

Jornalismo: ferramenta para divulgação científica e tecnológica

Giovanna Gouvea Marques Abbá¹

Victória Fraga Bolfe²

Nadir Rodrigues Pereira³

Resumo: Neste trabalho será abordada a importância da comunicação, em especial a jornalística, para divulgação científica e tecnológica, com o objetivo de informar a sociedade sobre os resultados de pesquisas, tecnologias e serviços desenvolvidos pela Embrapa Informática Agropecuária. Serão apresentadas técnicas e ferramentas comunicacionais, incluindo assessoria de imprensa e veículos de comunicação organizacionais, que auxiliam o comunicador na interação entre a comunidade científica e a sociedade. Assim, o jornalismo científico contribui para tornar público o conhecimento produzido na Embrapa, levar os resultados à população e prestar contas sobre os recursos públicos investidos nas pesquisas.

Palavras-chave: divulgação científica, comunicação, tecnologia, ciência, jornalismo.

¹Estudante de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), estagiária da Embrapa Informática Agropecuária, Campinas, SP.

²Estudante de Jornalismo da PUC-Campinas, estagiária da Embrapa Informática Agropecuária, Campinas, SP.

³Jornalista, mestre em Educação, analista da Embrapa Informática Agropecuária, Campinas, SP.

Introdução

O acesso às informações públicas é um direito do cidadão, garantido pela Constituição Federal e pela Lei de Acesso à Informação. As instituições públicas de pesquisa devem prestar contas à sociedade sobre os recursos investidos em pesquisas, além de garantir que o conhecimento e os resultados gerados sejam levados à população, contribuindo para o desenvolvimento político, econômico e social. Assim, cabe a estas instituições praticar uma comunicação pública democrática, para que as pessoas compreendam as implicações da ciência e da tecnologia, permitindo o exercício da cidadania e a participação efetiva nas decisões que envolvem toda a sociedade.

A divulgação científica e tecnológica é uma estratégia de popularização do conhecimento que busca torná-lo acessível, por meio de uma linguagem adequada, e ajuda a esclarecer a população oferecendo variadas abordagens e análises sobre os benefícios e riscos das pesquisas e tecnologias produzidas. Como uma ferramenta de comunicação, o jornalismo permite que o cidadão se informe, compreenda diversos pontos de vista, discuta, argumente, desenvolva o senso de criticidade e participe de decisões importantes para o País que o afetam.

No caso das instituições públicas como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), ações estratégicas em comunicação organizacional incluem atividades de assessoria de imprensa, focadas no planejamento, apuração e organização de informações e processos, que são desenvolvidas com o propósito de intermediar a relação da comunidade científica com a sociedade. É importante que o conteúdo divulgado seja de fácil compreensão para que realmente possa ser compreendido e usufruído.

A palavra comunicar vem do latim *communis* e significa comum. Há também derivações que sugerem os significados 'pertencer' ou estar 'em relação a'. Comunicação é, pois, a ação de construir entendimentos comuns realizada de forma conjunta entre um ou mais indivíduos que, envoltos a um contexto específico, promovem uma relação social. (TORRES et al., 2012).

Para Duarte (2016, p. 14), o papel do jornalista na assessoria de imprensa é importante porque "ele pode ser fonte de informação para a sociedade ou segmentos de público sobre a atuação e avanços tecnológicos gerados, ajudando na prestação de contas, na transparência, na conquista de parceiros e de apoio institucional". Na Embrapa, o trabalho dos Núcleos de Comunicação Organizacional (NCO) são amparados pela Política de Comunicação da Empresa (EMBRAPA, 2002). Para auxiliar nas atividades de jornalismo e assessoria de imprensa, existem o Manual de redação de textos jornalísticos (EMBRAPA, 2007) e o guia *Pesquisa & imprensa: orientações para um bom relacionamento* (DUARTE, 2016).

Desta forma, o objetivo deste trabalho é apresentar as ferramentas usadas para a divulgação científica das pesquisas, tecnologias, produtos e serviços desenvolvidos pela Embrapa Informática Agropecuária, Unidade Descentralizada da Embrapa, cuja missão é viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação em tecnologia da informação e bioinformática para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira.

Materiais e Métodos

Uma das estratégias usadas para divulgação científica é a comunicação institucional ou organizacional, por meio de técnicas de jornalismo e assessoria de imprensa.

No contexto da comunicação institucional, a assessoria de imprensa é uma das ferramentas essenciais nas mediações das organizações com o grande público, a opinião pública e a sociedade, via mídia impressa, eletrônica e internet. (KUNSCH, 2003, p.169).

Assim, o processo de assessoria de imprensa é realizado com o uso de estratégias, técnicas e instrumentos planejados visando obter eficácia das ações.

As pesquisas e seus resultados, seja tecnologias, produtos ou serviços, gerados pela Embrapa Informática Agropecuária são divulgados ao público por meio da produção de notícias e relises publicados no Portal da Empresa e da Unidade e em outros veículos de comunicação da Embrapa, como a *Revista XXI*, além de serem distribuídos à imprensa. Também são produzidos conteúdos para

divulgação nas redes sociais, em forma de posts e *tweets*, além de programas de rádio e de televisão. O material é enviado à imprensa nacional e, em casos de abrangência internacional, é traduzido e distribuído à imprensa estrangeira e publicado na versão internacional do Portal da Embrapa, com apoio da Secretaria de Comunicação (Secom). As repercussões das notícias nas diversas mídias são contabilizadas, por meio de um processo de monitoramento semanal chamado de *clipping* e as notícias publicadas pela imprensa são inseridas na intranet da Unidade.

Para a produção de todo o conteúdo, são realizadas entrevistas com pesquisadores, analistas e técnicos da Embrapa Informática Agropecuária e de outras Unidades, no caso de matérias produzidas em parceria. Além disso, realiza-se o atendimento à imprensa periodicamente, por meio do recebimento de demandas de jornalistas da imprensa nacional e internacional. Nesses atendimentos, são fornecidas informações sobre as pesquisas, tecnologias, eventos técnicos, produtos e serviços, com o envio de resumos em linguagem acessível e de fotografias. Também são marcadas entrevistas com as fontes da Empresa, as quais são acompanhadas pela jornalista da Unidade, seja por telefone ou presencial.

Resultados e Discussão

Como resultados do trabalho de divulgação científica na Embrapa Informática Agropecuária (Figura 1), entre janeiro a agosto de 2017 foram produzidos 15 relises para o Portal da Unidade e da Embrapa. Também foram publicadas seis matérias especiais na Agência Embrapa de Notícias referentes a pesquisas de forte impacto realizadas na Empresa:

- Sistema de dados espaciais é ampliado para todos os estados amazônicos.
- Sistema agrometeorológico para celular e tablet ganha versão mais interativa.
- Zoneamento Agrícola de Risco Climático ganha versão aprimorada.
- Impacto da moratória da soja na redução de desflorestamentos é maior do que se estimava.
- Consórcio Brasil-Europa financia pesquisa em internet das coisas para irrigação inteligente.
- Estudo produz o maior acervo já reunido de informações geoespaciais da Amazônia.

Ainda houve veiculação nos canais da Embrapa nas redes sociais do Twitter e Facebook. Esses canais permitem ampliar o alcance das divulgações e possibilitam maior interação com os diversos públicos, além de facilitar o compartilhamento das informações. Além disso, foram produzidos dois programas de televisão Dia de Campo na TV: *Siageo: conhecimento para o desenvolvimento sustentável* e *Aplicativo ajuda na gestão do rebanho leiteiro*, e um programa de rádio Prosa Rural: *Aplicativo auxilia produtor na gestão do rebanho leiteiro*.

The image displays a composite of digital communication materials from Embrapa. At the top left is a screenshot of the Embrapa website's header and navigation menu. Below it is a banner for 'Vazio sanitário da soja' (Sanitary gap in soybean) with a sub-headline 'Centro a cavatária completa do vazio sanitário, que já começou em cinco estados'. To the right is a Facebook post from Embrapa, dated 7 min ago, announcing the XI Congresso Brasileiro de Agroinformática - SBI Agro 2017, held from October 2-6, 2017, at the Unicamp Convention Center. Below the website screenshot is a tweet from Embrapa (@embrapa) dated August 2, 2017, stating: 'Consórcio Brasil-Europa vai desenvolver tecnologias avançadas de #IrrigaçãoInteligente na #AgênciaEmbrapaDeNoticias bit.ly/2Zk4E0g'. At the bottom right is a Facebook post for 'SBI Agro 2017' with the title 'CIÊNCIA DE DADOS NA ERA DA AGRICULTURA DIGITAL' and the dates '2 a 6 de outubro de 2017'. The post describes it as the principal scientific event in the area of applied informatics in agriculture in Brazil, held at the Unicamp Convention Center in Campinas, SP.

Figura 1. Exemplo de divulgação de pesquisas no Portal da Embrapa e nas redes sociais.
Fonte: Embrapa (2017).

Foram contabilizadas 150 notícias com repercussão na imprensa, publicadas em veículos de comunicação, em formato impresso, eletrônico, radiofônico e televisivo. Ressalta-se que o processo de clipagem não possibilita que todo o material repercutido seja recuperado, uma vez que diversos veículos não deixam o conteúdo disponível na web ou o publicam com acesso restrito. No período da análise também foram realizados 30 atendimentos a jornalistas de vários veículos, incluindo revistas, jornais impressos, programas de rádio e de televisão.

Considerações Finais

Em atendimento ao direito do cidadão de conhecer as pesquisas, tecnologias, produtos e serviços que são desenvolvidos com recursos públicos e ainda visando contribuir para a popularização do conhecimento científico, a Embrapa Informática Agropecuária promove diversas atividades de divulgação científica e tecnológica. Essas atividades são planejadas e executadas por meio de estratégias de assessoria de imprensa e jornalismo.

Considera-se fundamental a produção de conteúdo jornalístico para a divulgação dos resultados gerados pelas pesquisas conduzidas na Empresa, de modo que o cidadão possa conhecer, avaliar e se beneficiar do conhecimento produzido. Por meio de notícias publicadas nos canais de comunicação da Embrapa e reproduzidas pela imprensa, em diversos formatos, a Embrapa também cumpre sua missão institucional, informando e beneficiando a sociedade.

Referências

DUARTE, J. **Pesquisa & imprensa: orientações para um bom relacionamento**. 3. ed. rev. e ampl. Brasília, DF: Embrapa, 2016. 63 p.

EMBRAPA. Assessoria de Comunicação Social. **Manual de redação de textos jornalísticos**. 2. ed. rev. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2007. 76 p.

EMBRAPA. Assessoria de Comunicação Social. **Política de comunicação**. 2. ed. rev. e ampl. Brasília, DF, 2002. 99 p.

EMBRAPA. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/>>. Acesso em: 10 set. 2017.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação Integrada**. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003. 417 p. (Novas buscas em comunicação; v. 69).

TORRES, T. Z.; PEREIRA, N. R.; GÂMBARO, B. Comunicação digital nas redes de pesquisa. In: CONGRESSO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 6., 2012, São Luiz. **Comunicação, discurso, organizações**. [S.l.: s.n.], 2012. 15 p. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2012/trabalhos/MT/MT27.tercia_zavaglia_torres_nadir_rodrigues_pereira_bruno_gambaro.doc>. Acesso em: 1 set. 2017.