
Jornalismo e Ciência: a Divulgação Científica no Portal Piauiense O Dia¹

Laura Moura de Andrade²
Cristiane Portela de Carvalho³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente artigo analisa as matérias jornalísticas de cunho científico veiculadas, nos meses de outubro e novembro de 2018, no portal piauiense O Dia. O referencial teórico utiliza autores da área do Jornalismo Científico (JC), como Bertolli Filho (2006) e Bueno (2010), bem como estudiosos do webjornalismo, como Canavilhas (2004) e Ferrari (2009). O método utilizado é a análise de conteúdo (AC), com fundamento nos estudos de Bardin (2016). Assim, as matérias coletadas são categorizadas, conforme os assuntos explorados pelo JC em cada uma delas. São analisados também os recursos multimidiáticos e as fontes de informação presentes nas matérias do *corpus*. Conclui-se, portanto, que o portal estudado não prioriza a divulgação de notícias científicas.

Palavras-chave: Ciência; Divulgação Científica; Jornalismo Científico; Portal O Dia; Webjornalismo.

1 Introdução

A Ciência, apesar de rica em informações, ainda não possui grande espaço dentro do Jornalismo. Matérias que tratam sobre descobertas científicas, por exemplo, ainda não ganham destaque nos noticiários como as de outras editorias. Porém, este cenário está sofrendo mudanças, visto que a internet surge como plataforma de divulgação científica.

Há várias formas de divulgar ciência na internet. Os portais de notícias são, dessa forma, locais que disponibilizam informações sobre todos os assuntos, inclusive os científicos. Eles apresentam como funções a produção, o tráfego e o armazenamento

¹ Trabalho apresentado na IJ 06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluna de Graduação do Curso de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo - da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC/UFPI. E-mail: lauramdandrade@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). Membro do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação – NUJOC/UFPI. E-mail: crisportela14@yahoo.com.

de informações, além de “bombardearem” os usuários com notícias, consideradas os principais produtos ofertados, como ressalta Ribas (2005, p. 37):

Gênero chave do ciberjornalismo com potencial documental multiplicado pela possibilidade de linkar-se a documentos preexistentes, como sites externos à publicação ou informações publicadas anteriormente pelo próprio produto. Uma notícia de última hora pode ser rapidamente publicada no contexto informativo sem que seja necessário incluir todas as referências do texto principal [...] No interior da narrativa, áudio, vídeo e imagem podem informar o ocorrido. O título é um link e o ponto de partida da narrativa.

As características diferenciadas dessa plataforma, em relação aos outros meios de comunicação, causam mudanças não apenas no Jornalismo Científico (JC), mas no jornalismo de modo geral. Para Canavilhas (2004, p. 04), “a avalanche informativa, o aumento da velocidade noticiosa e as novas formas de contactar os agentes da notícia são apenas algumas das alterações sofridas pelo jornalismo em consequência do aparecimento da internet”.

Assim, com a possibilidade de usar um meio tão rico em elementos que possam atrair o público para o JC, é necessário que o jornalista entenda, acima de tudo, que nem sempre o público está familiarizado com palavras e assuntos próprios da ciência.

Por requerer do jornalista uma especialidade em JC, este profissional deve ter maior domínio acerca dos assuntos tratados no meio científico. Para Bertolli Filho (2006), as empresas de comunicação passam a buscar, com maior insistência, profissionais que demonstrem certa capacidade de compreensão do discurso científico e habilidade para repassar os conteúdos a um público interessado em saber as últimas novidades da ciência.

Frente ao exposto, é pertinente analisar como o portal piauiense O Dia, importante veículo de comunicação do estado do Piauí, divulga as matérias de cunho científico.

2 Práticas Jornalísticas na Web

O webjornalismo é algo ainda novo na comunicação. Lançada no final do século XX no Brasil, a web começou a ser explorada como uma plataforma de divulgar informação inicialmente apenas pelos grandes conglomerados de jornalismo, como as

organizações Globo, Grupo Estado (donos do Estado de São Paulo e Jornal da Tarde), Grupo Folha (detentor da Folha de São Paulo) e Editora Abril. Os primeiros portais de notícias tinham como conteúdo apenas as matérias transpostas do impresso. Dessa forma, o material era atualizado apenas uma vez ao dia.

Pelo fato de ser ainda um ambiente desconhecido, somente os meios de comunicação de maior renome na sociedade possuíam a capacidade de investir na plataforma. Esta situação perdura até hoje, visto que, como destaca Herscovitz (2009, p. 3), apenas “grandes empresas privadas fora do setor de mídia e/ou companhias transnacionais possuem recursos suficientes e credibilidade para atrair usuários”.

Assim como em nível nacional, no Piauí, o portal O Dia, pertencente ao Sistema O Dia de Comunicação, que possui também jornal impresso, emissora de rádio e, recentemente, um canal de televisão filiado à Rede TV, nasceu carregado com uma bagagem de credibilidade por fazer parte de um grande grupo comunicacional do Estado. Isso, diretamente ou não, faz com que a atração do público ocorra de maneira mais ágil.

Com o passar do tempo, foram descobertas ferramentas que tornaram a web um meio diferenciado dos demais na área de jornalismo. Características como interatividade, velocidade, instantaneidade, não-linearidade, dentre outras, tornam a notícia ainda mais atrativa para o público e são essenciais para a construção da notícia na plataforma digital, pois, conforme pontua Ferrari (2009, p. 39):

Os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa - textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas.

Dentre as ferramentas disponibilizadas no meio digital, o *hyperlink* é um dos de maior importância. Tal mecanismo age como criador de diálogos e apresenta como funções a mediação entre o computador, o usuário e o produto e a criação de ambientes diferenciados. Como destaca Ribas (2005, p. 27), “interconectar dados através do hipertexto, em um ambiente composto pelos elementos da narrativa tradicional, em associação aos elementos, características e princípios do meio, constitui o ato de narrar na Web”.

Os portais de notícias, ao longo do tempo, foram se modificando e ficaram mais completos. Ferramentas, tais como mecanismos de buscas, canais de interação, editorias de assuntos específicos, fazem com que os internautas prefiram se informar nos portais jornalísticos. Para Herscovitz (2009, p. 3), a função desses portais é de *gatekeeping*, já que eles “filtram o excesso de informação disponível na internet e fornecem um pouco de sentido e direção gratuitamente para os leitores”.

3 Jornalismo Científico, Divulgação Científica e Disseminação Científica: Diferenciações Conceituais

Em meados do século XVII, com o início da revolução científica no mundo, cartas escritas por cientistas passaram a circular com mais intensidade. Os textos continham informações valiosas sobre ideias e novas descobertas dos estudiosos. A popularização das cartas fez com que, posteriormente, surgisse o JC.

Já no Brasil, a ciência começou a se desenvolver no final do século XIX e a consciência de divulgar o trabalho dos cientistas nasceu somente na segunda metade do século XX. Para Cunha (2007, p. 31), “ela foi determinada, em grande parte, por acontecimentos científicos de grande repercussão como a corrida espacial EUA/URSS e os transplantes de coração realizados simultaneamente na África do Sul e no Brasil”.

Assim como em qualquer outro gênero jornalístico, a notícia é o principal produto ofertado ao público. Dessa forma, Bertolli Filho (2006, p. 3) conceitua a notícia de cunho científico como:

Um produto elaborado pela mídia a partir de certas regras rotineiras do jornalismo em geral, que trata de temas complexos de ciência e tecnologia e que se apresenta, no plano linguístico, por uma operação que torna fluida a leitura e o entendimento do texto noticioso por parte de um público não especializado.

Por isso, para que um assunto se torne notícia é necessário respeitar os critérios de noticiabilidade. Bertolli Filho (2006) listou todos os elementos que devem influenciar um jornalista ao selecionar informações, ao produzir e ao publicar notícias científicas, que são: senso de oportunidade (assuntos passados que voltam a despertar o interesse); *timing* (quando um evento externo aos novos acontecimentos científicos chama a atenção pública; impacto (tema que, mesmo não apresentando novidades, pode

atrair a atenção de um grande número de pessoas); significado (capacidade dos editores, redatores e jornalistas em perceberem a importância científica e/ou social de uma nova descoberta no campo científico); pioneirismo (descoberta ou uma notícia que aponte para um fato novo e que, portanto, atraia a atenção pública); interesse humano (matérias que despertam as emoções humanas); personagens célebres ou de ampla exposição na mídia; proximidade; variedade e equilíbrio; conflito; necessidades de sobrevivência; necessidades culturais e necessidades de conhecimento.

Além disso, para que a notícia científica seja acessível ao público, o jornalista deve apresentar habilidades para desenvolvê-la. Porém, o JC ainda é tratado com descaso nos cursos de graduação e, até mesmo, na pós-graduação. Nos poucos locais onde há a disciplina de JC, na maioria das vezes, ela é optativa. Bertolli Filho (2006, p. 09) revela que “os cursos de especialização [...] ainda são escassos frente à demanda dos meios de comunicação e o interesse do público”.

Por tratar de um tema ainda pouco comum na sociedade, o JC surge como mecanismo para divulgar ciência. Este processo ocorre para que o público leigo compreenda e possa ter acesso aos trabalhos desenvolvidos pelos cientistas. Por isso, Burkett (1990, p. 6) destaca que:

a redação científica tende a ser dirigida para fora, para audiências além da estreita especialidade científica onde a informação se origina. O escritor de ciência torna-se parte de um sistema de educação e comunicação tão complexo como a ciência moderna e a sociedade mais ampla. Em seus alcances mais extremos, a redação científica ajuda a transpor a brecha entre cientistas e não-cientistas.

Porém, o jornalista deve entender que a divulgação científica faz parte do JC, mas a disseminação científica não, visto que, neste último caso, os receptores são pessoas do próprio meio, ou seja, cientistas, pesquisadores ou até estudiosos daquela área. Já no processo de divulgação, conforme ressalta Bueno (2010), o receptor

é, prioritariamente, um não iniciado, quer dizer, não tem, obrigatoriamente, formação técnico-científica que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos que respaldam o processo singular de circulação de informações especializadas. (BUENO, 2010, p. 2).

O autor destaca ainda que, muitas vezes, a divulgação científica está associada à difusão de informações pela imprensa e que se confunde com a própria prática do JC. Porém, isto não pode ser considerado correto, pois “ela extrapola o território da mídia e se espalha por outros campos ou atividades, cumprindo papel importante no processo de alfabetização científica” (BUENO, 2010, p. 4).

Dessa forma, é imprescindível que o jornalista adote uma linguagem compatível com a do público-alvo, de modo que as informações sejam transmitidas sem modificações e de forma clara. Assim, é possível afirmar que a principal diferença entre disseminação e divulgação científica, é o público-alvo, pois, de acordo com Ferraz (2007, p. 45), “a primeira está voltada para a difusão do conhecimento entre pares científicos, ou seja, entre os cientistas e pesquisadores, e a segunda, voltada para o grande público em geral”. Dessa forma, cada processo apresenta distintas especificidades ao fazer uso da linguagem.

3.1 Fontes de informações científicas

O jornalista que assume a função de divulgar ciência é um intermediador entre as fontes científicas e a sociedade. Para Bueno (2010), as fontes, que podem ser um cientista, um pesquisador ou, de maneira geral, um centro de produção de C&T - universidades, empresas e institutos de pesquisa, sofrem interferência de um agente e de uma estrutura de produção, que apresenta especificidades dependendo do tipo de mídia e da sua proposta de divulgação.

A fonte é, dessa forma, de suma importância para que o jornalista desenvolva a notícia, principalmente as de cunho científico, com maior credibilidade e notoriedade. Além dos cientistas, os jornalistas utilizam outras formas de adquirir informações para construir suas matérias científicas, como, por exemplo, palestras e eventos científicos, comunicados à imprensa preparados por instituições de pesquisa, artigos especializados, resumos de livros e sínteses de pesquisas inéditas, dentre outras.

Porém, são os próprios cientistas que realmente apresentam um alto grau de relevância no momento em que os jornalistas buscam informações para escrever as notícias científicas. A relação entre cientistas e jornalistas, portanto, pode apresentar alguns obstáculos, ocasionados por conflitos de interesses. Bertolli Filho (2006, p. 14) analisa que isso é ocasionado pelo fato de que o cientista tem a pretensão de divulgação

propriamente dita do trabalho e o jornalista está focado nos impactos que uma determinada pesquisa pode acarretar em um cenário social, econômico e político:

Pode-se assim afirmar que existe um conflito político-cultural básico entre os cientistas e os jornalistas; enquanto os produtores do saber científico e de suas implicações tecnológicas são regidos por uma “paixão” pela descoberta e pela elaboração de produtos de alta complexidade, os comunicadores tendem a [...] avaliar as consequências políticas, econômicas, sociais e culturais dos “avanços” da ciência e da tecnologia.

Além dos interesses distintos, o jornalista não deve se contentar apenas com as informações passadas pelo cientista. A criticidade, o poder de questionamento e outras habilidades jornalísticas devem estar presentes no JC, assim como acontece com outros assuntos. Caldas (2010, p. 39) completa ainda que “nas relações de poder e de sedução entre cientistas e jornalistas, é necessário politizar essas relações, estabelecer limites e reconhecer as potencialidades em função do interesse público”.

A boa relação entre jornalistas e fontes de informação, no sentido de que ambos contribuam para o processo, beneficia o leitor com um produto de qualidade, de tal forma que não gere dúvidas nem questionamentos sobre o material produzido, pois, como destaca Bertolli Filho (2006, p. 17), “o leitor deve ser poupado o máximo possível de qualquer dificuldade, cabendo ao jornalista servir-se de uma linguagem apropriada e também de gráficos, quadros sinópticos, mapas e imagens, dentre outros recursos”.

4 Procedimentos Metodológicos

O *corpus* da pesquisa é composto pelas matérias de cunho científico publicadas, nos meses de outubro e novembro de 2018, no portal O Dia. Durante este período, foram coletadas apenas oito matérias, sendo quatro em outubro e quatro em novembro. A análise mostra as editorias onde as matérias aparecem, bem como os recursos multimidiáticos e as fontes de informação utilizados para a construção das notícias.

Assim, utiliza-se a técnica da análise de conteúdo (AC), que possui como objetivo caracterizar as condições de produção dos textos e, por isto, apresenta-se como o método apropriado para este tipo de estudo. Bardin (2016, p. 48), diz que a AC é:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Dessa forma, o material coletado foi categorizado conforme os assuntos explorados pelo JC em cada notícia. Em seguida, foram analisadas as fontes de informação utilizadas nas matérias, bem como os recursos multimidiáticos utilizados para deixar as matérias mais acessíveis ao grande público.

5 Análise das Matérias Científicas do Portal O Dia

A princípio, observa-se que o JC não possui amplo espaço no portal O Dia, pois o número de notícias coletadas, apenas oito, foi pouco, considerando o espaço de dois meses de coleta. Isto demonstra uma tendência do veículo em dar relevância a outras editorias como, por exemplo, Entretenimento e Polícia. O JC, por tratar de temáticas ainda não muito comuns na sociedade, ainda não possui tanto destaque nas *homepages* dos portais de notícias.

Entretanto, mesmo que a passos curtos, este cenário está mudando. Para Bueno (2010), está sendo consolidada uma nova fase do JC, já que é perceptível um crescimento de novos espaços de divulgação e um aumento do número de profissionais de imprensa capacitados e de comunicadores científicos.

5.1 Categorização das notícias científicas

Como dito anteriormente, durante a coleta dos dados para a pesquisa, foram encontradas apenas oito matérias de cunho científico no portal O Dia, nos meses de outubro e novembro de 2018, sendo quatro em cada mês. As notícias foram compiladas em cinco categorias: Arqueologia (01), Biologia (02), Física (02), História (01) e Sociologia (02), conforme exposto na Tabela 1.

Tabela 1 – Categorização do *corpus* da pesquisa

Categorias	Notícias científicas/Portal O Dia
Arqueologia	- Meteorito Angra dos Reis é resgatado de escombros do Museu Nacional (22/10/2018).
Biologia	- Especialistas em clima e inovação tecnológica vencem Nobel de Economia (08/10/2018); - Embrapa desenvolve fertilizante orgânico nitrogenado (14/10/2018).
Física	- Objeto interestelar pode ter sido enviado à terra por alienígenas (07/11/2018); - Comunidade científica põe fim ao padrão físico do quilograma (16/11/2018).
História	- Na ditadura, brasileiro ficava 2 anos na escola e 1/3 era analfabeto (08/10/2018).
Sociologia	- Metade da população consome música e vídeo pela internet, diz pesquisa (06/11/2018); - Periferia das cidades concentra 87% das bibliotecas comunitárias (16/11/2018).

Fonte: tabela elaborada pela autora.

Visto que o portal O Dia não apresentou uma editoria específica sobre ciência, as matérias que compõem o *corpus* da pesquisa foram encontradas em editorias diversas, sendo duas em Brasil, duas em Economia, duas em Mundo, uma em Política e uma em Entretenimento.

Isso comprova que o JC ainda não possui espaço marcante no portal analisado, embora a internet seja local propício para a divulgação e expansão da ciência nos meios de comunicação, visto que modifica os processos de leitura e escrita e, conseqüentemente, torna certas temáticas mais atrativas para o público.

5.2 Recursos multimidiáticos utilizados nas matérias científicas

Uma das principais características do webjornalismo é a não-linearidade do texto. O uso de recursos como *links*, vídeos, áudios, fotografias, dentre outros, faz com que o conteúdo disponibilizado seja mais atrativo ao leitor. Para autores como Dancosky (2016, p. 23), a ideia é produzir um jornalismo mais “sintonizado” com as demandas impostas pelos usuários da rede.

Pode-se afirmar que os três grandes pilares do conceito de hipermídia são a interatividade, a hipertextualidade e a multimídia (com suas devidas atualizações conceituais). A produção hipermidiática na

web é possível para os mais diversos conteúdos, e isto é o que demarca a verdadeira distinção entre a web e outros meios. Tal aspecto vale também para o jornalismo produzido para web no cenário convergente em que vivemos, ao menos como uma potencialidade, ou seja, como uma ferramenta cuja utilização tornaria o produto jornalístico mais sintonizado com as demandas dos usuários da web.

Das oito matérias analisadas na presente pesquisa, em seis delas foram encontrados recursos multimidiáticos. Contudo, há apenas um tipo desses recursos, no caso a fotografia. Não foram observados vídeos, gráficos, ilustrações, *links* ou quaisquer outros tipos de ferramentas.

O que mais chama atenção, porém, foi a não utilização do principal elemento da web: o *link*. De acordo com Levy (1999), o hipertexto pode apresentar duas abordagens. A primeira delas é que tal mecanismo pode ser considerado como informação “multimodal”, presente em uma navegação rápida e “intuitiva”. A segunda abordagem é que o hipertexto é um espaço de percurso para diversas leituras possíveis, onde o usuário participa “da redação do texto que lê”.

Apesar das diversas vantagens oferecidas pelos recursos multimidiáticos, como a possibilidade de compartilhamento em outras redes e maior liberdade por parte do internauta no que se refere à leitura e, conseqüentemente, ao consumo do conteúdo, ainda assim, segundo Dancosky (2016, p. 16), estes mecanismos não são corretamente usados.

Abarcar as novas possibilidades produtivas e interativas passou a ser fundamental para continuar mantendo o público interessado em acessar os conteúdos. Porém, ainda são raros os veículos jornalísticos que se servem amplamente das potencialidades oferecidas pela web como, por exemplo, a utilização de diversos formatos de mídia em uma notícia, a navegação que possibilite ao usuário escolher como quer ler a notícia através dos hiperlinks, as opções de compartilhamento em rede, entre outras. Todas essas potencialidades da web são abarcadas pelo conceito de hipermídia – uma espécie de guarda-chuva conceitual que reúne as principais características do atual momento da web 2.0: digital, interconectada, navegável, multimidiática e interativa.

Vale pontuar que todas as notícias do *corpus* desta pesquisa continham recursos para áudio-descrição do produto jornalístico, como forma de torná-lo mais acessível, no caso, para deficientes visuais. Estes recursos estão presentes também em todas as outras matérias do portal O Dia e não somente nas de cunho científico. Entretanto, tal

ferramenta não colaborou no sentido de agregar mais informações para as matérias analisadas.

5.3 Fontes de informação utilizadas para a construção das matérias sobre ciência

A cobertura de JC requer o uso, com mais frequência, de fontes como cientistas, instituições de ensino e pesquisa, organizações científicas, dentre outras ligadas à ciência.

Para Bertolli Filho (2006, p. 6), muitos são os fatores que interferem nos processos de apuração e produção da notícia de cunho científico, “desde as cobranças sociais em relação à mídia e a sensibilidade e conhecimentos do editor responsável pelo setor até a linha política assumida pelo órgão de comunicação e o poder das instituições científicas em agendarem os temas explorados pelos meios de comunicação de massa”.

Por isso, a internet, de modo geral, traz novidades, para o jornalista que cobre ciência, no que se refere aos procedimentos de apuração. Desse modo, conforme Canavilhas (2004, p. 02), diversos mecanismos próprios da internet contribuem para o trabalho de apuração dos fatos de qualquer que seja a editoria, incluindo também o JC.

Nas fases de pesquisa e contactos com as fontes, duas etapas que absorviam muito do tempo de produção de uma notícia, os jornalistas passaram a contar com preciosos auxiliares, como a World Wide Web, o correio electrónico ou os newsgroups, entre outras funcionalidades da Internet.

Porém, mesmo com as facilidades ofertadas pela internet, é necessário estabelecer uma relação amistosa com a principal categoria responsável pelas informações para o JC: os cientistas. Tanto os jornalistas como os cientistas devem ter noção das suas respectivas funções no processo de divulgação científica. O jornalista atua como mediador e o cientista como “informante”. De acordo com Caldas (2010, p. 40), ambos devem utilizar o poder de compartilhamento para que a ciência participe mais e melhor do cenário jornalístico.

No caso específico da divulgação científica, jornalistas e cientistas precisam usar o poder que têm para compartilhar o saber com a sociedade em geral. Não podem deixar que diferenças de cultura

interfiram neste processo. Pelo contrário, devem utilizar as diferenças, exatamente, para garantirem a distribuição do saber, do conhecimento, em benefício público, para que a sociedade possa participar ativamente dos processos decisórios sobre assuntos que interferem diretamente no cotidiano.

Desse modo, ao levar em consideração todos os aspectos citados para uma construção completa do texto jornalístico de cunho científico, nota-se que as matérias analisadas apresentaram como principais fontes cientistas e instituições ligadas ao desenvolvimento de pesquisas. Entretanto, as notícias apresentaram também dados científicos. Isto prova que, apesar da necessidade de entrevistar o cientista, os jornalistas não se contentaram apenas com as informações coletadas nas falas do pesquisador.

Ou seja, como ressalta Bertolli Filho (2006, p. 15), existem outras formas de obter informações para a produção de uma notícia de cunho científico, “tais como palestras e eventos científicos, comunicados à imprensa preparados por instituições de pesquisa, artigos especializados, resumos de livros e sínteses de pesquisas inéditas”.

Observa-se também que cinco das oito matérias analisadas divulgaram pesquisas feitas no Brasil. Ou seja, mesmo que indiretamente, houve valorização do que é produzido pelos cientistas e instituições em nível nacional. Porém, houve falta de divulgação da produção científica local, ou seja, no que tange à cidade de Teresina e/ou o estado do Piauí.

Com base nas observações feitas durante a análise das notícias, a não divulgação da ciência produzida em nível local aconteceu pelo fato de que todas as matérias do *corpus* foram copiadas de veículos nacionais. Quatro delas foram transpostas da Agência Brasil, três da Folhapress e uma do G1. A prática da transposição de notícias de outros veículos jornalísticos pode ser vista como parte do descaso do portal O Dia em cobrir o JC, preferindo priorizar outras editorias consideradas por ele como mais importantes. A falta de foco empresarial do portal analisado para investir em jornalistas especializados em produzir matérias próprias sobre ciência faz com que aja uma dependência em relação ao material produzido por outros veículos, principalmente os nacionais.

6 Considerações finais

Esta pesquisa analisou as notícias de cunho científico veiculadas pelo portal O Dia, que faz parte do Grupo O Dia de Comunicação. Após o estabelecimento do *corpus* utilizado na análise, partiu-se do pressuposto de que a cobertura do JC deve seguir os mesmos procedimentos de qualquer outra temática. Como pontua Bertolli Filho (2006, p. 03), “o contato com as fontes, a obtenção e checagem das informações e a formatação do texto noticioso, com o emprego de um vocabulário de fácil compreensão são algumas das tarefas requeridas do jornalista, qualquer que seja a especialidade”.

Porém, a primeira problemática apontada na análise foi a falta de espaço para o JC no meio de comunicação estudado. As matérias de cunho científico não estavam dispostas em uma categoria específica, mas encontravam-se espalhadas pelas mais diversas editorias, denominadas Brasil, Mundo, Entretenimento e Economia. Ou seja, fora a pouca quantidade de publicações, comparada a temas policiais e políticos, por exemplo, o JC ainda enfrentou a falta de uma categoria específica para a sua divulgação.

Na análise dos recursos multimidiáticos no material coletado, detectou-se que a fotografia foi o único desses recursos utilizado pelo portal. A falta de vídeos, áudios, gráficos, ilustrações e, principalmente *links*, acarreta em um empobrecimento do conteúdo webjornalístico, visto que o veículo estudado não utilizou corretamente as diversas ferramentas possibilitadas pela web. Para Ribas (2005), os recursos multimidiáticos reconfiguram e potencializam as características do texto de tal forma que as narrativas da web também passam por modificações.

Já em relação às fontes de informação, as matérias publicadas no portal O Dia não apresentaram somente falas de cientistas ou notas emitidas pela assessoria de imprensa das instituições de fomento à ciência. Entretanto, o mérito não é do veículo de comunicação estudado, mas sim de quem realmente produziu as matérias. Isso porque, todas as oito notícias do *corpus*, não foram escritas por jornalistas do próprio O Dia, mas foram reproduzidas da Agência Brasil, Folhapress e G1. Isto demonstra que o JC ainda não faz parte das prioridades editoriais do portal O Dia.

6 Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERTOLLI FILHO, C. **Elementos fundamentais para a prática do Jornalismo Científico**. 2006. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentaisjornalismo-cientifico.pdf>>. Acesso em: 10 de mar./2019.

BUENO, Wilson da C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. Esp., p. 01-12, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/6585/6761>>. Acesso em: 25 de dez./2017.

BURKETT, W. **Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

CALDAS, G. Divulgação Científica e relações de poder. **Informação & Informação**, v. 15, n. Esp., p. 31-42, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/5583/6763>>. Acesso em: 05 de fev./2018.

CANAVILHAS, J. **Os jornalistas portugueses e a Internet**. V Congresso Ibero-Americano de Jornalistas na Internet, UFBA, Salvador, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>>. Acesso em: 26 de jun./2019.

DANCOSKY, Andressa K. Navegabilidade, complementaridade e interatividade: uma discussão sobre a hipermídia como potencialidade para o webjornalismo e seus usos no cenário atual. **Razón y Palabra**. Equador, n. 89, 15-29, março, 2016. Disponível em: <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp>>. Acesso em: 26 de jun./2019.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

FERRAZ, Flávia S. M. **Gêneros da divulgação científica na internet**. 2007. 186 f. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, São Paulo. 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-01112007-140734/>>. Acesso em: 26 de jun./2019.

HERSCOVITZ, Heloiza G. **Características dos portais brasileiros de notícias**. *University Long Beach*, Califórnia, v. 2, n. 1, p. 1-24, 2009. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197>>. Acesso em: 26 de jun./2019.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

RIBAS, Beatriz M. **A narrativa webjornalística: um estudo sobre modelos de composição no ciberespaço**. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea, UFBA, Salvador, 2005. Disponível em: <http://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2005_ribas_dissertacao.pdf>. Acesso em: 26 de jun./2019.