



## **Divulgação Científica nas redes sociais: um olhar sobre a linguagem jornalística do Portal Ciência em Pauta da Secti-Am no Facebook<sup>1</sup>**

Vanessa BRITO<sup>2</sup>  
Macarena Cavalcante Mairata<sup>3</sup>  
Carlos Fábio Morais GUIMARÃES<sup>4</sup>

Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação  
Faculdade Martha Falcão

### **RESUMO**

O presente artigo propõe discutir como se dá a busca pela popularização da ciência por meio das redes sociais digitais, especificamente, no que tange a produção da notícia para a mídia social Facebook. Percebe-se que o formato jornalístico ainda dominante na web é a da pirâmide invertida. Todavia, com as características específicas da internet, há possibilidade de inovar esse formato, buscando formas mais eficientes de conquistar o internauta. Para alcançar o objetivo proposto, percorremos sobre os conceitos de divulgação científica, jornalismo Científico e do papel da Internet na divulgação do conhecimento científico.

**Palavras-chave:** divulgação científica; jornalismo; mídias sociais; internet.

### **INTRODUÇÃO**

Inúmeros são os blogues, portais ou *sites* de divulgação científica no País. Desde o lançamento da internet comercial no Brasil, centenas deles surgiram, ampliaram-se, extinguíram-se ou foram deixados de lado pelos seus idealizadores. Contudo, é sabido que com o avanço da era digital, o ambiente da web se tornou um dos mais propícios para publicação de variados assuntos, incluído neste contexto, os temas referentes à Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

<sup>2</sup> Jornalista da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação do Amazonas (Secti-Am) email: [vanessa.barbosabrito@gmail.com](mailto:vanessa.barbosabrito@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do curso de jornalismo da Faculdade Martha Falcão. E-mail: [macarenamairata@gmail.com](mailto:macarenamairata@gmail.com)

<sup>4</sup> Prof. Msc. da Faculdade Martha Falcão e Coordenador do Programa de Comunicação Científica da Secti-Am, email: [cfguima@gmail.com](mailto:cfguima@gmail.com)



Observa-se que dentre os *sites* ou portais da internet destinados a CT&I, os mais duradouros são os administrados pelos veículos de comunicação oriundos da mídia impressa, como por exemplo, superinteressante, Ciência Hoje, Folha de São Paulo ou o G1, das organizações Globo. Há outros que se originaram a partir da necessidade de se conhecer mais sobre os avanços tecnológicos na área de serviços e produtos. “Tectudo”, “Protec” são alguns representantes. Não se pode deixar de lado, os portais de Institutos de Pesquisas e de agências federais de investimento, como o INPA ou CNPq. Soma-se a lista, seguindo o exemplo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), os investimentos de algumas Fundações de Amparo à Pesquisas (Faps) de outros estados no segmento de divulgação científica por meio da área da comunicação, como foi o caso da Fapeam, do estado do Amazonas, que se tornou referência na região Norte e modelo para os estados do Maranhão e Minas Gerais.<sup>5</sup>

Observa-se também que grande parte do conteúdo publicado nestes sites ou portais ainda segue o modelo impresso de se produzir notícia, ou seja, o uso da pirâmide invertida. Canavilhas apud Rodrigues (2009, pag14) cita:

“Marshall McLuhan afirmava que o conteúdo de qualquer médium é sempre o antigo médium que foi substituído. A internet não foi exceção. Devido as questões técnicas, a internet começou a distribuir os conteúdos do meio substituído – o jornal”

As iniciativas que buscam um novo formato seguem uma tendência híbrida de linguagem da notícia jornalística, ou seja, não há um formato de notícia exclusivamente *on-line*. 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.

Há seis meses, a Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado do Amazonas (Secti-Am) lançou o “Ciência em Pauta”, um portal de divulgação científica abrangente que reúne produtos de impresso, áudio, vídeo e mídias sociais. Em cada um deles, a notícia é trabalhada de forma particular, visando atingir os objetivos propostos por meio da linguagem apropriada para cada um. As notícias veiculadas em forma de reportagens eletrônicas, igualmente são direcionadas para serem publicadas nas mídias sociais.

---

<sup>5</sup> Pesquisa realizada em 2011 e apresentada no Intercom Norte 2011, em Boa Vista-RR, de autoria de Carlos Fábio Morais Guimarães, Soraia Magalhães e Keity do Nascimento



Sendo assim, este texto busca lançar um olhar sobre a linguagem jornalística do portal Ciência em Pauta destinada a publicação no Facebook. O método utilizado foi bibliográfico – busca de autores - e documental - trechos extraídos da *fanpage* da Secti-Am – sem a intenção de buscar definições para a prática do jornalismo *on-line*, mas para observar a linguagem praticada nesta mídia social se diferencia da linguagem utilizada na reportagem eletrônica ou se a produção jornalística para o meio eletrônico é feito num formato único para publicação nas diferentes mídias existentes no próprio portal.

### **Divulgação Científica**

O Jornalismo contribui para o debate social e democrático e também é apropriado pela divulgação científica para este fim ao informar sobre pesquisas, experimentos, estudos, produções e análises científicas nos meios de comunicação. Atualmente, há poucos registros de portais de notícias dedicados exclusivamente ao noticiário de reportagens e artigos sobre Ciência, como no caso do portal Ciência em Pauta.

Entretanto, para explicitar as características da divulgação científica oferecida por este meio de comunicação na Internet, faz-se necessário a análise da própria divulgação científica e da influência do jornalismo na popularização da Ciência na atualidade. Massarani (2009, p.98) atribui à divulgação científica as várias estratégias usadas para promover a Ciência para o público, com o objetivo macro de educar, aumentar a consciência e apoiar a Ciência.

“[...] a ciência é uma força democrática como foco na integridade, objetividade e igualdade que pode ter impacto na vida dos cidadãos. [...] a divulgação científica usa relações públicas, campanhas publicitárias, ferramentas de marketing, folhetos, livros, festivais e museus de ciência” (Massarani, 2009, p.98).

O jornalismo entra em questão no momento em que é usado como força para alavancar ainda mais o conhecimento científico por parte de outros pares que não sejam pesquisadores, gestores ou agentes civis envolvidos na área de CT&I. O Jornalismo funciona como responsável por disseminar informações sobre o assunto e contribuir para a divulgação científica de forma geral na sociedade.



Para se fazer um estudo específico sobre o jornalismo científico é preciso partir da questão que os jornalistas deste tipo de segmento comunicam resultados de pesquisas científicas e conteúdo científico em geral para o público leigo, como resultados de artigos científicos, publicações, livros, eventos científicos e etc. Segundo Massarani (2009, p.98), os jornalistas argumentam que a divulgação da ciência é uma necessidade da democracia.

Argumentam que a divulgação da ciência é uma necessidade da democracia, que a ciência é uma força democrática com foco na integridade, objetividade e igualdade, que pode ter um impacto na vida dos cidadãos”. (MASSARANI. 2009.p, 98)

Bueno (2009, pag. 162) também traz conceitos sobre divulgação científica e jornalismo científico. Para o autor, a divulgação compreende a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos para veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas à inovação para um público leigo. Ou seja, essa divulgação pressupõe um processo de decodificação de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com objetivo primordial de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência.

No que concerne ao jornalismo científico, o autor cita que deve possuir os elementos característicos da área como atualidade, periodicidade e universalidade, somados as funções como informativa, educativa, social, econômica e político-ideológica. (BUENO, 2009, pag. 170).

Com o advento da web, a divulgação científica e o jornalismo científico encontram terreno para ampliar as oportunidades de assimilação do conhecimento científico por parte dos internautas. A linguagem da internet, em busca uma de uma diferenciação dos demais meios de comunicação, também abre margem para novas práticas narrativas, novos modos de leitura, novas realidades interacionais.

Entretanto, vale ressaltar que há estudo que aponta para as diferenças entre sites de notícias exclusivamente online, empenhados em valorizar as características da web como mídia, em que os repórteres dialogam com seus leitores e os sites ligados a veículos off-line, nos quais os profissionais apenas publicam as reportagens, mas não se envolvem com os leitores, nem com os processos específicos do jornalismo online, (RODRIGUES, pag.22)



Entende-se que a internet é o mote para levar e popularizar a divulgação científica nas mídias digitais de forma a criar relacionamento e interação de conteúdo entre os internautas e os produtores da notícia no jornalismo científico ou divulgação científica. Entretanto, esta tendência ainda é um desafio tendo em vista a formação de profissionais especializados e o interesse dos internautas em assuntos relacionados a Ciência.

## **2-Cibercultura, netnografia e redes sociais na Internet**

Os agentes sociais da sociedade pós-moderna passaram a contar com mecanismos e tecnologias para difundir informações em um curto ou longo espaço de tempo e em lugares distintos do planeta. A cibernética é uma das grandes características que ganhou destaque no início do século XXI após o uso dos computadores e da rede que interliga as mensagens, a Internet.

Com a conectividade e integração de notícias pela Web, mudou também a cultura de interlocução de mensagens nas comunidades, e em larga escala na sociedade em geral. Desde o advento da publicidade e da divulgação de notícias em caráter comercial, as empresas de comunicação começaram a adotar novos sistemas para a produção de conteúdos e também agregaram o uso de novas tecnologias.

Girard (2009, p.90) alega que as próprias esferas públicas são interconectadas, mas estão todas centradas no advento da informação. O autor também é assertivo acerca da existência de trocas simbólicas administradas em rede, na interação entre os cidadãos no ciberespaço que passa a ser digital. A Internet, cibernética e o próprio ciberespaço são apenas um dos meios de comunicação entre pares ou na troca de interesses nas comunidades.

Outro ponto destacado quando se trata de divulgação científica na Internet diz respeito ao comportamento do internauta em relação ao conteúdo digital. Atualmente, a netnografia estuda as características do ambiente digital e fornece um olhar sobre o comportamento digital dos internautas.

Segundo Neto (2011, p. 24 ), no ambiente digital há culturas e comunidades, mas os tipos de relacionamentos se dão de forma diferente. Sendo assim, é importante realizar um estudo sobre este comportamento para identificar de que forma acontece a assimilação do conhecimento científico nas redes sociais digitais.

O principal objetivo da netnografia que está inserido no conceito de cibercultura - onde os indivíduos passam a fazer parte de uma nova cultura e são atores de novas relações



digitais - está exatamente em estudar como os personagens seguem no ambiente on-line. Ainda assim, a netnografia não pode ser comparada com uma ciência.

Os estudos sobre a internet partem de um pressuposto teórico-prático e não é possível associar a netnografia a um método específico de apuração de dados que possa ser replicado por outras pessoas, de acordo com o criador do termo, o americano Robert Kozinets, da Universidade Schlich York.

De acordo com Marcelo Coutinho, em artigo de Neto (2011, p. 25), na revista Cgbr, segundo a Comscore, já são mais de 35 milhões de indivíduos interagindo na rede, comentando não somente, notícias, informações, além de opiniões sobre marcas e serviços. No mesmo contexto, pesquisas do Comitê Gestor da Internet no Brasil apontam para uma utilização crescente das redes sociais por parte dos internautas.

A Internet permite que qualquer indivíduo pode ser um agente transformador de ideias no ciberespaço. Albuquerque & Monteiro (2009, p.4) também relatam características da comunicação mediada na rede eletrônica, sendo as principais delas a instantaneidade e a interatividade, além de contribuir com o processo de democratização de conteúdos na rede e alterar o processo comunicacional de massa.

A não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, interatividade, pessoalidade, recepção ativa, além dos custos baixos de produção e veiculação, são aspectos dessa nova tecnologia, ainda emergente, que permitiram mudanças significativas na sociedade contemporânea (ALBUQUERQUE & MONTEIRO. 2009. p. 4)

A participação social e a mudança de comportamento dos usuários no ambiente virtual faz com que haja reconfiguração da democracia na esfera pública e virtual. Gomes (2005. p. 217) aponta a Internet como inspiração para formas de participação política dos cidadãos e como demonstração de participação popular na vida pública, denominada de democracia digital.

Destaca-se ainda as dificuldades de acesso que possibilitam a participação social. Segundo Martin Barbero (2000, p. 54), há uma diferença entre os conectados com a Internet, beneficiando-se de uma grande quantidade de informações da maioria excluída das experiências tecnológicas e informacionais. Segundo o autor, é necessário identificar as barreiras para o conhecimento das novas tecnologias de informação.



Há uma grande diferença entre as pessoas que podem estar conectadas com a Internet, beneficiando-se de uma grande quantidade de informações, de experimentação, de conhecimentos ou experiências estéticas e a imensa maioria excluída, desligada desse mundo de bens e experiências. (BARBERO, 2000, p.54)

No Ciberespaço, as trocas simbólicas acontecem de maneira descentralizada de produção e compartilhamento, excluindo a existência de uma hierarquia. Uma das vantagens do relacionamento dialógico nas redes é a predisposição ao princípio de inclusão social, visto que as regras para a integração advêm do câmbio permanente de informações entre agentes de diversos níveis sociais ou ideológicos.

### **3-Utilização do Facebook na divulgação do Ciência em Pauta**

As redes sociais digitais se transformaram em verdadeiros fenômenos na Internet e também auxiliam a divulgação científica. Uma das ferramentas da Web mais acessadas em todo o mundo, e principalmente nos Estados Unidos e Brasil, é o Facebook, que atualmente reúne grupos de pessoas com interesses comuns ou não em uma troca de informações e diálogos interconectados na Web.

Atualmente, o Facebook é visto como a rede social com relativa capacidade de popularização de conteúdos por meio dos portais de notícias, blogs, sites e também de empresas e anunciantes que o utilizam como ferramenta de marketing digital. Este site de relacionamento, considerado um dos maiores do mundo, foi fundado por Mark Zuckerberg e lançado em 4 de fevereiro de 2004.

A página principal do Facebook mostra as últimas atualizações de seus amigos e uma caixa onde é possível compartilhar informações, texto curtos, pensamentos, notícias, vídeos e etc. No portal Ciência em Pauta, prevalece os textos de notícias, fóruns, artigos de opinião, curiosidades, atlas dos cientistas, além de publicações de fotos.

A *fanpage* do Ciência em Pauta possui um total de 5.306 fãs que interagem por meio de comentários e também através das “curtidas” e compartilhamento das publicações atualizadas no espaço. O Facebook do portal da Secti-AM também possui a maioria de seu conteúdo voltado para a divulgação científica de matérias jornalísticas.

Outra característica diz respeito a linguagem das publicações exibidas na linha do tempo do *fanpage* da portal. Em uma análise amostral, percebe-se a prevalência por uma padronização de textos semelhantes aos textos encontrados na versão *on line* das

matérias. No exemplo abaixo, é possível verificar a atualização do dia 02 de Abril sobre a oficina de trabalho para a elaboração de propostas para do Plano de Ciência, Tecnologia e Inovação para o desenvolvimento da Amazônia (PCTI/Amazônia).

Neste modelo, verifica-se que existe a preferência por reproduzir o primeiro parágrafo da versão on line da reportagem do divulgada no portal. Em contrapartida, há a preocupação de lembrar o internauta sobre o “Leia Mais” da matéria, onde ele poderá encontrar mais informações sobre o assunto. O caso não mostra uma justificativa para a utilização ou ‘recorte’ do texto da webreportagem.

Também é possível destacar o recurso visual da imagem de ilustração da matéria, que tem a função de captar a atenção do leitor e o usuário do Facebook para o acesso do conteúdo no portal Ciência em Pauta. Apesar das limitações textuais, a publicação teve um total de cinco compartilhamentos e oito pessoas que curtiram o texto. Veja anexo 1:

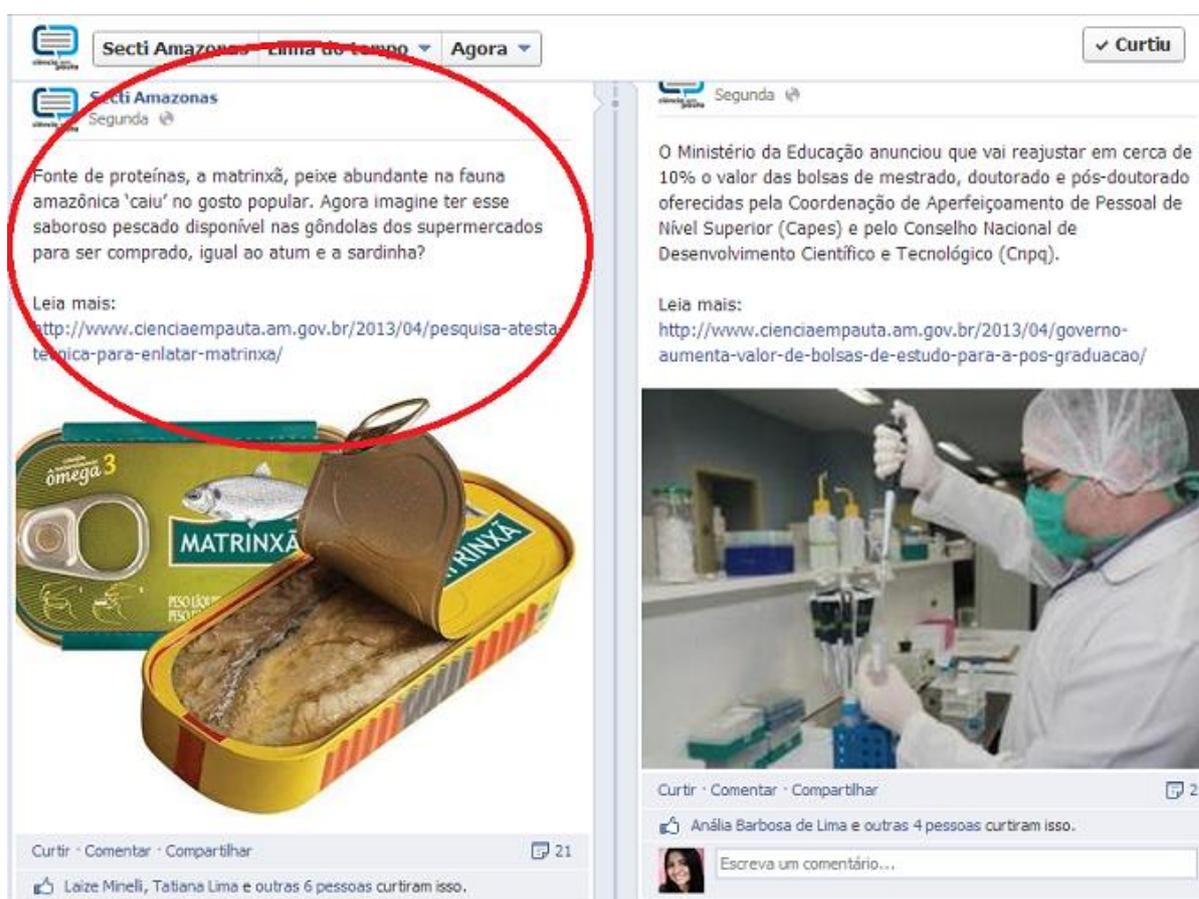


Anexo1. Imagem: Reprodução

Outro exemplo de publicação onde ocorre a repetição de parágrafos da reportagem publicada no portal Ciência em Pauta para o Facebook está visualizado no anexo 2. Desta vez, a conteúdo diz respeito a uma pesquisa desenvolvida pela Universidade Federal do Amazonas (Ufam) para enlatar o peixe da Amazônia chamado matrinxã. A notícia reproduzida no Facebook segue o modelo do lead original da matéria.

A atualização é do dia 01 de Abril e está entre os conteúdos mais compartilhados da página no último mês, com 21 compartilhamentos e seis pessoas tendo “curtido” a matéria no fanpage da Secti. Já no Ciência em Pauta, o número de “curtidas” diretas na página atingiu um total de 157 curtidas no *plug in* social do portal no Facebook.

É possível destacar ainda que a *fanpage* do portal possui uma particularidade: utilização de imagens ilustrativas com o objetivo de atrair os olhares do internauta e movimentar o diálogo entre eles na rede. A quantidade de comentários na página não chega a ser expressiva, mesmo assim há interatividade entre os usuários na no que diz respeito ao compartilhamento de matérias.



Anexo 2. Imagem: Reprodução

Apesar da prevalência pela reprodução dos primeiros parágrafos das matérias jornalísticas encontradas no Ciência em Pauta, há ainda a preocupação por parte do profissional *social media* – responsável pelo gerenciamento do conteúdo nas mídias sociais digitais – em utilizar outros recursos do texto, mais valorizados por especialistas da área.

No anexo 3, vemos que já existe uma diferenciação do conteúdo no que diz respeito à publicação no *fanpage* do portal no Facebook. A linguagem empregada é diferente da normalmente utilizada, com a inserção de apenas uma frase para chamar a atenção do internauta para um estudo que liga a personalidade ao comprimento dos dedos. A publicação conta com a chamada “O comprimento dos dedos podem revelar muito sobre você”. Em seguida, o leitor pode saber mais sobre a matéria no link oferecido na opção “Leia Mais”, conforme abaixo:



Anexo 3. Imagem: Reprodução

A publicação foi realizada no último dia 8 de Março. Apesar da mudança no modelo de linguagem textual para a *fanpage*, é notório que a interatividade não alcançou tantos usuários quanto nas duas publicações anteriores. A atualização contabiliza um compartilhamento e a atividade de duas pessoas que curtiram a notícia reproduzida.

Ainda na divulgação científica, os autores preconizam que o texto na internet deve ter os mesmos elementos de uma redação que valoriza a velocidade, a rapidez e dinamicidade tanto para quem lê como para quem escreve. Segundo Massarani (2009, p.



82), leitores na internet navegam e olham por alto mais do que leem, por isso é necessário evitar textos longos para não cansar o internauta, conceito também aplicado nas redes sociais.

“A maioria das pessoas deixa para ler artigos longos quando estão sentadas em uma cadeira ou tomando chá na mesa do café da manhã. Então, embora a internet tenha a vantagem do espaço limitado, as pessoas só vão querer ler seu artigo se ele for curto e agradável”.  
(MASSARANI, 2009, p. 82)

## **Conclusão**

Numa visão geral, o artigo pretendeu demonstrar a importância da Internet e da utilização das redes sociais digitais na divulgação científica, no Amazonas. Tomou-se como base os conteúdos divulgados na fanpage do portal Ciência em Pauta no Facebook, para analisar as diferenças entre a reprodução de textos de outros formatos midiáticos na Web.

Identificou-se que existe uma valorização de reprodução de conteúdo das matérias jornalísticas veiculadas no recém-lançado portal de divulgação científica da Secti-AM. Na maioria das publicações realizadas, é adotado o padrão de reprodução do primeiro parágrafo das reportagens selecionadas para postagem. Ainda assim, há uma preocupação com a linguagem diferenciada para as redes sociais conforme anexo3.

Neste contexto, é notório que mesmo com a adoção da repetição do conteúdo nas duas mídias: portal e facebook, o internauta dá mais interesse aos assuntos de utilidade pública e também de realidade regional, pelo critério da inovação e da notícia diferenciada, como no caso da pesquisa da Ufam destacada no anexo 2 sobre pescado enlatado.

Assim, conclui-se que a abordagem e aceitação de conteúdo de divulgação científica por parte dos internautas estão mais relacionadas à notícia, do que propriamente à linguagem utilizada, fato comprovado através da percepção da interatividade e atividade dos usuários na rede. Neste sentido, as redes sociais digitais podem contribuir de forma positiva para a popularização e pleno interesse dos internautas por Ciência na Internet.



## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Cleamy; MONTEIRO, Gilson. **e-Participação Política**. In III Simpósio Nacional ABCiber. 2009.

BARBERO, Martin. **Desafios culturais da Comunicação à Educação**. Comunicação & Educação. Revista univerciência.org. São Paulo. 2000.

GIRARD, Liráucio. Trocas simbólicas no ciberespaço e os processos de construção de esferas públicas interconectadas. **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro. E-papers, 2009.

GOMES, Wilson. **A democracia digital e o problema da participação civil na política**. In revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. VII N.3. setembro/dezembro 2005.

MASSARANI, Luísa. **Curso On Line de Jornalismo Científico**. Rio de Janeiro: Museu da vida: Fiocruz, 2009.

NETO, José. **Comportamento Digital**. In revista CGBr. Ano 3. 2001. Edição 4.  
PERNISA JÚNIOR, Carlos; ALVES, Wedencley. **Comunicação digital: jornalismo, narrativas, estética**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo on-line: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

VICTOR, Cilene; CALDAS, Graças; BORTOLIEIRO, Simone. **Jornalismo Científico e Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: All Print Editora, 2009.