/index.php?option=com_content&view=article&id=1450:reitor-quer-impulsionar-producao-de-ciencia-e-tecnologia-na-uma&catid=43:noticias-de-sao-luis&Itemid=118>. Acesso em: 10 out. 2012.

SCHUAN, Ângela. Educomunicação: princípios e reflexões. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.

UM ERRO imperdoável da justiça. Disponível em: < <http://www.marcoareliodeca.com.br/2011/01/page/3/>>. Acesso em: 10 out. 2012

ZAMBONI, L. M. S. Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

ZUCOLO, Rosana Cabral. Universidade: produção e divulgação do conhecimento. In: *Mediatização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduepb, 2012. p. 41-53

APÊNDICES

APÊNDICE 01 – ROTEIRO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA COM CHEFES DE ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO DA UFMA, IFMA E UEMA

Nome:

Cargo:

Formação:

Tempo em que exerce o cargo:

1. Qual a função da Ascom na instituição de ensino superior?
2. Como está organizada a assessoria de comunicação?
3. Para quem comunica?
4. Quantos profissionais atuam na Ascom e qual a qualificação deles?
5. A Ascom possui um plano de comunicação?
6. Como está posicionada a divulgação científica dentro da atuação da Ascom? Existe política de divulgação científica?
7. Os profissionais da assessoria passam por formação específica para cobertura de ciência, tecnologia e inovação?
8. Como são definidas as pautas para o site da instituição? Quais os critérios utilizados para selecionar as pesquisas que serão transformadas em notícia?
9. Há base de dados para subsidiar a produção de pautas sobre CT&I?
10. Qual orientação dada pela gestão da instituição sobre as estratégias da Ascom? Como são construídas?
11. Há interferência da gestão da universidade nas pautas a serem veiculadas?
12. É passada alguma orientação à equipe do tratamento a ser realizado no material de ciência, tecnologia e inovação?
13. Em sua opinião, o material produzido pela ascom é educativo e contribui para a democratização do conhecimento?
14. Há canais de interação com os leitores/ internautas?
15. Como é a relação com os pesquisadores? Eles encaminham sugestões de pauta?
16. O material produzido é previamente revisado pelo pesquisador?
17. Qual é o tipo de abordagem/temática de maior prevalência no site?

OBS: Solicitar Plano de Comunicação/Política de Divulgação ou outros documentos em que estejam explicitadas orientações para a assessoria de comunicação. Pedir dados sobre pesquisa da instituição.