

---

## Do impresso para o digital: revistas e jornais que divulgam ciência nas universidades públicas de São Paulo<sup>1</sup>

Luciane TREULIEB<sup>2</sup>

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP

### Resumo

As revistas e os jornais, tanto impressos quanto digitais, estão entre os principais produtos midiáticos utilizados pelas universidades públicas de São Paulo visando à divulgação científica. Esse é um dos achados da minha pesquisa de mestrado, para a qual foram realizadas entrevistas semiestruturadas com gestores de comunicação da USP, da Unesp, da Unicamp, da Unifesp, da UFSCar e da UFABC, além de ter sido feita análise documental das principais mídias institucionais. Neste estudo, apresentamos o histórico e as principais características das revistas e jornais das universidades estudadas. Como resultados, podemos observar que veículos impressos têm dado lugar a produções online, devido à escassez de recursos humanos e financeiros e da necessidade de apropriar-se das novas mídias para atingir um público mais diverso.

**Palavras-chave:** Divulgação Científica; Universidades; Jornais; Revistas; São Paulo.

### Introdução

Este trabalho apresenta um recorte dos achados da minha dissertação, que buscou analisar como as universidades públicas de São Paulo utilizavam as novas mídias na produção de conteúdo de divulgação científica. Entre as mídias analisadas estão revistas e jornais e, nesse sentido, o estudo tem o objetivo de apresentar e descrever o histórico e as características das publicações produzidas pelos setores de comunicação institucional na Universidade Federal do ABC (UFABC), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Universidade Estadual Paulista (Unesp), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), Universidade de São Paulo (USP).

As publicações seguem sendo impressas? Por quais mudanças elas vêm atravessando devido às transformações digitais? Qual a periodicidade e o número de páginas daquelas que ainda resistem? Elas tratam somente de divulgação das pesquisas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestra em Inovação na Comunicação de Interesse Público pela USCS e editora-chefe da Revista Arco-UFSM, e-mail: lu.treulieb@gmail.com

ou há espaço para questões institucionais e administrativas? Essas são algumas das questões que buscamos responder por meio de análise documental e entrevistas semiestruturadas com gestores de comunicação e comunicadores das universidades, realizadas no final de 2019 e no início de 2020.

Os jornais e as revistas apresentados neste trabalho se encaixam na categoria “jornalismo institucional universitário” e, de acordo com Leal Filho (1990), tais publicações das universidades deveriam atender a três requisitos básicos: “circular informações dentro dos campi da universidade, disseminar a produção científica e cultural da universidade e tornar conhecido seu papel” (LEAL FILHO, 1990 apud RISSO; ROLLEMBERG, 2017, p. 276, tradução nossa). Historicamente, os veículos impressos foram os principais meios de divulgação científica das universidades, mas o advento da internet tem tirado deles esse protagonismo. No entanto, é relevante destacar, tal como assinala o autor, que esses veículos, em geral, não tratavam somente de questões relativas à produção de conhecimento, mas também costumavam incluir em suas páginas temas institucionais e de gestão.

### **A divulgação científica nas universidades**

Ao longo do tempo, vários têm sido os propósitos conferidos à divulgação científica, tais como: garantir legitimidade à própria ciência junto à sociedade, despertar vocações de futuros cientistas e promover a “participação das pessoas em processos de tomada de decisão que, cada vez mais, envolvem o conhecimento científico e tecnológico” (PEZZO; FABRICIO; OLIVEIRA, 2018, p. 70). Além disso, tornar acessíveis as pesquisas e descobertas científicas ajuda a criar uma imagem favorável para as instituições que produzem ciência, como as universidades.

Já faz alguns anos que a democratização das informações de cunho científico não se restringe aos meios de comunicação de massa como TV, rádio e veículos impressos, pois as novas mídias vêm sendo cada vez mais utilizadas para divulgar e popularizar a ciência. Por meio de iniciativas em mídias como sites, blogs, podcasts e redes sociais, mais pessoas têm podido produzir e obter informações científicas com linguagem clara e acessível, utilizando computadores, smartphones, tablets ou notebooks conectados à internet. Nesse contexto, pesquisas recentes apontam que, no Brasil, a internet é um dos principais meios utilizados para acessar informações sobre ciência (CGEE, 2019, p.16).

---

Aos poucos, as instituições de ensino superior do Brasil vêm se apropriando do uso de multiplataformas para ampliar o alcance das informações produzidas pelos pesquisadores. Como Santos, Francisco e Lima Filho (2018, p. 95) detectaram, “a estruturação de sítios ou portais, aliados a outras ferramentas digitais, têm sido as alternativas utilizadas na busca por ampliar os canais para socialização da produção científica de centros, universidades e instituições de pesquisa”. A divulgação de ciência pela internet é, para Queiroz e Becker (2016, p. 185), “uma possibilidade viável de incentivar o diálogo entre o público e os produtores de Ciência e Tecnologia, ou entre as instituições de pesquisa, inclusive com chance de promover uma interação e maior participação da sociedade neste processo”.

O reconhecimento da importância das universidades como centros de pesquisa e o acesso às contribuições positivas que se originam dentro dessas instituições pode ocorrer por meio da intensificação e qualificação da produção de conteúdos visando à divulgação científica. O acesso às descobertas científicas e aos debates envolvendo temas científicos — que antes costumava ser mais restritivo — foi amplificado pelos recursos da web.

A produção e a distribuição de conteúdo têm ocorrido por meio de ferramentas que, em geral, possibilitam que a comunicação seja mais rápida, interativa, dinâmica, multimídia e envolvem menores custos. Impressões de veículos institucionais, como jornais, informativos e revistas ainda ocorrem, mas estão cada vez mais raros — principalmente em um contexto de cortes de investimentos nas universidades e na ciência nacional. As revistas e os jornais, portanto, refletem o processo de adaptação e transformação digital pelo qual as instituições estão passando. Sendo assim, a seguir apresentam-se as análises dos seguintes materiais: uma revista impressa recentemente criada (UFSCar); periódicos mais antigos que existem nos dois formatos (Unesp, Unifesp e UFABC); e, por fim, publicações que abandonaram de vez a versão impressa e estão totalmente digitais (Unicamp e USP).

### **Análise dos resultados: as publicações, seus históricos e suas principais características**

A *Revista UFSCar* foi lançada em maio de 2017, sendo uma iniciativa conjunta da Coordenadoria de Comunicação Social (CCS), com o apoio da Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico da universidade (FAI). O

objetivo da publicação é ampliar a visibilidade das ações da UFSCar por meio da difusão de conteúdo em formato revista, sendo um canal de comunicação e integração entre a universidade, a comunidade acadêmica e a sociedade em geral. Segundo consta no site da revista<sup>3</sup>, busca-se “ampliar a visibilidade das ações e iniciativas de ambas as instituições [FAI e UFSCar]”. Matérias de divulgação científica fazem parte do conteúdo produzido para a publicação, mas ela também aborda temas relacionados ao funcionamento institucional.

Entre 2017 e 2019, foram lançadas quatro edições da *Revista UFSCar* (duas em 2017, uma em 2018 e uma em 2019). O assunto em destaque na capa da primeira edição foi o Cerrado; na segunda, foi a cana-de-açúcar; na terceira, evidenciou-se o tema Saúde; e a quarta edição contou com um especial sobre Educação. Explorou-se bastante o uso do texto e da fotografia na publicação, sendo pouco exploradas as ilustrações e os infográficos. O número de páginas variou, de edição para edição, entre 52 e 60, assim como a tiragem também oscilou: as três primeiras edições tiveram cinco mil exemplares impressos, e a última teve quatro mil. João Eduardo Justi, então coordenador de comunicação da UFSCar, admite que a equipe “não conseguiu, na verdade, uma periodicidade muito fixa, porque isso envolve [...] mil questões” (JUSTI, 2020, s.p). Ele estava se referindo à equipe diminuta e ao excesso de demandas de trabalho, pois não há equipe voltada especificamente para a produção da revista. Como descrito no relatório de atividades da UFSCar de 2017<sup>4</sup>, “a produção de reportagens para a revista é complexa, pois exige desde o aprofundamento no assunto que será tratado até a construção de uma linguagem adequada às características e à proposta do veículo”.

No portal da UFSCar, há um banner que direciona para o site do periódico, servindo como um espaço de divulgação da publicação. As quatro edições da *Revista UFSCar* também estão disponíveis online no site da revista e cada número pode ser acessado em um formato *flip*. Na versão eletrônica da revista, há links e *QR codes* que direcionam para conteúdos extras em outras mídias — principalmente reportagens em vídeo da TV UFSCar — relacionados às pautas das matérias da revista. Há também a opção de acessar uma versão simplificada da revista em *Portable Document Format* (PDF) e fazer seu *download*.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://revista.ufscar.br/quem-somos/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.spdi.ufscar.br/arquivos/informacao-institucional/prestacao-de-contas-2/relatorios-de-atividades/relatorio-de-atividades-2017-v4.pdf/view>. Acesso em: 12 ago. 2021.

---

Já a *Revista Entreteses* foi criada em novembro de 2013, “com a vocação de estimular a divulgação científica e a interdisciplinaridade entre os *campi* da Universidade Federal de São Paulo”<sup>5</sup>. A publicação resulta da colaboração entre a Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, a reitoria e o Departamento de Comunicação Institucional (DCI) e se propõe a adotar uma linguagem acessível a todos os leitores, independentemente de sua área de atuação. Desde o editorial da primeira edição, ficou claro o desafio da publicação:

Para divulgar ciência não basta, por isso, simplesmente publicar um texto científico. É necessário assegurar que ele porte condições mínimas de legibilidade. É aí que se encontra o desafio: como divulgar um texto científico sem abandonar a informação exata e o rigor metodológico? (ARBEX JR., 2013, p. 3)

Entre 2013 e 2019, foram lançadas 12 edições da revista. A publicação é semestral e o número de páginas por edição tem sido bastante variável: entre 84 e 124. A tiragem também não é fixa, oscilando entre dois e quatro mil exemplares no decorrer dos anos. Para o diretor do DCI da Unifesp, Lima Junior (2019), a revista é o único canal específico de divulgação científica da universidade e aborda questões das mais diversas áreas do conhecimento.

Na plataforma Issuu, no perfil da Unifesp<sup>6</sup>, todas as edições completas estão disponíveis para serem lidas em um formato folheável. A *Entreteses* também tem uma página web<sup>7</sup>, na qual ficam disponíveis a edição atual e as edições anteriores para serem acessadas em PDF e fazer *download*. Tal espaço online, portanto, também serve de repositório. Outra forma de acessar o conteúdo é por meio de cliques individuais em cada matéria. O sumário é disponibilizado com título e linha fina de todas as reportagens e, quando um título é clicado individualmente, tem-se acesso à respectiva matéria, que foi transposta e adaptada para o site. A edição mais recente da *Entreteses* fica em destaque no portal institucional da Unifesp.

Até 2019, a produção da revista era realizada por meio de uma agência terceirizada, e o editor era o jornalista José Arbex Jr. Devido aos cortes no orçamento institucional, a revista passou a ser feita pela equipe de comunicação da própria universidade. Para Lima Junior (2019), apesar dos cortes, a *Entreteses* “vai continuar, se não continuar impressa, vai continuar digital. Mas, se ela continuar digital, ela vai para

---

<sup>5</sup> Conforme consta no site da revista. Disponível em: <https://www.unifesp.br/reitoria/dci/edicao-atual-entreteses/item/1584-edicao-1-entreteses>. Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://issuu.com/unifesp>. Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.unifesp.br/edicao-atual-entreteses>. Acesso em: 12 ago. 2021.

esse novo escopo que eu estou pretendendo”. Nessa fala, ele referia-se a propostas de reformulação no ambiente digital que estavam em desenvolvimento.

O *PesquisABC* foi lançado em dezembro de 2010 e é um informativo quadrimestral de divulgação científica produzido pela Universidade Federal do ABC, fruto de uma parceria entre a Pró-Reitoria de Pesquisa e a Assessoria de Comunicação e Imprensa. O objetivo principal do informativo é tornar públicas as pesquisas realizadas na UFABC, contemplando todas as áreas do conhecimento, em linguagem acessível para toda a comunidade universitária. Também pretende estimular colaborações científicas e anunciar oportunidades de participação em projetos científicos. Segundo editorial da edição de lançamento, “alunos, professores e funcionários terão acesso às novidades em termos de publicações e resultados científicos obtidos por nossa comunidade”<sup>8</sup>.

Desde o início, o informativo foi pensado para ser publicado tanto impresso quanto digitalmente. A primeira edição contava com quatro páginas, número que foi aumentando ao longo dos anos, até chegar às 24 das edições de 2019. A tiragem, contudo, teve um decréscimo: passou de três mil exemplares nas primeiras edições para 500 exemplares a partir de 2016. Alessandra Castilho, que foi gestora da comunicação institucional da UFABC, falou, em 2015 (quando a tiragem ainda era de 2,5 mil exemplares), sobre o público a que se destinava o periódico:

[...] a gente tenta atingir o público mandando para alguns targets específicos como público acadêmico, os docentes recebem individualmente, os alunos têm acesso, pois ficam disponíveis em *displays* nas recepções, os técnicos administrativos também, é enviado para um *mailing* de jornalistas de ciência e tecnologia de SP, aproximadamente 140, agências de fomento, porque é importante que eles saibam o que se faz dentro da universidade, público estratégico para instituição, e para outras instituições porque se você sabe que uma instituição está fazendo certo tipo de pesquisa, e que outra instituição está fazendo algo parecido contribui para a colaboração das pesquisas (CASTILHO, 2015 apud CARMO, 2015, p. 64).

Tratando-se do *PesquisABC* em publicação digital<sup>9</sup>, todas as edições podem ser acessadas — com o mesmo formato da versão impressa — no site da Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade. Os exemplares também podem ser baixados em formato PDF pelos interessados.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://propes.ufabc.edu.br/numeros-antiores/item/200-pesquisabc-n-1-2010>. Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://propes.ufabc.edu.br/numeros-antiores>. Acesso em: 12 ago. 2021.

---

A *Unesp Ciência* é a revista de divulgação científica da Unesp. Lançada em 2009, tinha periodicidade mensal e publicações de fevereiro a dezembro. Na “Carta ao Leitor” da edição de lançamento, Giovana Girardi, editora-chefe da publicação, destaca o objetivo principal da revista: “trazer notícias relevantes sobre a ciência que vem sendo feita na universidade, mas sem se ater aos portões dos 23 *campus* da instituição” (GIRARDI, 2009, p. 3). Ela deixa claro que procuraria relacionar questões científicas institucionais ao contexto social. A revista *Unesp Ciência* era editada pela Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI). Contava com 52 páginas quando foi lançada; mas, nas últimas edições, passou a ter 36 páginas impressas. A tiragem também sofreu uma redução considerável no número de exemplares: dos 25 mil exemplares iniciais, foi decrescendo, ao longo dos anos, para 15 mil, depois seis mil até chegar a 3,5 mil em seus últimos números.

Até a edição 69, de novembro de 2015, a revista estava disponível para ser “folheada” online na plataforma Issuu<sup>10</sup>. Além disso, os arquivos em PDF de todas as edições estão disponíveis para serem descarregados no site da revista<sup>11</sup>, sendo também um repositório da publicação. Ainda, cada reportagem pode ser acessada individualmente no site por meio de clique no link, além de cada matéria poder ser baixada individualmente em formato PDF. Entre maio de 2017 e maio de 2018 (edição 96), o site da *Unesp Ciência* passou a oferecer materiais adicionais — além dos que estavam na impressa — em cada edição. Na edição 97, de junho de 2018, a revista deixa de ser impressa, mas segue sendo produzida e disponibilizada on-line até a edição 108, de junho de 2019.

Fabio Almeida, então gestor da Comunicação da Unesp, conta que a revista deixou de ser produzida para diminuir custos, “porque a universidade entrou numa crise financeira grande e a revista era onde daria pra cortar na questão de ser impresso” (ALMEIDA, 2019, s.p). Sobre isso, ele afirma: a revista “foi perdendo equipe, perdendo, perdendo, quando eu cheguei pra assessoria [em junho de 2018], ela só tinha uma designer, que não era produtora de conteúdo” (ALMEIDA, 2019, s.p). Então, pela falta de recursos financeiros e humanos, foi decidido encerrar as atividades da revista impressa e “apostar em algumas outras estratégias” — relacionadas à produção de conteúdo digital para o portal. Segundo Almeida (2019), após o encerramento das

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://issuu.com/unespciencia>. Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: [www.unespciencia.com.br](http://www.unespciencia.com.br). Acesso em: 12 ago. 2021.

atividades da revista, perdeu-se “uma plataforma importante de divulgação científica” e ainda estão sendo discutidas as novas formas e meios para divulgar a ciência da Unesp. O jornalista comenta que muitos dos leitores da revista não sabem que a publicação acabou, “porque não foi feito um anúncio, porque não é algo pra se comemorar, né? É algo que a gente tá fazendo por necessidade, por circunstâncias” (ALMEIDA, 2019, s.p).

Ao longo de mais de 30 anos, o *Jornal da Unicamp* (JU) “se consolidou como um veículo institucional de divulgação científica de elevada credibilidade, tanto junto à comunidade especializada, quanto ao público mais amplo”<sup>12</sup>. Porém, observando edições antigas, percebe-se que, nos seus primeiros anos, o JU não era um veículo somente de divulgação científica, sendo muito mais um jornal com notícias institucionais. No decorrer dos anos, porém, passou a dar enfoque, em suas matérias, à temática do desenvolvimento científico da universidade e às pesquisas feitas por professores e alunos da Unicamp em todas as áreas do conhecimento. O jornal também passou a publicar entrevistas com especialistas, abordando assuntos da atualidade.

Desde o início dos anos 2000, já havia a possibilidade de o *Jornal da Unicamp* online ser recebido gratuitamente por todos os interessados cadastrados em um sistema automático de distribuição de mensagem. A remessa do material por e-mail, informando que a edição já estava na internet (nas versões html e PDF), dava-se semanalmente, em paralelo com o encaminhamento da edição impressa para a gráfica. O documento online apresentado era formatado exatamente como o original. O JU passou a ser publicado exclusivamente na versão online a partir de 1º de agosto de 2016. Quando foi anunciada a mudança, constava na notícia que “um aspecto que não sofrerá alteração é o compromisso do JU de tornar pública, com qualidade e precisão, a produção científica da universidade”. Ainda na matéria, destacava-se que a decisão de publicar o jornal unicamente em plataforma digital foi tomada no “contexto da criação, pelas instâncias colegiadas da Unicamp, da Secretaria de Comunicação (SEC) da Unicamp, em fase de implantação, e da reformulação do Portal da Unicamp, igualmente em elaboração”.

O jornalista Clayton Levy explicou, na mesma reportagem, que a publicação do JU exclusivamente na versão online obedeceria a duas etapas: inicialmente, o jornal

---

<sup>12</sup> A matéria citada está disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/662/jornal-da-unicamp-migra-para-plataforma-digital>. Acesso em: 12 ago. 2021.



---

seria mantido conforme o modelo existente, que era uma variante digital da versão impressa; a segunda fase ocorreria quando o novo Portal da Unicamp entrasse no ar. E assim aconteceu: o *Jornal da Unicamp* passou a contar com domínio próprio<sup>13</sup> e foi totalmente repaginado: “A ideia é explorarmos ao máximo as possibilidades oferecidas pela plataforma digital, como a inclusão de mais fotos, infográficos e ilustrações, de modo a tornar as reportagens ainda mais informativas e atraentes” (LEVY, 2016 in JORNAL DA UNICAMP..., 2016, s.p).

A periodicidade foi novamente alterada, dessa vez propiciada pelo ambiente online. Na segunda etapa de seu novo modelo digital, as notícias e as reportagens passaram a ser atualizadas diariamente. Isso trouxe alguns ganhos em relação às pautas, pois passou a ser possível “abordar e repercutir, diariamente, temas candentes e que mereçam abordagens analíticas, outra marca do *Jornal da Unicamp*” (KASSAB, 2016 in JORNAL DA UNICAMP..., 2016, s.p). Outro benefício da versão online foi o aumento do alcance, também adiantado por Levy em 2016: “O JU circulava semanalmente com seis mil exemplares. A sua versão digital não será limitada pela tiragem. O jornal poderá ser acessado por qualquer pessoa em qualquer parte do mundo, a partir do notebook, tablet ou celular” (LEVY, 2016 in JORNAL DA UNICAMP..., 2016, s.p).

De acordo com dados divulgados pela própria instituição em 2016, estimava-se que “somente nos últimos vinte anos, o JU divulgou cerca de cinco mil pesquisas desenvolvidas por pesquisadores da instituição” (ALVES FILHO, 2016, s.p), sendo “pesquisas de interesse público, realizadas com recursos públicos” (KASSAB, 2016 in ALVES FILHO, 2016, s.p). Outro ponto, destacado por Schulz (2019), evidencia o papel do JU: “informar o público externo geral, sim, mas também [ser] referência acadêmica” (SCHULZ, 2019, s.p, adaptado). O então secretário executivo de Comunicação salienta que matérias do *Jornal da Unicamp* haviam sido citadas pelo menos 84 vezes em artigos indexados na *Web of Science*: “borram-se, assim, os limites entre jornalismo e ciência” (SCHULZ, 2019, s.p). Nesse mesmo texto, Schulz relata que, em uma busca pelo Google Acadêmico, constatou que havia mais de 700 citações a textos do JU em artigos acadêmicos, dissertações, teses e anais de congresso. O JU não nasceu para ser uma publicação acadêmica, mas para falar ao público externo. Schulz

---

<sup>13</sup> O *Jornal da Unicamp* está disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju>. Acesso em: 12 ago. 2021.

comemora o interesse dos leitores pelo *Jornal da Unicamp*, tendo sido recebidos mais de 500 mil acessos entre o início de 2017 e agosto de 2019. Ele realça: “limitando uma busca aos 30 artigos mais acessados, nota-se que as matérias e artigos são, de fato, divulgação da pesquisa realizada, busca da realidade e o debate atento às tendências da universidade” (SCHULZ, 2019, s.p).

Por último, destacamos o *Jornal da USP* (JUSP), publicação que passou pela transição do impresso para o digital em 2016, sendo, atualmente, uma das principais referências nacionais em termos de produção de conteúdo de divulgação científica no país. Criado em 1985, o *Jornal da USP* é o periódico universitário institucional mais antigo do Brasil (RISSO; ROLLEMBERG, 2017). Mesmo tendo sido lançado em 1985, só começou a ter produção mensal regular a partir de abril de 1986. Em setembro de 1987, passou a ter periodicidade semanal. Tinha como público-alvo preferencial os docentes da instituição. Isso foi destacado pelo reitor da época, Helio Guerra Vieira, em texto na capa da primeira edição. Ele ressaltou, contudo, que o conteúdo do periódico interessaria a todos os segmentos da sociedade brasileira, “de modo especial àqueles que, pela proeminência do saber e das responsabilidades, têm o poder ou o dever de interferir nos destinos nacionais” (VIEIRA, 1985, p. 1). Além disso, o então reitor evidenciou a publicação como uma nova ferramenta que daria dimensão pública ao que se fazia, dizia e pensava na instituição: “esse *Jornal da USP*, que agora assoma na sua primeira edição, vem para servir, prioritariamente, à difusão das ideias e do saber produzidos na universidade” (VIEIRA, 1985, p. 1). O periódico, segundo Vieira, foi criado como um instrumento que teria a tarefa da difusão científica e do debate acadêmico.

As primeiras edições do *Jornal da USP* tinham oito páginas em preto e branco e nenhuma foto. Quando deixou de ser impresso, em 2016, o periódico contava com 24 páginas coloridas, com bastante ênfase nas imagens. Já a tiragem do *Jornal da USP* oscilou entre 20 mil e 10 mil exemplares durante os anos em que foi impresso. Eles eram distribuídos em todos os *campi* da universidade e em órgãos ligados aos governos estadual e federal.

Uma primeira versão online foi criada em 1997, mas ele seguia sendo impresso. A partir da edição 1103, de maio de 2016, deixou-se de imprimir o *Jornal da USP*, e o veículo passou a contar com edições online e ser publicado exclusivamente na web, podendo ser acessado por meio de aplicativo para celular e do site na internet.

---

Risso e Rollemberg narram o surgimento da proposta de reestruturação que levou à extinção da versão impressa do JUSP:

A explicação para a extinção da versão impressa do JUSP remonta ao início de 2010, quando houve uma reestruturação da Comunicação Social da Universidade de São Paulo. Essa reestruturação previa a criação de um novo modelo de comunicação para a USP.

Algum tempo depois, em 2014, um comitê de professores — formado por Carlos Ferreira Martins, Margarida K. Kunsch, Elizabeth Saad, Eugenio Bucci, André Singer e Luiz Fernando Santoro — começam a idealizar um novo modelo. Em agosto de 2015, Eugenio Bucci assume o cargo de Superintendente de Comunicação Social e propõe algumas mudanças nos veículos de comunicação da USP (RISSO; ROLLEMBERG, 2017, p. 282, tradução nossa).

Diferentemente de alguns dos veículos impressos apresentados até aqui, a mudança ocorrida no JUSP não foi a simples passagem do papel para o digital. Fruto de estudos e discussões de um grupo de trabalho, a nova proposta do *Jornal da USP* reuniu, em um único veículo, todas as mídias da Superintendência de Comunicação Social. As equipes do *Jornal da USP*, da Agência USP de Notícias, da USP Online, da Rádio USP e da TV USP começaram a trabalhar integradas, indo contra a “fragmentação na comunicação dos veículos da SCS, com duplicidade de estruturas e tarefas [...] trazendo ganhos de escala e propiciando economia de recursos e de energia” (KIYOMURA, 2016, p. 13). Sobre a economia propiciada, acredita-se que deixaram de ser gastos cerca de R\$500 mil por ano em custo gráfico, além de mais de R\$ 55 mil por ano em despesas de correio. Em termos de escala e alcance de público, Marcello Rollemberg, então Chefe Técnico de Divisão de Mídias Impressas, demonstrava otimismo quando houve o lançamento da nova proposta: “Nessa nova configuração *on-line*, o mundo inteiro vai poder saber notícias da USP em tempo real [...] Muito diferente da edição impressa, que também era acessada na internet, porém trazia exatamente o mesmo conteúdo da publicação semanal” (ROLLEMBERG, 2016 in KIYOMURA, 2016, p. 12).

Outro benefício apontado pelo jornalista foi a agilidade e a velocidade na distribuição das notícias. Ele expõe tal questão de forma clara no editorial na edição 1103, a última impressa do JUSP:

Para que você tenha uma ideia melhor do que significa esse ganho de velocidade, considere o intervalo que existiu até hoje entre o fechamento das matérias e a distribuição destas páginas impressas que você tem agora em mãos: nada menos do que cinco dias. Isso mesmo, o jornal distribuído às segundas-feiras pelas escolas e institutos da USP foi fechado na redação cinco dias antes, quer dizer, na quarta-feira anterior. Convenhamos que, em tempos de internet, quando a rapidez é parte da

---

qualidade da informação, um intervalo de cinco dias era inaceitável. Era uma realidade que nos incomodava e precisávamos fazer algo para reverter esse quadro, no qual o grande prejudicado acabava sendo o leitor (ROLLEMBERG, 2016, p. 2)

Risso e Rollemborg (2017) contam que, para que todas essas mudanças fossem possíveis, mexeu-se em uma estrutura que estava há muitos anos intacta e com divisões compartimentadas. Cada um dos veículos tinha seus profissionais e produzia conteúdo para diferentes públicos. Com a integração ocorrida em 2016, passaram a existir seções (Cultura, Ciência, Universidade e Notícias) no *Jornal da USP*, mas sem as divisões anteriores, ou seja, com todos os jornalistas trabalhando em conjunto na produção de conteúdo. Aos textos e às fotos que compunham o *Jornal da USP*, foram adicionados áudios e vídeos, ou seja, introduziram-se múltiplas linguagens nas matérias, sendo utilizadas as vantagens propiciadas pelo ambiente digital: a multimídia, a hipertextualidade e a interatividade.

Apesar de a nova versão do JUSP ter se apropriado dessas características do jornalismo online, uma delas não foi totalmente explorada: a possibilidade de servir como repositório de todas as versões passadas. A memória de parte das edições antigas não ficou disponível para consulta. Porém, há edições que podem ser encontradas online: aquelas de número 581 até 849<sup>14</sup> — cujas capas estão em formato PDF e o restante foi transferido para o site — e as de número 1000 até 1003<sup>15</sup> — cujas edições completas estão disponíveis no formato PDF, além de ser possível acessar cada matéria no site.

A passagem do impresso para o digital não passou incólume aos leitores do *Jornal da USP*: críticos e apoiadores se manifestaram, enviando e-mails à redação quando souberam da novidade. Os elogios vinham no sentido do cuidado com os recursos públicos e do maior alcance possibilitado, além de contemplarem a questão ambiental, pois menos resíduos seriam gerados em comparação ao jornal impresso. Já as críticas foram principalmente daqueles que preferiam ler no papel, mas também eram dirigidas à possível dificuldade de acesso à internet, o que restringiria a circulação do conteúdo entre esse público.

Ainda no editorial de despedida da versão impressa do jornal, Rollemborg (2016) citava os exemplos dos jornais *The Independent* e *El País* como referências de

---

<sup>14</sup> Disponível em: [http://espaber.uspnet.usp.br/jorusp/?page\\_id=408](http://espaber.uspnet.usp.br/jorusp/?page_id=408). Acesso em: 12 ago. 2021.

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.usp.br/jorusp/arquivo.htm>. Acesso em: 12 ago. 2021.

publicações que haviam abandonado as versões impressas e seguiam em uma realidade mais veloz e eficiente. A transição do papel para a tela foi uma iniciativa importante para mostrar ao público como se estabelecia a interação da universidade com a sociedade brasileira:

Esse foi o primeiro passo na direção de mostrar a um público mais amplo não apenas a produção científica da Universidade de São Paulo — uma das maiores das Américas —, mas também apresentar aos leitores como os pesquisadores da USP analisam situações políticas, culturais e econômicas no Brasil e no mundo e como suas produções se posicionam como atores sociais (RISSO; ROLLEMBERG, 2017, p. 286, tradução nossa).

O nome *Jornal da USP* foi mantido devido a sua história, sua importância no ambiente universitário e sua relevância jornalística (RISSO; ROLLEMBERG, 2017). No entanto, como relatado aqui, a equipe integrada de comunicação da superintendência passou a ser responsável por todo o conteúdo noticioso do portal da USP. Esse fato também é um diferencial em relação às demais revistas e jornais estudados.

### **Considerações finais**

A partir do exposto neste estudo, pudemos verificar que as universidades públicas do estado de São Paulo têm repensado o modo de produção e de distribuição das revistas e jornais institucionais. Os conteúdos estão ganhando espaço no ambiente online, algumas vezes tendo extinguidas as suas versões no papel, e outras mantendo os materiais impressos juntamente com os digitais. São diversas as causas que têm levado a essa transformação, mas as que se destacam a partir das entrevistas com os gestores são a diminuição de investimentos nas universidades (não há recursos para impressão) e a redução das equipes nos setores de comunicação nas universidades. As publicações que se mantêm no formato impresso também têm disponibilizado seus conteúdos na versão online, aumentando, dessa forma, o alcance, podendo ser lidos em quaisquer partes do mundo por pessoas com acesso à internet.

Além disso, a mudança do papel para o digital acompanha uma tendência mundial, devido aos benefícios proporcionados pelo ambiente online, como espaço ilimitado, potencial de atingir públicos maiores e mais diversos e mais agilidade na divulgação das informações. Sem envolver a logística, o tempo e os recursos de encaminhamento para gráficas, a substituição do impresso pelo digital dá a possibilidade de publicação e atualização diárias e, portanto, de abordar e repercutir

temas factuais, muitas vezes aproveitando o know-how dos pesquisadores das universidades para elaborarem conteúdos analíticos dos fatos de interesse público.

Consideramos o caso do *Jornal da USP* como exemplar, pois ele passou por uma reformulação estratégica e modernização e se tornou referência nacional: deixou de ser impresso, há um número adequado de funcionários, delimitação editorial clara e cultura institucional de priorizar e querer contar à sociedade sobre as pesquisas da universidade. A produção em diversos formatos de mídia, incluindo textos, fotos, infográficos, ilustrações, vídeos e áudios tornam o conteúdo atrativo mesmo àqueles não tão interessados em questões científicas.

Ao deixar de imprimir o jornal, há diminuição dos resíduos gerados, um ponto positivo em relação aos cuidados com o meio ambiente. Como pontos negativos, há críticas de leitores que, por diversos motivos pessoais, preferem ‘ler no papel’. Além disso, uma faixa da população nacional ainda não tem pleno acesso à internet, razão pela qual iniciativas analógicas também precisam ser realizadas. Nesse sentido, destacamos que somente ações digitais não são suficientes para efetivar a democratização da ciência – e os materiais impressos podem ser uma das formas de suprir essa lacuna.

---

## Referências bibliográficas

ALMEIDA, F. M. de. **Divulgação Científica**: Universidade Estadual Paulista. Entrevista cedida a Luciane Treulieb, São Paulo. [22 de nov. 2019].

ALVES FILHO, M. Unicamp cria portal mais funcional. **Jornal da Unicamp**. Campinas, 16 de dez. 2016. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/678/unicamp-cria-portal-mais-funcional>. Acesso em: 12 ago. 2021.

ARBEX JR, J. Apresentação. **Revista Entreteses**, São Paulo, n. 1, ano I, p. 3, nov. 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3kUzohr>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CARMO, V. A. do. **A divulgação científica nas universidades do Grande ABC**: inovações ou repetição de formatos? 2015. 106 f. Dissertação — (Mestrado em Comunicação). Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2Hoz4ts> Acesso em: 12 ago. 2021.

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS - CGEE. Percepção pública da C&T no Brasil — 2019. **Resumo executivo**. Brasília, DF: 2019. 24p

---

GIRARDI, G. Duas comemorações e um desafio. **Revista Unesp Ciência**, São Paulo, n°1, ano I, p.3, set. 2009. Disponível em: <https://www.unesp.br/aci/revista/ed01/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

JORNAL da Unicamp migra para a plataforma digital. **Jornal da Unicamp**, Campinas, 2016. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/662/jornal-da-unicamp-migra-para-plataforma-digital>. Acesso em: 12 ago. 2021.

JUSTI, J. E. **Divulgação Científica**: Universidade Federal de São Carlos. Entrevista cedida a Luciane Treulieb, São Carlos. [16 de abr. de 2020].

KIYOMURA, L. *Jornal da USP* migra para o digital e integra mídias da Universidade. **Jornal da USP**, São Paulo, n° 1103, ano XXXI, p. 12-13, abr. 2016 Disponível em: <http://espaber.uspnet.usp.br/jorusp/wp-content/uploads/2016/04/jornal-da-usp-1103.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

LIMA JUNIOR, W. T. **Divulgação Científica**: Universidade Federal de São Paulo. Entrevista cedida a Luciane Treulieb, São Paulo. [24 de set. de 2019].

PEZZO, M. R.; FABRÍCIO, T. M.; OLIVEIRA, A. J. A. Cultura científica e cibercultura: a experiência do Laboratório Aberto de Interatividade (LABI) com narrativas de ciência nos espaços físico e virtual. In: PORTO C.; OLIVEIRA, K. E.; ROSA, F. G. G. (Org.). **Produção e difusão de ciência na cibercultura**: narrativas em múltiplos olhares. 1ed. Ilhéus: Editus, 2018, v. 1, p.69-82

QUEIROZ, G. B. R.; BECKER, V. Jornalismo e divulgação científicos nas universidades brasileiras: análise de estratégias para facilitar o acesso à C&T. **Brazilian Journalism Research**, v. 12, n.3, p.178-197, 2016.

RISSO, C.; ROLLEMBERG, M. *Jornal da USP*: La transformación desde papel hacia la pantalla. In: SÁNCHEZ, J. S. (coord.). **Nuevas tecnologías audiovisuales para nuevas narrativas interactivas digitales en la era multidispositivo**. Madri: Editora McGraw-Hill, 2017. p. 275-288.

ROLLEMBERG, M. Uma nova e mais veloz realidade. **Jornal da USP**, São Paulo, n° 1103, ano XXXI, p. 2, abr. 2016 Disponível em: <http://espaber.uspnet.usp.br/jorusp/wp-content/uploads/2016/04/jornal-da-usp-1103.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SANTOS, A. F. P.; FRANCISCO, R. P.; LIMA FILHO, J. B. Modelo de portal para socialização de conhecimentos científicos na UFG. **NAVUS Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 8, p. 90-108, 2018.

SCHULZ, P. Respeitável público! **Jornal da Unicamp**. Campinas, 02 de ago. 2019c. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/artigos/peter-schulz/respeitavel-publico#3>. Acesso em: 12 ago. 2021.

VIEIRA, A. H. G. A serviço da difusão e do debate. **Jornal da USP**, São Paulo, n°1, ano I, jun. de 1985. Disponível em: <https://www5.usp.br/27371/jornal-da-usp-28-anos-em-16-imagens/>. Acesso em: 12 ago. 2021.