



University of  
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Unversitário Santo Agostinho

# revistafsa

[www4.fsnet.com.br/revista](http://www4.fsnet.com.br/revista)

Rev. FSA, Teresina, v. 21, n. 6, art. 4, p. 63-85, jun. 2024

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2024.21.6.4>

DOAJ DIRECTORY OF  
OPEN ACCESS  
JOURNALS

WZB  
Wissenschaftszentrum Berlin  
für Sozialforschung



## Divulgação Científica e Assessoria de Comunicação: Reportagem Sobre Pesquisa em Sites de Universidades Públicas da Região Nordeste do Brasil

### Dissemination of Science and Communications Department: Report on Research on the Websites of Public Universities in the Northeast Region of Brazil

#### **Thâmara Carla Gonzaga Ferreira de Almeida Prado**

Mestrado em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Alagoas  
Graduação em Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Federal de Alagoas  
E-mail: thamaragonzaga@gmail.com

#### **Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade**

Doutora da Informação pela Universidade Federal da Paraíba  
Professora Adjunta da Universidade Federal de Alagoas  
E-mail: roberia.andrade@ichca.ufal.br

#### **Magnólia Rejane Andrade dos Santos**

Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo  
Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/UFAL)  
E-mail: magnolia@reitoria.ufal.br

#### **Endereço: Thâmara Carla Gonzaga Ferreira de Almeida Prado**

Universidade Federal de Alagoas – Av. Lourival Melo Mota, S/N, Tabuleiro do Martins, Maceió - AL, Cep: 57072-970. Brasil.

#### **Endereço: Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade**

Universidade Federal de Alagoas – Av. Lourival Melo Mota, S/N, Tabuleiro do Martins, Maceió - AL, Cep: 57072-970. Brasil.

#### **Endereço: Magnólia Rejane Andrade dos Santos**

Universidade Federal de Alagoas – Av. Lourival Melo Mota, S/N, Tabuleiro do Martins, Maceió - AL, Cep: 57072-970. Brasil.

#### **Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues**

Artigo recebido em 20/04/2024. Última versão recebida em 15/05/2024. Aprovado em 16/05/2024.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação.



## RESUMO

As assessorias de comunicação das universidades públicas federais desempenham um significativo trabalho no que se refere à publicização de ações concernentes a esses espaços produtores de conhecimento. Marcada por uma série de atividades que envolvem a tríade ensino, pesquisa e extensão, são inúmeras as frentes de atuação das referidas instituições e que precisam ser tornadas públicas. Com direcionamento de investigação da pesquisa bibliográfica, por meio de estudo de natureza exploratória e abordagem qualitativa, o presente trabalho teve como objetivo identificar a existência de textos de reportagem sobre pesquisas de caráter científico em sites de universidades públicas federais localizadas na região Nordeste do Brasil. O intento foi o de verificar se os endereços on-line são utilizados para fins de divulgação científica. Para a coleta de dados, foram realizadas quatro consultas em dias e meses distintos, nos anos de 2023 e 2024, aos sites institucionais de nove universidades públicas federais localizadas na região Nordeste do Brasil. Durante as visitas de observação, evidenciou-se um número reduzido de textos sobre pesquisas quando comparado ao número de produções textuais que publicizavam fatos de caráter administrativo e de serviços. Enuncia-se o potencial de se valer de forma estratégica da estrutura das assessorias de comunicação e dos sites institucionais das universidades públicas federais, a fim de empreender um trabalho continuado de divulgação científica.

**Palavras-chave:** Assessoria de Comunicação. Divulgação Científica. Universidades Públicas Brasileiras.

## ABSTRACT

The communications departments of federal public universities do a significant job of publicizing the actions of these knowledge-producing institutions. Marked by a series of activities involving the triad of teaching, research and extension, there are countless fronts on which these institutions operate and which need to be made public. The aim of this study was to identify the existence of texts reporting on scientific research on the websites of federal public universities located in the Northeast region of Brazil, through an exploratory study with a qualitative approach. The aim was to check whether the online addresses are used for scientific dissemination purposes. To collect the data, four visits were made, on different days and months in 2023 and 2024, to the institutional websites of nine federal public universities located in the Northeast region of Brazil. During the observation visits, there was a small number of texts about research when compared to the number of textual productions that published administrative and service facts. This shows the potential of making strategic use of the structure of the communication departments and institutional websites of federal public universities in order to carry out ongoing scientific dissemination work.

**Keywords:** Communications Department. Dissemination of Science. Brazilian Public Universities.

## 1 INTRODUÇÃO

As assessorias de comunicação (Ascoms) das universidades públicas federais no Brasil desempenham um significativo trabalho no que se refere à publicização de ações institucionais, tendo em vista divulgar para a sociedade as atividades realizadas por servidores, gestores e estudantes, ou seja, a comunidade universitária que compõe a estrutura organizacional desses espaços. Sendo as referidas instituições a comporem a lista das que mais publicam pesquisa no país (*Web of Science Group*, 2019), as Ascoms, uma vez compondo a estrutura organizacional, devem ser vistas de modo estratégico, assumindo, cada vez mais, a função precípua de informar o conhecimento que é desenvolvido em tais organizações.

Como aponta Kunsch (1996), o papel de protagonismo das universidades brasileiras na produção do conhecimento traz a obrigação de promover o acesso a esse saber. Segundo a autora:

É grande a responsabilidade que recai sobre a universidade pelo fato de ela ser um centro por excelência de criação e reprodução de novos avanços científicos e tecnológicos e ter como dever a missão de imbuir-se da tarefa de democratizar as conquistas, tornando-as acessíveis à sociedade (KUNSCH, 1996, p. 1).

Composta por servidores concursados e com formação na área, com sites de notícias, redes sociais e, em alguns casos, rádios e canais de televisão, as Ascoms apresentam condições profissionais para realizarem um trabalho continuado de divulgação científica<sup>1</sup>, considerando a perspectiva de funcionamento dos meios de comunicação de massa e buscando uni-la às peculiaridades do meio acadêmico, assim como orienta Pena (2010, p. 205), com foco no público não especializado nos temas científicos.

Nas universidades públicas federais brasileiras, marcadas por uma série de atividades que envolvem a tríade ensino, pesquisa e extensão, pode ocorrer que, ao longo da rotina de trabalho, tais profissionais sejam absorvidos pela cobertura de fatos que remetam muito mais a rotinas administrativas e de acesso a serviços, em detrimento da divulgação de uma das atividades-fim da instituição, isto é, a pesquisa. Um estudo de caso feito por Ramalho e Gradim (2022), ao analisar o conteúdo do boletim informativo intitulado @UFRNotícias, produzido pela Agência de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte

---

<sup>1</sup> Neste trabalho, adota-se a compreensão de divulgação científica apontada por Bueno (1985, p. 1421) a qual “[...] compreende a utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação de informações científicas e tecnológicas ao público em geral”.

(UFRN), evidenciou que a divulgação das pesquisas é reduzida, considerando a publicização de outros assuntos que envolvem a instituição.

A inexistência de uma política institucional que abarque a atividade de divulgação científica em alguns desses espaços pode explicar, em certa medida, a dificuldade de se estabelecer um trabalho coordenado, contínuo, planejado e com objetivos determinados. Ao analisar os dados obtidos junto a cientistas de 39 universidades federais do Brasil, Costa (2023, p. 138) aponta que “[...] os resultados sugerem que a maioria dos pesquisadores percebe que a divulgação científica ainda não está na agenda prioritária das universidades [...]”.

Nesse sentido, e de modo complementar, corrobora o estudo realizado por Oliveira e Lima (2023, p. 397), o qual aponta que, das vinte universidades públicas federais localizadas na região Nordeste do Brasil, há “[...] apenas três universidades nordestinas com políticas de comunicação documentadas e disponibilizadas em seus sítios eletrônicos [...]”. Para os autores, o dado é preocupante por demonstrar a inexistência de orientações que norteiem o trabalho de comunicação realizado nas instituições. Ainda de acordo com Oliveira e Lima (2023, p. 405):

Este estudo corrobora a necessidade urgente de que as políticas de comunicação e a divulgação científica precisam ser vistas como prioridade pelas gestões das organizações, especialmente pelas universidades, cuja função vai além da formação de novos profissionais, pois visa à transformação social e ao desenvolvimento regional. Além disso, essas instituições têm a obrigação de fornecer transparência às suas ações, visto que suas atividades são desenvolvidas com os recursos públicos, provenientes da sociedade.

Kunsch (1996, p. 1) afirma que, para a universidade cumprir a sua missão de democratizar o acesso ao conhecimento produzido em seu ambiente acadêmico, será preciso “[...] ter uma comunicação pautada por uma política global que oriente a difusão de sua produção científica”. Nesse escopo, contemplar o redirecionamento de atuação e da estratégia de divulgação das Ascoms das universidades públicas federais se apresenta como uma ação potencial, sobretudo, tal como aponta Oliveira (2020), na contemporaneidade marcada pelo fenômeno da desinformação e por uma “crise epistêmica”, que atinge, sobremaneira, a ciência e o jornalismo.

Com base no cenário acima exposto e tendo como referência o estudo de Ramalho e Gradim (2022), o presente trabalho teve como objetivo identificar a existência de produções

textuais do tipo reportagem<sup>2</sup>, na primeira página dos sites institucionais de nove universidades públicas federais situadas na região Nordeste do Brasil, que remetessem a estudos científicos realizados por pesquisadores das instituições, de maneira exclusiva ou em parceria com outras organizações. O escopo foi o de mensurar se o site institucional é utilizado para realizar a divulgação acerca de pesquisas de caráter científico.

Moreira e Massarani (2002, p. 64) afirmam que “Tais atividades [referentes à divulgação científica] ainda são consideradas marginais e, na maioria das instituições, não influenciam a avaliação de professores e pesquisadores”. Ante esse argumento, a hipótese levantada é a de que os sites ainda não são utilizados para um trabalho continuado, no sentido de divulgar produções voltadas para informar a população acerca da ciência. O estudo parte do pressuposto de que as assessorias de comunicação e os sites institucionais das universidades públicas deveriam ser vistos de forma estratégica, a fim de realizar uma divulgação científica mais consistente. Para a consecução do intento, a partir do direcionamento da pesquisa bibliográfica, realizou-se estudo de natureza exploratória e de abordagem qualitativa.

Em sua estrutura, o presente trabalho apresenta tópicos que discorrem acerca da contribuição de autores sobre divulgação científica e a relevância social de sua realização no contexto das universidades públicas brasileiras; enuncia o trabalho colaborativo que pode ser realizado entre os pesquisadores e jornalistas das Ascoms para fomentar a divulgação científica no ambiente universitário. Na sequência, indica o processo metodológico que orientou o estudo; analisa e tece considerações sobre alguns indicadores observados nos sites institucionais nos dias das visitas.

Apesar do aumento do uso exponencial das redes sociais para se obter informações sobre ciência (HUBER *et al.*, 2019), presume-se que não se pode ignorar o potencial informativo dos sites institucionais e sua condição de suporte informacional para combater narrativas que tentam descredibilizar as contribuições embasadas pelo método científico. Esses espaços podem ser utilizados de modo coordenado com as redes sociais, inclusive, por causa das limitações espaciais e pelo caráter volátil do ambiente dessas redes. Os sites institucionais das universidades públicas federais podem se configurar como espaços on-line

---

<sup>2</sup> Compreende-se para fins deste trabalho o gênero reportagem de divulgação científica com base em Santos e Ramos (2022, p. 9), o qual “[...] tem como objetivo divulgar e discutir questões relacionadas à ciência e às descobertas científicas para o público em geral, não especializado”.

com informações científicas credíveis para os quais a população poderá acorrer, tanto para conhecer como para esclarecer dúvidas.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Divulgação Científica e Universidades

Na sociedade da informação, a divulgação do conhecimento refletido, elaborado e aplicado no ambiente das universidades públicas deve ser trabalhada como uma questão de interesse público e passar a ser considerada a partir da perspectiva de um “[...] programa nacional de divulgação científica” (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 64). Isso porque é nas universidades públicas onde são realizadas a maioria das pesquisas no Brasil.

De acordo com dados da pesquisa Percepção Pública da Ciência e Tecnologia Brasil-2019, promovida pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), os brasileiros reconhecem a ciência como essencial para o desenvolvimento da nação e apontam os pesquisadores das universidades como fontes de informação de confiança. Todavia, em matéria on-line publicada no Jornal da Universidade de São Paulo (USP), Escobar (2019) aponta o fato de “[...] que as universidades não são percebidas pela população como instituições de pesquisa, apesar de serem elas as responsáveis pela maior parte da produção científica nacional”. E o autor ainda acrescenta:

Das 50 instituições que mais publicaram trabalhos científicos no Brasil nos últimos cinco anos, 44 são universidades (36 federais, sete estaduais e uma particular) e cinco são institutos de pesquisa ligados ao governo federal (Embrapa, Fiocruz, CBPF, Inpa e Inpe), também mantidos com recursos públicos, além de um instituto federal de ensino técnico [...] (Escobar, 2019).

Tais dados evidenciam que, na realidade brasileira, além de divulgar o conhecimento elaborado pela comunidade universitária, revela-se a necessidade de informar para a população sobre a existência, a estrutura, o funcionamento e a missão institucional das universidades públicas. Apresentá-las em sua totalidade, mostrando que sua atuação não se limita a oferecer aulas para formação profissional, como apontou Severino (2013, p. 22), “[...] apesar da importância dessa função, em nenhuma circunstância pode-se deixar de entender a Universidade igualmente como lugar priorizado da produção do conhecimento”. Evidenciar, também, que as pesquisas realizadas por seus profissionais têm aderência social e estão conectadas a demandas de interesse local e mundial.

Além de serem as que mais publicam pesquisas acadêmicas (*Web of Science Group*, 2019), as universidades públicas brasileiras são as que mais se configuram como depositantes de pedidos de Propriedade Intelectual no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). No *ranking* dos maiores depositantes de pedidos de patente de invenção no INPI, referente ao ano de 2020, do total de 50 depósitos de residentes, 23 são de universidades federais e três de fundações ligadas a universidades federais, totalizando 26 patentes (INPI, 2021). Tais números revelam o protagonismo das universidades públicas federais em áreas estratégicas para o desenvolvimento do país e de seus cidadãos, bem como o capital informacional que pode ser divulgado de forma estratégica pelas assessorias de comunicação atuantes nas referidas instituições.

Bueno (2009, p. 117) aponta a atuação das universidades, ao longo da história, e destaca que tais instituições têm

[...] cumprido papel fundamental, não apenas na sensibilização dos futuros profissionais de imprensa para a cobertura de Ciência e Tecnologia – C&T, mas, sobretudo, permitindo a prática do jornalismo científico em projetos relevantes, com a participação de alunos e professores de graduação e pós-graduação (Bueno, 2009, p. 117).

Ocorre que, apesar do aumento do interesse pelo tema da divulgação científica na rotina do ambiente acadêmico brasileiro, a atividade ainda não tem sua significância validada de modo efetivo (MOREIRA; MASSARANI, 2002). Considerando que o contexto econômico, político e as aspirações sociais de cada época interferem nas ações de divulgação (MASSARANI; MOREIRA, 2004), percebe-se sobressair na atualidade brasileira o caráter predominantemente restritivo da divulgação científica, uma vez que se direcionam, de modo mais notável, a um público segmentado, constituído por pessoas letradas e com melhores condições econômicas. Com uma história marcada por séculos de extrativismo exploratório e pela inexistência de um projeto sociopolítico inicial voltado ao desenvolvimento e à propagação das ideias científicas, como descreveram Moreira e Massarani (2002), compreendem-se as dificuldades para se promover o acesso ao saber científico no país.

Destarte, não se deve ignorar que a história do acesso ao ensino superior é marcada pelo viés de ser considerado como algo restrito a uma elite privilegiada, assim como refletiu Targino (1982). E seguindo essa perspectiva, tradicionalmente, as abordagens sobre divulgação científica fazem uma distinção entre os cientistas – vistos como a personificação do conhecimento – e o público: um transmite e outro recebe passivamente (MASSARANI; MOREIRA, 2004, p. 30). Quando deveria ser “[...] um processo de intercâmbio dinâmico: um



processo de duas vias, em que o conhecimento, as necessidades, os desejos e expectativas do público devem ser considerados” (MASSARANI; MOREIRA, 2004, p. 34, tradução nossa).

Há vários fatores que impedem uma divulgação científica mais abrangente e eficiente. A história do próprio fazer científico, na sua origem, enfrentou dificuldades para se estabelecer, diante das perseguições e repressões de cientistas por governantes e representantes da Igreja, que impediam até mesmo a comunicação entre os pares, por serem tais ideias consideradas subversivas (MUELLER; CARIBÉ, 2010, p. 14-16). Considerando o contexto das universidades públicas federais, um dos desafios é envolver professores - pesquisadores, gestores e a estrutura institucional, de modo a favorecer as ações de divulgação científica.

Certamente, existe um grande potencial de ação nas universidades públicas e nos institutos de pesquisa, acumulado em seus pesquisadores, professores e estudantes, mas pouco se faz de forma organizada para uma difusão científica mais ampla. Parece clara a necessidade de se criar, como tem acontecido em outros países, um programa nacional de divulgação científica (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 64).

Ainda em relação às dificuldades de se estabelecer a divulgação científica, coadunam os argumentos de Bueno (2009, p. 121) ao apontar que, apesar dos avanços, “[...] o caminho a trilhar é imenso” quando se refere a aproximar a ciência desenvolvida nas universidades da população. De acordo com o referido autor:

É necessário reconhecer que o trabalho de divulgação científica, no Brasil, continua sendo obstaculizado pela ausência de uma “cultura de comunicação” nos nossos principais centros geradores de C&T (universidades, institutos e empresas de pesquisa), que, em sua maioria, ainda não elegeu a democratização do conhecimento científico como uma de suas prioridades e que pratica a doutrina do *low profile* no que diz respeito à interação com a sociedade (BUENO, 2009, p. 121).

Targino (1982, p. 19) defende que o compromisso da universidade é “[...] com o desenvolvimento global do ser humano”. Advoga no sentido de que a sociedade mudou e afirma que a referida instituição não deve se enquadrar “[...] na categoria de uma mera escola profissional nem na de uma simples *‘Universitas Studiorum’*, onde se prepondera a cultura erudita”. Argumenta que a “secularização do saber” não tolera um compartilhamento dos conhecimentos por padrões inalteráveis (TARGINO, 1982, p. 19-20).

Targino (1982, p. 19) ainda ressalta que “A Universidade é para a sociedade abrangente, diversificada e em mudança. Não o contrário”. Tais palavras, ditas há mais de quatro décadas, ainda são atuais e descortinam o cenário cada vez mais desafiador para a ciência e os pesquisadores, não só em relação às demandas de estudos surgentes como também às exigências por explicações advindas dos cidadãos e cidadãs. O público, de modo mais notável após o período das grandes guerras, passou a se preocupar questionando os



percursos, ambições e resultados científicos na vida prática da sociedade, como indicou Albagli (1996).

Percebe-se um aumento da defesa na promoção e no estímulo às atividades de divulgação científica para o público não especializado em nações com regimes de governo democráticos (MUELLER; CARIBÉ, 2010). O desafio é como e por quais meios abordar um conhecimento elaborado sobre regras tão específicas e fazer isso de modo a alcançar um público cada vez mais diversificado (MASSARANI; MOREIRA, 2004, p. 34), em um cenário multimídia marcado por argumentos contrários às recomendações da ciência com elevado poder de persuasão.

Os desafios são muitos, mas não se pode eximir do fato de que negar o acesso ou não favorecer a compreensão desse arcabouço intelectual acumulado é restringir a cidadania, assim como analisam Targino e Torres (2014). Há de se considerar a necessidade social de empreender um diálogo acerca da ciência para além dos espaços de pesquisa e encontrar o grande público para torná-los instruídos e capazes para se valer potencialmente de tais conhecimentos, uma vez que “A inaptidão em exercitar a análise crítica do que se passa ao seu redor conduz à marginalização do indivíduo [...]” (TARGINO; TORRES, 2014, p. 10). Como defende Severino (2013, p. 21), “A Universidade, em seu sentido mais profundo, deve ser entendida como uma entidade que, funcionária do conhecimento, destina-se a prestar serviço à sociedade no contexto em que ela se encontra situada [...]”.

Realizar estudos para melhor compreender a natureza, de modo a salvaguardar a vida e promover a sua qualidade, colaborar para a “justiça social e cognitiva” (SANTOS, 2007, p. 77), formar cidadãos para o mercado de trabalho, bem como encontrar soluções para o mundo dos negócios, são dimensões que estão no horizonte de pesquisas realizadas pelos professores pesquisadores das universidades públicas federais e a população tem a necessidade, bem como o direito, de acessar esse patrimônio intelectual.

## **2.2 Trabalho Colaborativo entre ASCOM e Pesquisador**

Ao recuperar o contexto histórico sobre o surgimento das assessorias de comunicação no Brasil, Teixeira e Fort (2023, p. 3) relatam que a criação de grandes empresas nas esferas estatais e particulares e os avanços tecnológicos “[...] contribuíram para o surgimento da assessoria de comunicação como intermediária entre organizações e veículos de comunicação tradicionais – tais como rádio, televisão, jornais impressos e a internet”.

Ocorre que as facilidades de acesso à rede mundial de computadores, analisam Teixeira e Fort (2023, p. 14), promoveram mudanças consideráveis na forma de se relacionar e consumir as informações, retirando dos tradicionais veículos de comunicação de massa o caráter exclusivo de mediação entre as organizações (públicas ou privadas) e o público, uma vez que as instituições podem estabelecer seus próprios canais para dialogar com os segmentos de interesse. Nesse cenário, “o papel da assessoria de comunicação enquanto mediadora entre as organizações e os meios de comunicação de massa tem sido ampliado e reconfigurado” (TEIXEIRA; FORT, 2023, p. 14). Lasta (2017) também analisa que a visão “clássica” sobre assessoria de comunicação – configurada, preferencialmente, por meio da relação das organizações com as instituições midiáticas – , “[...] aquelas que possuem como essência/razão em/de ser na atividade setorial e principal mídia” (LASTA, 2015, p. 141), merece ser (re)discutida, não no sentido de rejeitá-la, mas de ampliar aspectos referentes ao seu ensino e à sua prática.

Ao considerar a rotina das Ascoms das universidades públicas federais, percebe-se esse processo de ampliação e reconfiguração da prática profissional, tal como apontado por Teixeira e Fort (2023) e Lasta (2015), uma vez que é realizado um trabalho que busca publicizar, em canais próprios, a exemplo de sites e de redes sociais, as atividades realizadas no ambiente da instituição, sem a intermediação dos meios de comunicação de massa tradicionais.

No que se refere à elaboração de reportagem sobre pesquisas, a divulgação científica é materializada, em sua maioria, por profissionais do núcleo de jornalismo. Os jornalistas das Ascoms podem se dedicar ao jornalismo científico, o qual, de acordo com Amaral e Juliani (2020, p. 9), é tido como uma das áreas relevantes na promoção da divulgação científica por permitir trabalhar a informação de modo diverso em níveis de profundidade do tema. Um dos pilares é valer-se de fontes fidedignas e confiáveis para balizar as informações e essas podem ser constituídas pelos professores pesquisadores das referidas instituições.

Com a possibilidade de se produzir conteúdo para as mídias sociais, são várias as pessoas que se posicionam sobre temas controversos, inclusive científicos, sem a devida experiência ou conhecimento que as permita se apresentar como formadoras de opinião sobre determinado assunto. Esse espaço ocupado representa a expressão da liberdade de opinião e de pensamento ao trazer mais e novas possibilidades ampliadas pela digitalização das formas de se comunicar, todavia, faz emergir um cenário de dúvidas e inseguranças em relação às informações disponibilizadas (AMARAL; JULIANI, 2020, p. 11). Por isso, a importância de, enquanto setor de uma organização reconhecida como ambiente legítimo de produção do

conhecimento, as Ascoms sejam vistas de forma estratégica, a fim de proporcionar à sociedade informação credível.

Para produzir divulgação científica, neste artigo encarada como a elaboração de um outro texto destinado a um público não especializado, compreendendo que a “[...] textualização da divulgação científica seria também um tipo de texto científico, com as características da ciência popular [...]” (FIORESI; SILVA, 2022, p. 8), de caráter colaborativo junto ao pesquisador e que pense no leitor numa perspectiva mais interativa e dialogal; conforme a visão de Fioravanti (2013), é preciso tempo e planejamento. Respeitar o ritmo próprio de trabalho dos cientistas que integram as universidades, pois é sabido que a vida acadêmica de um pesquisador universitário não se resume a aulas. Além das tarefas concernentes à pesquisa e ao ensino, estão elencadas, entre suas atribuições, a realização de ações de extensão e, em alguns casos, soma-se a execução de atividades administrativas.

Na perspectiva de um texto colaborativo de divulgação científica, a fim de diminuir ruídos e trabalhar de modo mais adequado os dados, uma das propostas para que isso ocorra de forma satisfatória, segundo sugestão de Fioravanti (2013), é de que o texto possa transitar da mão do jornalista – no caso da Ascom da universidade federal, um servidor público – para a do pesquisador – também um servidor público. E deste para aquele, sem ferir a autonomia profissional, mas no sentido de encontrar a melhor forma de se comunicar com o público. Nesse quadro, “[...] o cientista não é mais apenas o fornecedor de informações e explicações sobre seu próprio trabalho. Pode também ser um pensador e ajudar o jornalista a planejar a reportagem, sem interferir na sua autonomia” (FIORAVANTI, 2013, p. 325).

Diante desse potencial cenário, há quem possa questionar acerca da imparcialidade do profissional jornalista e a interferência em sua produção. Esclarece-se que, no caso em tela, fala-se de dois servidores – jornalista e professor/pesquisador – que, na prática, são “colegas” de instituição e regidos pelo mesmo sistema jurídico de trabalho<sup>3</sup>. A proposta de parceria não é no sentido de que o “saber” do pesquisador se imponha de modo inquestionável, mas que ambos encontrem uma melhor forma de compartilhar o conhecimento. Valendo-se dos argumentos de Oliveira (2020, p. 12), “Para enfrentar efetivamente a desinformação, as mensagens devem fornecer uma explicação coerente que descreva o que realmente aconteceu e por que aconteceu”.

---

<sup>3</sup> Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, que “dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais” (Brasil, 1990).

Tal parceria pode proporcionar equilíbrio para o trabalho diante de casos em que o pesquisador, a partir de critérios válidos do ponto de vista da comunicação científica, esboce o intento de que prevaleça uma versão marcada pela linguagem estruturada de acordo com as recomendações acadêmicas. Nessa situação, o profissional da Ascom, com base nos conhecimentos dos meios de comunicação de massa e no maior alcance da informação, poderá orientá-lo de que tal formato não é adequado para o site e as redes sociais institucionais, uma vez que não dialoga com o público. Por essa razão, a importância desse trabalho de união de saberes profissionais.

A referida proposta pode, inclusive, contribuir para minimizar o receio que os pesquisadores têm de conceder entrevistas aos próprios profissionais das assessorias de comunicação das instituições aos quais estão vinculados. Bueno (2010) alerta que muitos evitam falar com jornalistas dos meios de comunicação de massa pela apreensão de ter suas declarações deturpadas ou apresentadas pelo viés sensacionalista. Já em relação aos servidores das Ascoms, a prudência deve ser consultada na hora da escrita. O desejo de falar bem da instituição e de seus pesquisadores não deve direcionar a narrativa para uma visão estereotipada que só reforça o distanciamento do ambiente universitário e das pessoas que não integram esse espaço. Nesse contexto, faz-se pertinente lembrar as colocações de Moreira e Massarani (2002, p. 62), quando indicam que “De uma maneira geral, o jornalismo científico brasileiro ainda é, em grande parte, calcado em uma visão mistificada da atividade científica, com ênfase nos aspectos espetaculares ou na performance genial de determinados cientistas”.

Fioresi e Silva (2022) defendem que é preciso entender a divulgação científica como parte integrante no processo de produzir e legitimar a ciência. “Considerar que os textos de DC [divulgação científica] carregam consigo, para além dos conteúdos, outras características que fazem parte de sua constituição [...]”, considerando, além de sua estrutura linguística, as dimensões socioculturais que marcam sua elaboração (FIORESI; SILVA, 2022, p. 14).

Por se tratar de um texto com um maior número de caracteres, uma vez que necessita de explicações e contextualizações de modo a tornar o assunto compreendido, geralmente, as produções textuais sobre pesquisas acadêmicas, tanto as elaboradas por instituições de pesquisas ou por empresas jornalísticas profissionais, são publicadas no site institucional/oficial.

E é por esse motivo que este estudo buscou identificar se há produções textuais do tipo reportagem sobre pesquisas de caráter científico nas páginas principais dos sites das universidades públicas federais, limitando-se a instituições localizadas na região Nordeste do

Brasil, a fim de realizar um levantamento e identificar se os sites institucionais são utilizados para realizar divulgação científica.

### 3 PROCESSO METODOLÓGICO

A pesquisa foi realizada a partir do encaminhamento de estudo bibliográfico sobre os temas da divulgação científica, assessoria de comunicação e universidades públicas federais. O intento foi o de, por meio da literatura científica já publicada, evidenciar ângulos para compreender a questão proposta. A revisão da literatura sobre os temas referidos evidenciou a pertinência do estudo, ao contextualizar, com obras de autores das áreas da Ciência da Informação e da Comunicação, “[...] os pressupostos teóricos que dão fundamentação à pesquisa e as contribuições proporcionadas por investigações anteriores”, promovendo uma discussão atual sobre a temática (GIL, 2002, p. 162).

Em relação ao objetivo, apresenta-se de natureza exploratória, pois teve como escopo identificar a existência de textos do tipo reportagem que remetessem a pesquisas de caráter científico publicados nas primeiras páginas dos sites das universidades públicas federais localizadas na região Nordeste do Brasil e, por meio da mensuração, observar se os endereços eletrônicos são utilizados pelas Ascoms para fins de divulgação científica. Segundo Gil (2008, p. 27), o estudo exploratório tem entre os seus intentos principais “[...] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Já Bufrem e Alves (2020, p. 58) descrevem que, entre outras finalidades, a pesquisa exploratória busca “[...] identificar novos problemas ou, ainda, para reunir informações sobre as possibilidades práticas de uma aplicação [...]”.

Em relação à abordagem, apresenta-se qualitativa, pois, mais do que mensurar a existência dos textos nos sites, o trabalho buscou enunciar as potencialidades de trabalho das Ascoms e a relevância da divulgação científica no ambiente das universidades públicas federais. A partir da identificação e com base no referencial teórico, valeu-se desse tipo de abordagem, pois, assim como orientam Laville e Dionne (1999, p. 225), buscou-se alcançar significados sem mergulhar na subjetividade.

Para o levantamento de dados, o procedimento operacional utilizado foi o da “observação assistemática”, o qual, segundo Bufrem e Alves (2020, p. 91), não requer a delimitação prévia de instrumentos de controle. O levantamento foi configurado na visita aos respectivos portais. Como universo de pesquisa, elegeram-se os sites institucionais de universidades públicas federais da região Nordeste do Brasil, a qual contabiliza vinte

universidades públicas federais (OLIVEIRA; LIMA, 2023, p. 396). Para fins deste trabalho, a amostra se circunscreveu aos sites que mencionam em seus endereços os referidos estados, totalizando nove (9) endereços eletrônicos institucionais visitados<sup>4</sup>: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Universidade Federal do Piauí (UFPI), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Universidade Federal de Sergipe (UFS), Universidade Federal da Bahia (UFBA).

A observação foi realizada em quatro dias distintos: 6 de junho, 9 de agosto, 21 de setembro de 2023 e 20 de fevereiro de 2024. Elegeu-se como foco de observação a primeira página do site, especificamente, os espaços denominados de “carrossel” e “notícias com foto”, por considerar que ambos apresentam a tendência de destaque e de atrair mais a atenção do leitor. A identificação da produção textual como caracterizada de divulgação de pesquisa científica foi feita, de modo majoritário, pelo título da matéria e pelo lide<sup>5</sup>. Em alguns casos, para melhor identificar, recorreu-se à leitura integral do texto.

Justifica-se, ainda, que o presente trabalho não considerou as possíveis estratégias de organização, publicação e comunicação que, porventura, possam ter sido adotadas pelas Ascoms das respectivas instituições na disposição dos textos de reportagem no site, considerando aspectos laborais, institucionais, sociais e culturais nos quais estão inseridas. Ressalta-se que o levantamento realizado nos dias da consulta refere-se a um recorte temporal e que não tem o objetivo de se apresentar como um reflexo da perspectiva oficial da ação de divulgação científica de cada instituição.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 INDICADORES DOS SITES

De modo geral, são as produções textuais sobre acesso a serviços, rotinas administrativas, horários de funcionamento da instituição, cursos, eventos e seminários, bem

---

<sup>4</sup> <https://portalpadrao.ufma.br/site>, <https://www.ufpi.br/>, <https://www.ufc.br/>, <https://www.ufrn.br/>, <https://www.ufpb.br/>, <https://www.ufpe.br/>, <https://ufal.br/>, <https://www.ufs.br/>, <http://www.ufba.br>.

<sup>5</sup> Em jornalismo, o lide corresponde ao primeiro parágrafo de uma matéria e, geralmente, costuma conter as informações mais relevantes ou atrativas de modo a chamar a atenção do leitor.

como ações da gestão central (Reitoria), que predominam na página inicial/principal dos sites das universidades públicas federais do Nordeste, de modo semelhante como evidenciado no estudo de caso de Ramalho e Gradim (2022). São assuntos de interesse público, considerando a oferta de serviços e o impacto social das referidas instituições em suas localidades, mas indicadores de que as produções textuais de divulgação científica ainda não são priorizadas, tal como se visualiza no quadro abaixo.

**Quadro 1 - Textos sobre pesquisas nos sites**

Datas	Universidades Públicas Federais	UFMA	UFPI	UFC	UFRN	UFPB	UFPE	UFAL	UFS	UFBA
6 jun. 2023	Carrossel	STP	STP	STP	CTP/5	CTP/1	STP	CTP/1	STP	STP
	Espaço notícias com foto	STP	STP	CTP/1	STP	STP	CTP/1	STP	CTP/2	STP
9 ago. 2023	Carrossel	STP	STP	STP	CTP/5	STP	STP	STP	STP	STP
	Espaço notícias com foto	STP	STP	STP	STP	STP	STP	CTP/1	CTP/3	STP
21 set. 2023	Carrossel	STP	STP	STP	CTP/5	STP	STP	CTP/1	STP	STP
	Espaço notícias com foto	CTP/1	CTP/1	CTP/2	STP	STP	STP	STP	CTP/3	STP
20 fev. 2024	Carrossel	STP	STP	STP	CTP/4*	STP	STP	STP	STP	STP
	Espaço notícias com foto	STP	STP	STP	STP	STP	STP	STP	CTP/3	STP

Legenda: STP – sem texto sobre pesquisa.

CTP/N – com texto sobre pesquisa/número referente à quantidade de textos encontrados.

\* No dia da observação, constavam cinco matérias no carrossel, assim como observado nas visitas anteriores, mas uma se referia a uma ação de um projeto de extensão.

Fonte: elaborada pelas autoras, 2024.

Em uma área dos sites, conhecida, geralmente, como “carrossel”, onde uma certa quantidade de publicações se movimenta continuamente, passando de uma para outra, constatou-se que, nos dias de observação, a maioria dos portais das universidades não apresentava textos sobre pesquisa/ciência. O site da UFRN, nos dias das consultas, utilizava o espaço “carrossel” para publicar produções textuais referentes à ciência, tecnologia e inovação (CT&I), totalizando cinco publicações (CTP/5). Como pode ser visualizado no quadro, foi um movimento que se observou em todos os dias de acesso, exceto no último dia de visita quando se observou uma matéria sobre um projeto de extensão.

Essa utilização do site institucional como meio de divulgação científica pode ser resultado da política de comunicação institucionalizada e adotada na referida universidade, conforme avaliou Oliveira e Lima (2023, p. 404):



Em linhas gerais, a Política de Comunicação da UFRN é a que define de maneira mais clara a divulgação científica como prioridade de comunicação, visto que se utiliza objetivamente da expressão “divulgação prioritária da ciência, da tecnologia e da inovação” nos objetivos de comunicação, norteados não só a produção de material como a seleção de conteúdo para divulgação nos veículos institucionais.

Os dados da consulta/visita indicam que, além de uma política de comunicação documentada, a UFRN<sup>6</sup> utiliza o site institucional como um meio para divulgação científica, ao selecionar e produzir textos, de modo contínuo, que se referem a estudos realizados pelos pesquisadores da instituição.

**Figura 1 - Recorte da página principal do site da UFRN**



Fonte: ufrn.br, 20 fev. 2024.

Já quando se consideram os espaços de “notícias com foto”, a UFS apresentou regularidade, uma vez que, na parte de “Notícias”, encontrava-se um tópico específico “Ciência” com matérias que abordavam pesquisas da instituição nos quatro dias visitados (CTP/2, CTP/3, CTP/3, CTP/3, respectivamente), com a oportunidade de, ao clicar no link “+ Ciência”, ter acesso a mais conteúdo de caráter científico.

Embora não citada no levantamento de Oliveira e Lima (2023), a UFS dispõe de uma Política de Comunicação e Transparência aprovada em julho de 2021. Em seu artigo 12, o documento aponta o site da instituição como “[...] o canal mais completo de comunicação externa e interna, uma vez que atende às demandas de informações institucionais permanentes da universidade [...]”. O artigo 14, por sua vez, indica que “UFS Ciência constitui uma

<sup>6</sup> Informa-se que evitou mencionar o estudo de caso de Ramalho e Gradim (2022) no momento das análises em relação ao site da UFRN pelo fato de que, na coleta dos dados e em comparação a outras instituições, a referida universidade foi a que apresentou mais continuidade nas publicações referentes à divulgação científica.

marca desenvolvida para a divulgação científica da UFS [...]” e que “As publicações que tenham a marca do UFS Ciência devem privilegiar a popularização da ciência e a propagação do conhecimento científico gerado na instituição”.

Tais orientações constantes na referida política puderam ser observadas nos dias de consulta/visita ao site, evidenciando sua implementação, o que oportuniza ao leitor a possibilidade de encontrar produções textuais acerca do conhecimento acadêmico elaborado na instituição.

**Figura 2 – Recorte da seção Ciência, situada na página do site da UFS**



Fonte: ufs.br, 20 fev. 2024.

Costa (2023), ao questionar uma amostra de pesquisadores e verificar que, de um total de 580 respondentes, 78% deles não divulgavam suas pesquisas de forma espontânea para jornalistas científicos, analisa que “O resultado mostra que há espaço a ser trabalhado pelas universidades – assessorias de comunicação e/ou cientistas – para divulgarem resultados de pesquisa para a sociedade, por meio da imprensa” (COSTA, 2023, p. 133). A análise da referida pesquisadora, apesar de considerar de forma explícita os meios de comunicação externos ao ambiente universitário, pode ser usada de forma equivalente para o site institucional das universidades, uma vez que tal espaço informacional tem potencial para servir como agência de notícias e fonte de consultas para os profissionais do jornalismo científico e para a sociedade em geral.

As observações mostraram que a UFRN e a UFS são as instituições que apresentaram uma certa regularidade nas publicações de textos sobre pesquisas de caráter científico no “carrossel” e no “espaço notícias com fotos”, respectivamente. Ambas dispõem de uma política que orientam as ações de comunicação, inclusive, de divulgação científica. Além de ter acesso a informações sobre serviços e atividades administrativas pertinentes a tais instituições, ao visitar os sites, tem-se a disponibilidade de conteúdo referente à produção acadêmica das universidades.

Pelos dados apresentados, percebe-se que o processo de ampliação e reconfiguração da prática profissional das Ascoms, assim como apontaram Teixeira e Fort (2023) e Lasta (2015), precisa contemplar também iniciativas de modo a priorizar a divulgação científica em seus canais próprios, a exemplo dos sites. Recordando Bueno (2009), apesar dos avanços, ainda há necessidade de percorrer o caminho no sentido de tornar acessível para a população o conhecimento científico elaborado dentro das universidades.

Pode-se considerar a existência de outros meios de comunicação utilizados pelas Ascoms para divulgar as pesquisas realizadas na instituição, a exemplo de revistas impressas, redes sociais ou até mesmo outros sites vinculados ao principal. No entanto, há de se considerar a evidência de que os sites institucionais, um dos principais pontos de informação on-line, ainda não vêm sendo utilizados, de modo contínuo, como meios para se realizar divulgação científica.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As universidades públicas federais brasileiras apresentam potenciais possibilidades de interações e de aproximação com a comunidade por meio do conhecimento acadêmico. Em um contexto marcado pela informação digitalizada e pela amplitude de vozes e versões, considerando os dados indicados por este artigo, observa-se que os sites institucionais ainda não são utilizados de forma continuada para promover a divulgação do conhecimento científico produzido pelas referidas instituições, ratificando, assim, a hipótese levantada por este estudo.

O breve levantamento realizado em sites de universidades públicas federais da região Nordeste revela o quanto ainda são reduzidas as produções textuais que tenham como escopo comunicar o saber elaborado por estudantes, docentes e técnicos, quando comparada a outras publicações sobre assuntos diversos.

As Ascoms deveriam ser vistas de forma estratégica e terem condições de atuar nesse cenário, no sentido de coletar, gerenciar e disseminar a informação acadêmica para que seja utilizada a favor da sociedade, diminuindo a distância entre o conhecimento acadêmico e a compreensão da população; entre os cientistas e o público não especializado. Reforça-se que tal atividade não tem como meta fazer com que cada pessoa se torne uma autoridade em ciência, mas que tenha aptidão para refletir sobre um conhecimento que pode, ou não, interferir em sua realidade.

O recorte e as observações realizados neste artigo, apesar de suas evidentes limitações, revelaram que há a ausência de uma ação contínua na maioria dos sites das universidades públicas federais, quando se refere à divulgação científica, considerando que, nos dias de consulta, havia site com uma, duas ou nenhuma produção textual de reportagem sobre pesquisa. Todavia, eram sites atualizados, com significativa quantidade de textos sobre assuntos administrativos e de funcionamento da instituição, por exemplo. Isso demonstra a capacidade de trabalho referente a produções textuais das Ascoms, uma vez que as matérias, embora não abordassem pesquisas, apresentavam assuntos diversos, contemplavam um significativo número de pessoas e interesses, demonstrando a capacidade profissional de trabalho das assessorias no sentido de promover ações de interesse público.

Considerando a expressiva produção científica das universidades públicas federais e a contribuição relevante dos pesquisadores em diversas áreas do saber, ao perscrutar os supracitados sites institucionais e perceber que sobressaem matérias de caráter administrativo, em detrimento das atividades de divulgação científica, surge a conveniência da realização de estudos posteriores, a fim de analisar o porquê disso acontecer e quais as intercorrências que interferem no trabalho das Ascoms e diminuem as divulgações pertinentes à pesquisa.

Número reduzido de servidores no setor, alta demanda de cobertura de assuntos administrativos, uso de outros meios de comunicação para promover a divulgação científica, inclusive, as redes sociais, são algumas inferências possíveis. Todavia, argumenta-se que não se pode prescindir do espaço institucional dos sites das universidades, uma vez que permite trabalhar a informação com mais profundidade, bem como pode se configurar em um mecanismo acessível de consulta/pesquisa que poderá ser acionado pela população, caso deseje conhecer ou esclarecer dúvida.

## REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/639>. Acesso em: 30 jul. 2023.

AMARAL, F. V.; JULIANI, J. P. Diálogo entre comunicação e divulgação científica: reflexões para o desenvolvimento de habilidades em competência crítica da informação. **Biblos**: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Rio Grande v. 34, n. 01, p. 06-18, jan./jun. 2020. Disponível em: DOI: <http://dx.doi.org/10.14295/biblos.v34i1.11284>. Acesso em: 26 set. 2023.

BRASIL. Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. Dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 18 de abril de 1991. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8112cons.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8112cons.htm). Acesso em: 20 abr. 2024.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, (1esp), p. 1–12, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1>. Acesso em: 4 jun. 2023.

BUENO, W. C. Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma trajetória. *In.*: PORTO, C. M. (org.). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. p. 113-125. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-06.pdf>. Acesso em: 26 set. 2023.

BUENO, W. C. Jornalismo científico: conceito e funções. **Ciência e Cultura**, v. 37, n. 9, p. 1420-7, 1985. Disponível em: <https://biopibid.paginas.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%20C3%Adfco-conceito-e-fun%20C3%A7%20C3%A3o.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2023.

BUFREM, L. S.; ALVES, E. C. **A dinâmica da pesquisa em Ciência da Informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020.

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS (CGEE). Percepção pública da C&T no Brasil – 2019. **Resumo executivo**. Brasília, DF: 2019. 24p. Disponível em: [https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE\\_resumoexecutivo\\_Percepcao\\_pub\\_CT.pdf](https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_pub_CT.pdf). Acesso em: 5 jun. 2023.

COSTA, I. R. B. A percepção de pesquisadores sobre o processo de divulgação científica. **Animus**: Revista Interamericana de Comunicação Midiática. v. 21, n. 47, p. 125-142, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/72278>. Acesso em: 27 dez. 2023.

ESCOBAR, H. Fábricas de conhecimento: o que são, como funcionam e para que servem as universidades públicas de pesquisa. **Jornal da USP**, 5 abr. 2019. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/fabricas-de-conhecimento/#:~:text=A%20maior%20parte%20da%20ci%20C3%AAncia%20no%20Brasil%20%20C3%A9,come%20C3%A7am%20a%20trabalhar%20com%20pesquisa%20j%20C3%A1%20na%20gradua%20C3%A7%20C3%A3o>. Acesso em: 5 jun. 2023.

FIORAVANTI, C. H. Um enfoque mais amplo para o Jornalismo Científico. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 36, dez. 2013. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S1809-58442013000200015>. Acesso em: 25 mar. 2023.

FIORESI, C; SILVA, H. Ciência popular, divulgação científica e Educação em Ciências: elementos da circulação e textualização de conhecimentos científicos. **Ciência & Educação**, Bauru, v. 28, p. 2-17, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1516-731320220049>. Acesso em: 5 jun. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HUBER, B. *et al.* Fostering public trust in science: The role of social media. **Public Understanding of Science**, v. 28, n. 7, p. 759–777, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963662519869097>. Acesso em: 18 ago. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **INPI divulga rankings dos maiores depositantes em 2020**. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias/inpi-divulga-rankings-dos-maiores-depositantes-em-2020#:~:text=Entre%20as%20Patentes%20de%20Inven%C3%A7%C3%A3o,Federal%20da%20Para%C3%ADba%20\(74\)](https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias/inpi-divulga-rankings-dos-maiores-depositantes-em-2020#:~:text=Entre%20as%20Patentes%20de%20Inven%C3%A7%C3%A3o,Federal%20da%20Para%C3%ADba%20(74)). Acesso em: 11 ago. 2023.

KUNSCH, M. M. K. Divulgação científica: missão inadiável da Universidade. **Logos: Comunicação e universidade**, v. 3, n. 1, p. 46-47, 1996. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/000952253.pdf>. Acesso em: 1 ago. 2023.

LASTA, E. **A práxis reflexiva das relações públicas na sociedade midiaticizada**: mediação estratégica comunicacional nos blogs corporativos. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/3430>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LASTA, E. (Re)discutindo a assessoria de comunicação no contexto da sociedade midiaticizada. *In.*: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 11., 2017, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. Disponível em: <https://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/arquivos/10.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C. Divulgación de la ciencia: perspectivas históricas y dilemas permanentes. **Quark**, n. 32, p. 30-35, abr./jun. 2004. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/37761776\\_Divulgacion\\_de\\_la\\_ciencia\\_perspectivas\\_historicas\\_y\\_dilemas\\_permanentes](https://www.researchgate.net/publication/37761776_Divulgacion_de_la_ciencia_perspectivas_historicas_y_dilemas_permanentes). Acesso em: 30 maio 2023.

MOREIRA, I. C.; MASSARANI, L. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. *In.*: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. **Ciência e Público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência/UFRJ, 2002. p. 43-64. Disponível em:



[https://www.museudavida.fiocruz.br/images/Publicacoes\\_Educacao/PDFs/cienciaepublico.pdf](https://www.museudavida.fiocruz.br/images/Publicacoes_Educacao/PDFs/cienciaepublico.pdf). Acesso em: 30 maio 2023.

MUELLER, S.; CARIBÉ, R. C. V. A comunicação científica para o público leigo: breve histórico. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 13-30, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1esp13. Acesso em: 29 maio 2023.

OLIVEIRA, C. F.; LIMA, J. R. T. A Divulgação Científica nas Políticas de Comunicação das Universidades Federais do Nordeste. **Revista ECCOM: Educação, Cultura e Comunicação**, v. 14, n. 27, p. 387- 408, jan./jun. 2023. Disponível em: <https://revistaecom.wixsite.com/eecom/edi%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 2 out. 2023.

OLIVEIRA, M. T. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5374, dezembro 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5374>. Acesso em: 31 ago. 2023.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

RAMALHO, R.; GRADIM, A. Divulgação da ciência na universidade pública: análise de conteúdo de informativo produzido por uma assessoria de comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 53, 2022. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/107073>. Acesso em: 17 abr. 2024.

SANTOS, T.G.; RAMOS, W. C. A organização retórica do gênero textual reportagem de divulgação científica. **DELTA: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 37, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/48177>. Acesso em: 17 abr. 2024.

SANTOS, B. S. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Novos Estudos**, 79, p. 71-94, nov. 2007. Disponível em: DOI 10.1590/S0101-33002007000300004. Acesso em: 24 jun. 2023.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013.

TARGINO, M. G.; TORRES, N. H.; Comunicação científica além da ciência. **Ação Midiática: Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**. n. 7, p. 1-12, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36899>. Acesso em: 4 jun. 2023.

TARGINO, M. D. G. Universidade brasileira: uma visão crítica. **Cadernos de Biblioteconomia**, v. 5, n. 1, p. 13-21, 1982. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/62291>. Acesso em: 17 ago. 2023.

TEIXEIRA, R. M.; FORT, M.C. O papel da assessoria de comunicação no contexto da midiaticização. **Comunicação & Inovação**, v. 24, jan./dez. 2023. Disponível em: [https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/8805](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/8805). Acesso em: 16 abr. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE. **Resolução nº 18/2021/CONSU** - Política de Comunicação e Transparência. São Cristóvão – SE, 2021. Disponível em:



<https://comtransparencia.ufs.br/pagina/24906-politica-de-comunicacao-e-transparencia>. Acesso em: 15 mar. 2024.

WEB OF SCIENCE GROUP. **Research Excellence Awards Brazil**. [S.l.]: Clarivate, 2019. Disponível em [https://discover.clarivate.com/Research\\_Excellence\\_Awards\\_Brazil\\_Download](https://discover.clarivate.com/Research_Excellence_Awards_Brazil_Download). Acesso em: 18 ago. 2023.

**Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:**

PRADO, T. C. G. F. A; ANDRADE, R. L. V; SANTOS, M. R. A. Divulgação Científica e Assessoria de Comunicação: Reportagem Sobre Pesquisa em Sites de Universidades Públicas da Região Nordeste do Brasil. **Rev. FSA**, Teresina, v. 21, n. 6, art. 4, p. 63-85, jun. 2024.

Contribuição dos Autores	T. C. G. F. A. Prado	R. L. V. Andrade	M. R. A. Santos
1) concepção e planejamento.	X		
2) análise e interpretação dos dados.	X	X	
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X	X