



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

### **Ciência USP: o jornalismo científico em multiplataformas<sup>1</sup>** **USP Science: The scientific journalism in multiplataforms**

Franceli Couto Jorge<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** jornalismo científico; convergência; multiplataformas; Universidade de São Paulo.

Na era da convergência, temos um cenário propício à divulgação de informações em diversas plataformas, onde a diferença entre elas deixa de ser evidente e os avanços tecnológicos permitem a produção e propagação de conteúdo de maneira simultânea e instantânea. Nesse contexto convergente, sistemas e grupos comunicacionais adotam novas formas culturais de produzir e consumir conteúdo. No entanto, isso não se limita à grande mídia, pois, o mesmo ocorre com as instituições. Conforme Araújo (2015, p. 9), estamos vivendo um ciclo: “a informação tem sido produzida para atender demandas multiplataformas, e as multiplataformas vem sendo produzidas para atender ao público consumidor da informação”.

Diante desse cenário, o presente artigo busca refletir sobre a convergência midiática e a produção multiplataforma aliadas ao jornalismo científico. Para isso, utilizamos como objeto de pesquisa a “Ciência USP”, responsável por divulgar a produção científica da Universidade de São Paulo. O nosso objetivo é identificar quais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação e Indústria Criativa, pela Universidade Federal do Pampa. Especialista em Comunicação Pública pela Faculdade Integrada da Grande Fortaleza (2013). Possui graduação em Comunicação Social - habilitação Jornalismo pela Universidade da Região da Campanha (2010). Membro do Grupo de Pesquisa t3xto. Atualmente integra a equipe da Assessoria de Comunicação Social, setor vinculado ao Gabinete da Reitoria, da Universidade Federal do Pampa, ocupante do cargo de jornalista. francelicouto@gmail.com



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

as plataformas comunicacionais são utilizadas para esse fim. A partir da identificação, realizamos uma breve análise das principais mídias e da forma como ocorre sua interação com os usuários.

O artigo estrutura-se em quatro partes. A primeira delas aborda o conceito e principais características do jornalismo científico. A seção seguinte trata sobre a convergência midiática e a produção multiplataforma. O terceiro tópico traz informações sobre a Universidade de São Paulo (USP) e sua produção científica. A última seção identifica as cinco plataformas utilizadas pela Ciência USP com informações sobre seu conteúdo e a participação dos usuários.

### **1. Jornalismo Científico**

O jornalismo científico é um ramo da divulgação científica que se refere a estratégias e técnicas para veiculação de fatos situados no campo da ciência e tecnologia (BUENO, 1984). Nesse sentido, Rios (et al., 2005) afirma que o principal objetivo do jornalismo científico é divulgar a ciência àquele indivíduo que não possui conhecimento específico em determinadas áreas, pois todo o cidadão tem o direito de saber sobre os avanços científicos e tecnológicos. A autora afirma (p. 115):

*O jornalista deve ser a ponte entre o cientista e o público não-especializado, informando a comunidade a respeito das várias questões que envolvem ciência e suas aplicações. Além de ser “fiel tradutor” e adotar os critérios do jornalismo, ele deve cumprir algumas funções que são imprescindíveis.*

Dentre essas funções, Rios alerta que os profissionais não devem se deter a publicar somente informações factuais, pois precisam promover o debate de questões relevantes à sociedade, a fim de criar uma consciência coletiva. O jornalismo científico também possui outras funções como a educativa e a cultural, voltadas à pesquisa nacional; a econômica, que difunde o conhecimento que interessa aos novos



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

financiadores e investidores em novas tecnologias; a política-ideológica, que busca democratizar a divulgação da ciência (RIOS et al., 2005, p. 115).

Assim como no jornalismo não-especializado, a divulgação de ciência e tecnologia promovida pelo jornalismo científico deve seguir alguns critérios. Dentre eles, destacamos: “noticiabilidade, atualidade, periodicidade, universalidade e relevância social” (RIOS et al., 2005, p. 116). A autora ressalta ainda que jornalistas e cientistas têm o mesmo objetivo, por isso, “a tradução da linguagem científica para o texto jornalístico exige muita responsabilidade. Os fatos e/ou dados devem ser transmitidos fielmente, para que o público receptor tenha completo entendimento”.

Para ser acessível à maioria da população, o jornalismo científico, além da preocupação com o uso da linguagem, pode utilizar-se de diferentes mídias para divulgação e propagação de suas informações. Na seção seguinte, tratamos dos conceitos e principais características de convergência midiática e produção multiplataforma para, posteriormente, compreendermos como o jornalismo científico apropriou-se dessas ferramentas.

### **2. Convergência Midiática e Produção Multiplataforma**

Iniciamos esta seção pelo conceito de convergência. Para Jenkins (2008, p. 34), trata-se do “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, da cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e do comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. Nesse sentido, podemos entender que a convergência também é responsável por definir transformações em diferentes âmbitos, de tecnológicos a culturais e sociais.

Para que a convergência de fato ocorra, é imprescindível a participação ativa dos usuários/consumidores. Jenkins (2008) vai de encontro ao pensamento de que convergência se refere, principalmente, a um processo tecnológico que reúna várias funcionalidades dentro dos mesmos aparelhos. Para o autor, a convergência possui outra significação. Ela “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 34). Em entrevista recente, o pesquisador afirma que:

*Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora e aquilo que assegura que a mídia seja importante em todos os níveis, desde o mais micro e hiperlocal, até o mais macro. Se a nossa sociedade é mediada, é por causa da convergência e da conexão, porque todos os aspectos das nossas vidas são tocados pela mídia e porque mais e mais de nós temos a capacidade de comunicar nossas ideias por meio de múltiplos canais de mídia (JENKINS, 2016, p. 178).*

Diante desse conceito, entendemos que a convergência e a produção multiplataforma estão diretamente relacionadas. Para completar esse cenário, não podemos deixar de mencionar o papel da comunicação móvel, responsável direta pela prática de “produção/consumo de conteúdo e apropriação tecnológica realizada por meio da difusão maciça de dispositivos multifuncionais sem fio” (SCOLARI, 2016, p. 183). De acordo com Scolari, a comunicação móvel, além de promover a convergência midiática, está no centro dos processos de convergência cultural.

### **3. Universidade de São Paulo**

Reconhecida por sua excelência na pesquisa, a Universidade de São Paulo (USP) utiliza-se de diferentes estratégias e meios comunicacionais para divulgar sua produção científica. Foi criada pelo Decreto nº 6.283, de 25 de janeiro de 1934, com a finalidade de:

- I- Promover e desenvolver todas as formas de conhecimento, por meio do ensino e da pesquisa; ministrar o ensino superior*
- II – Ministrar o ensino superior visando à formação de pessoas capacitadas ao exercício da investigação e do magistério em todas as áreas do conhecimento, bem como à qualificação para as atividades profissionais;*
- III – estender à sociedade serviços indissociáveis das atividades de ensino e de pesquisa (ESTATUTO, ART. 2º, 1988).*



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

A instituição é uma autarquia de regime especial, com autonomia didático-científica, administrativa, disciplinar e de gestão financeira e patrimonial. Trata-se de uma universidade pública, mantida pelo Estado de São Paulo e ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (SDECTI).

Com mais de 80 anos de fundação, a Universidade de São Paulo possui, atualmente, 249 cursos de graduação, dedicados a todas as áreas do conhecimento, distribuídos em 42 Unidades de Ensino e Pesquisa. São mais de 58 mil alunos, que além dos cursos de graduação contam com a oferta de 239 programas de pós-graduação, que compreendem 332 cursos de mestrado e 309 de doutorado. Na atualidade, a USP é responsável por 22% da produção científica do país. Para dar visibilidade a toda essa produção, a Universidade possui um Núcleo de Divulgação Científica, responsável pela publicação de vídeos, notícias, reportagens, podcasts e programas de rádio sobre conhecimento científico produzido na USP. A equipe do Núcleo é composta por 12 profissionais, que divulgam esses conteúdos em múltiplas plataformas comunicacionais. Na seção seguinte, identificamos cada uma delas, analisamos suas características e o tipo de conteúdo produzido.

#### **4. Ciência USP: O Jornalismo Científico em Multiplataformas**

A partir do avanço das novas mídias, a web tornou-se um dos ambientes mais propícios para a propagação de diferentes assuntos, dentre eles os temas ligados à Ciência, Tecnologia e Inovação (BRITO, 2015). Nesta seção, vamos abordar a “Ciência USP”, que se constitui de múltiplas plataformas voltadas à divulgação das descobertas científicas e tecnológicas da Universidade de São Paulo (USP). A presente pesquisa identificou cinco meios utilizados para esse fim: um sítio eletrônico , página no Facebook , canal no YouTube , contas no Twitter e no MixCloud .

Constatamos que a escolha das plataformas segue a tendência da preferência de usuários. Uma pesquisa realizada em 2016 aponta que, no Brasil, são 139 milhões de



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

usuários de internet e 122 milhões deles são também usuários ativos das mídias sociais. Esses dados mostram o quão importante é para uma instituição estar presente nesse cenário. Ainda segundo a pesquisa, as mídias sociais mais acessadas por brasileiros são o YouTube, com 63%, e o Facebook, com 62% da preferência nacional. Essa informação corrobora com os dados verificados na Ciências USP, na qual as duas plataformas são as mais lembradas pelos usuários.

No sítio eletrônico, é possível perceber a convergência com as demais plataformas, que podem ser acessadas diretamente através da página inicial. Neste ambiente virtual, também há a publicação de reportagens, notícias, podcasts e programas de rádio. O conteúdo é multimídia, pensado para os diferentes públicos que o acessam. Há espaço para o usuário interagir com a plataforma por meios do campo de comentários, disponível abaixo das publicações. Cada notícia e/ou reportagem pode ser compartilhada no instante em que é acessada. Essa estratégia vai ao encontro do que afirmam Brito e Guimarães (2013, p. 2 apud BRITO, 2015):

*Da publicação de reportagens, sem o envolvimento de leitores, às produções jornalísticas empenhadas em valorizar as características da web, é interessante ressaltar a inserção constante de ferramentas, como as mídias sociais, que são incorporadas para potencializar a troca de informação entre usuários.*

Conforme Brito (2015, p. 7), “as redes sociais digitais se transformaram em verdadeiros fenômenos na Internet e também auxiliam a divulgação científica”. A autora afirma, ainda, que dentre elas o Facebook é visto como potencial para a popularização de assuntos. Essa é a plataforma mais acessada pelos usuários da Ciência USP. A página possui, atualmente, 166 mil seguidores, na qual os usuários participam de forma ativa. A página foi analisada durante 30 dias, de 05 de novembro a 05 de dezembro de 2017. Nesse período, foram realizadas 14 publicações, sendo 11 delas acompanhadas de vídeos e as outras três ilustradas com fotos.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

Percebe-se que a interação ocorre também por meio de curtidas, compartilhamentos, marcação de outros usuários e por comentários, incluindo dúvidas/perguntas. Estas, por sua vez, são respondidas pela página, mantendo, assim, um vínculo com o usuário. No espaço destinado aos comentários, a página marca os perfis e páginas dos centros e institutos envolvidos na pesquisa em questão, uma outra forma de incentivar o engajamento nesta mídia.

Segundo Montaña (2016, p. 7), o “YouTube é atualmente a principal plataforma de compartilhamento de vídeos e foi criada em 2005”. Em nossa análise o canal Ciência USP no YouTube é a segunda plataforma mais acessada pelos usuários com 272.758 visualizações e mais de 34 mil inscritos. O canal para divulgação científica foi criado em setembro de 2015 e traz uma série de entrevistas com os pesquisadores da USP. Nessa plataforma, percebemos que a interação é bem menor e para alguns temas a opção de comentário não está liberada.

As duas plataformas menos expressivas quanto à interação com o usuário e, também, em relação à continuidade das publicações são o Twitter e o MixCloud. A conta no Twitter foi criada em fevereiro de 2017, no entanto, os tweets deixaram de ter continuidade dois meses após o início da conta nesta mídia. O mesmo ocorreu com a plataforma MixCloud que servia como um repositório dos podcasts e programas de rádio. A última publicação foi realizada em fevereiro de 2017.

Considerando as plataformas regularmente ativas, ou seja, o sítio eletrônico, a página no Facebook e o canal do YouTube da Ciência USP, observamos que o conteúdo, muitas vezes, é, apenas, reproduzido nas diferentes plataformas, não sendo consideradas as características específicas de cada mídia. Dessa forma, podemos entender que as publicações da Ciência USP se tratam de uma narrativa crossmedia, ou seja, o conteúdo é transmitido para o usuário por mais de um meio para atingir os diferentes públicos, porém, sem que haja alterações na mensagem de uma plataforma para outra.





## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

### Referências bibliográficas

ARAÚJO, Maria de Almeida. **Convergência Jornalística: A produção de conteúdo no Núcleo Multiplataforma de Esportes da Rede Paraíba de Comunicação**. 2015. 130f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, Paraíba. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/7978/2/arquivototal.pdf>>.

BRITO, Vanessa Barbosa. Divulgação Científica nas Redes Sociais: Breve olhar sobre o conteúdo jornalístico na Universidade do Estado do Amazonas no Facebook. In: **Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista\\_area\\_DT6-CC.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT6-CC.htm)>.

BUENO, Wilson Costa. **Jornalismo científico no Brasil: o compromisso de uma prática independente**. 1984. 163f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

ESTADO DE SÃO PAULO. **Decreto nº 6.283**, de 25 de janeiro de 1934. Cria a Universidade de São Paulo e dá outras providências.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph: São Paulo, 2008.

JENKINS, Henry. Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora (Entrevista). In: **Intercom RBCC**, v. 39, n. 1, p.175- 181, jan./abr. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0213.pdf>>.

MONTAÑO, S. Construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. In: **Anais XXV Compós**. Universidade Federal de Goiás, Goiânia, jun. 2016. Disponível: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo.comautoria\\_3343.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo.comautoria_3343.pdf)>.

RIOS, Aline de Oliveira et al. **Jornalismo Científico: O compromisso de divulgar ciência à sociedade**. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, 2005. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/viewFile/551/550>>.

SCOLARI, C. A. A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporânea (Entrevista). In: **Intercom RBCC**, v. 39, n.2, p 177-184, mai/ago. 2016 disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n2/1809-5844-interc-39-02-0177.pdf>>.





## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Resolução nº 3.461**, de 7 de outubro de 1988.  
Aprova o Estatuto da Universidade de São Paulo.