



Jornalismo Científico Multimidiático: uma proposta para o portal da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM)¹

Edilene MAFRA Mendes de Oliveira²

Eliena Monteiro de JESUS³

Cristiane de Lima BARBOSA⁴

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

A relação entre a ciência e o jornalismo é de longa data, visto que desde sempre, os grandes acontecimentos da história estão relacionados às descobertas científicas. Com o passar do tempo, o jornalismo científico tem ganhado a audiência dos diversos meios de comunicação, principalmente com a abordagem de temas referentes às áreas de medicina e tecnologia. Em tempos de internet, essa área especializada do jornalismo tem encontrado inúmeros desafios para levar notícias científicas de forma interessante ao público. Dentro deste contexto, este estudo apresenta uma nova proposta para o site da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) a fim de oferecer ao público, notícias multimidiáticas para desmistificar a ciência e aproximá-la da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Divulgação Científica; Jornalismo Científico; Multimídia; Fapeam; Agência Fapeam.

INTRODUÇÃO

O ato de se comunicar pode ser comparado ao de respirar visto que é fundamental ao ser humano. (SANTOS, 2008) Desde o início das formações das antigas comunidades, as tecnologias têm influenciado nas formas de comunicação. O tempo passou e após algumas eras comunicacionais, vive-se a era digital onde se vive em “um período de

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

² Doutoranda em Sociedade e Cultura na Amazônia. Mestre em Ciências da Comunicação. Coordenadora do Programa de Comunicação Científica da Fapeam, email: edilene.mafra@gmail.com.

³ Graduada em Comunicação Social – Jornalismo. Editora do site da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), email: eliena.monteiro@gmail.com

⁴ Mestre em Ciências da Comunicação. Chefe do Departamento de Difusão do Conhecimento da Fapeam,, email: crisb.jor@gmail.com.



sincronização de todas as linguagens e de quase todas as mídias que já foram inventadas pelo ser humano” (SANTAELLA, 2003, p.78)

O atual cenário faz com que a humanidade passe por mudanças provocadas pela extensão e desenvolvimento das hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal. Uma realidade em que os atores confundem-se em suas personagens, podendo atuar como: produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. E tudo isso em um contexto não-linear (SANTAELLA, 2003, p.82)

Como nas antigas comunidades, o homem pós-moderno também necessita de uma comunicação muito próxima com os seus, mas o que marca a era atual é a intermediação realizada por máquinas que interligam todos em um imenso ciberespaço formado de computadores e redes interligadas por estes.

“Uma rede acontece quando os agentes, suas ligações e trocas constituem os nós e elos de redes caracterizadas pelo paralelismo e simultaneidade de múltiplas operações que aí de desenrolam”. (SANTAELLA, 2003, p.89) É o que acontece com a internet, trata-se de um emaranhado de possibilidades usuários de todas as áreas do conhecimento que modificou definitivamente todos os tipos de relações.

Dentro desse contexto, a divulgação científica tem buscado se apropriar desses novos processos comunicacionais a fim de fazer com que todos os públicos conectados possam ter acesso aos conteúdos de ciência. No Amazonas, inúmeras experiências são realizadas dentro de instituições de ensino e pesquisa, agências ou órgãos relacionados à C,T&I. O Programa de Comunicação Científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas é um exemplo que tem ganhado dimensões nacionais, ao servir de modelo para outras instituições que buscam se utilizar das ferramentas e suportes da internet para aproximar a Ciência da Sociedade.

Os profissionais da comunicação devem avaliar como têm atuado em relação às temáticas voltadas à ciência, muitas vezes negligenciadas por falta de compreensão dos temas por parte dos próprios jornalistas. É preciso considerar os públicos aos quais se vai comunicar, compreender a linguagem do meio de comunicação e explorar seu potencial para comunicar com qualidade e eficácia. “Espera-se dos jornalistas – especialistas da comunicação – que saibam escolher, selecionar, interpretar, resumir e traduzir a informação para o público. Para atingir a população, as notícias sobre ciência devem passar, como as de qualquer outra área, por esse processo”. (IVANISSEVICH, 2005, p. 18)



Esta pesquisa é resultado de um levantamento que serviu como instrumento para a constituição da proposta para uma comunicação multimidiática com maior potencial, por meio do site da Fapeam. O programa de comunicação da Fap já desenvolve projetos em diversos setores da comunicação e visava apontar novidades para 2013 visto que a instituição comemora 10 anos e está desenvolvendo ações comemorativas. A metodologia se dividiu nas etapas: pesquisa bibliográfica, pesquisa em campo, elaboração de projeto, indicação de proposta para potencializar a Agência de Notícias C,T&I da Fapeam.

Divulgação científica em tempos de internet

Bueno (1984) conceituou difusão científica como todo e qualquer processo usado para a comunicação da informação científica e tecnológica, em que ela pode ser orientada tanto para especialistas quanto para o público leigo. Em relação à difusão científica, de modo geral, é entendida como um gênero que se divide em: disseminação científica e divulgação científica. Essa difusão é desdobrada em disseminação científica (para especialistas) e divulgação científica (para o grande público), conforme o autor.

No que diz respeito à divulgação científica, Bueno (1984) define como “a utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação de informações científicas e tecnológicas ao público em geral”. Segundo Bueno (1984), para a realização da divulgação científica é necessário que haja um processo de transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, tornando o conteúdo acessível ao público, onde os veículos populares de comunicação servem como importantes ferramentas.

O jornalismo científico está inserido no aspecto da divulgação científica e seja com caráter informativo, seja com caráter opinativo, é um dos precursores da especialização na área e consiste em um processo social baseado em uma frequente relação entre organizações formais (estabelecimentos e redes de editores) e comunidades (público/espectadores), com lugar através da mídia em geral, circulando notícias e informações sobre ciência e temas relacionados, independente dos níveis de interesse e conhecimento do público.



A internet é uma plataforma multimídia hipertextual. E também um sistema, ambiência, meio, mídia, suporte o próprio espaço que se compõe quando por ele navegamos. Reúne, em um ambiente único as diversas formas de comunicação até agora existentes. (SCHWINGEL, 2012, p.7)

Lemos (2004, p.72) destaca que a cibercultura é uma relação entre a técnica e a vida social, que será uma configuração sociotécnica onde haverá modelos tribais associados às tecnologias digitais, opondo-se ao individualismo da cultura do impresso, moderna e tecnocrata. Dentro dessa cultura, os processos se aceleram e caem as barreiras geopolíticas, bem como a noção de tempo e espaço, porém, esta nova forma de conectividade não está isenta de críticas.

Britto (2009, p. 27) corrobora com Lemos (2004), afirmando que diante desse contexto, a nova sociedade é uma sociedade global:

A vivência contemporânea apresenta variadas dimensões sociais. O local, nosso espaço imediato de vida e relações; o regional, configurando relações importantes; o nacional, espaço desenvolvido ao longo da Modernidade para ser o centro na estruturação e identidade social; o continental, como espaço de histórias e formações comuns e desejos que podem ser compartilhados; o global, como dimensão de unificação da sociedade humana, que ao longo de sua história operou a partir de fragmentos e realidades desconexas. (LEMOS, 2009, p.27)

No Brasil, a internet popularizou-se em meados de 1995, quando institutos de pesquisa e algumas organizações fizeram experimentos com provedores, fase conhecida como *web 1.0*. O tempo passou e a internet tornou-se um grande meio de comunicação, onde a interatividade virou coqueluche e fez com que esta passasse a se adaptar promovendo cada vez mais a integração dos usuários, com as versões que foram surgindo, como a *web 2.0* – aumentou o compartilhamento de informações em variadas plataformas e suportes e a *web 3.0* – que promover o uso inteligente dos conteúdos disponível na rede. As grandes agências de notícias especializadas em C,T&I se renderam às tecnologias da comunicação informacional e atualmente buscam as alternativas mais eficazes para chegar ao seu público dentro do *boom* da convergência - fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratórios dos públicos dos meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p. 31)

Sobre os caminhos à seguir na busca por um jornalismo adequado à realidade da web,



Ferrari (2010, p. 25-26) destaca os critérios: local/global – verificar a localização da audiência; planejamento – pensar na melhor forma de estruturar a narrativa e já prever conteúdos complementares como: áudio, vídeo, gráficos, textos e *links*; texto – deve priorizar a objetividade; contexto – contextualizar para que o leitor entenda o que aconteceu e o que isso significa; *lead* – priorizar textos que vão direto ao ponto; empilhamento – economizar nos títulos para não confundir o leitor; subtítulos – utilizar elementos que ajudam o internauta a escanear as informações; checagem – a matéria deve incluir contexto e práticas éticas que norteiam a profissão.

No que diz respeito aos recursos jornalísticos, o texto deve ser conciso e objetivo, evitam-se longos períodos e frases na voz passiva. Dessa forma, alguns conceitos mais tradicionais do jornalismo se potencializam, é o caso do lide que é essencial ao dizer ao leitor de forma rápida qual é a notícia e porque ele deve continuar lendo aquele texto (FERRARI, 2004, p.49).

Em seu Guia Prático de Divulgação Científica, Malavoy (2005) apontou alguns princípios para divulgar ciência. A autora destaca que divulgar ciência não é ensinar e que bons textos de divulgação científica não podem ser confundidos com textos didáticos; que divulgar não é mitificar a ciência demonstrando os obstáculos e problemas enfrentados pelos cientistas; e que divulgar é despertar o espírito crítico dos leitores.

Em se tratando da abordagem do tema, Malavoy (2005) explica que é necessário delimitá-lo, a fim de que ele esteja circunscrito da melhor forma possível. A autora afirma que um tema muito vasto nunca dará um bom texto. Quanto à estrutura, Malavoy (2005) aconselha a encontrar um fio condutor para ligar todos os elementos de forma lógica, coerente, dinâmica e original. Segundo Malavoy (2005), a estrutura pode ser de tipo cronológico, de tipo demonstrativo, de tipo analítico e de tipo balanço ou panorâmica. A autora também ressalta dois pontos importantes que devem ser bem trabalhados: a abertura e a conclusão.

A internet pode ser uma ótima aliada no papel de desmistificação da ciência pois “as interfaces são cada vez mais amigáveis e gráficas agregando textos, fotos, vídeos e interagindo com outros sistemas, ambiências e programas” (SCHWINGEL, 2012, p.10) Outro item que deve ser considerado é que as agências de notícias especializadas de C,T&I devem divulgar as informações com rapidez e excelência em forma e conteúdo por serem fontes primárias e pautarem os veículos de comunicação.



Na era da interatividade, a palavra de ordem é multimídia...

E tempos de internet, os processos comunicacionais se modificam e as linguagens interagem entre si, visto que no ambiente da *web* eles interagem criando uma linguagem híbrida.

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. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo – um e-mail com comentário sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística. (FERRARI, 2003, p.39)

Sobre as características do conteúdo multimidiático aplicado no jornalismo *on-line*, Ferrari (2003, p. 47-49) destaca que o repórter de *web* tem que ser multifacetado, deve utilizar recursos de áudio, fotos e vídeo, a fim de envolver o internauta com a possibilidade de ter uma leitura do tema abordado com a subjetividade da própria da fonte.

É preciso considerar que após a cultura audiovisual, os sensores humanos passaram a ser melhor explorados a fim de atingir a sua subjetividade. Com a linguagem multimidiática disponível na *web*, os vídeos, os áudios e as demais ferramentas interativas, estão constantemente aguçando os sensores humanos do internauta, um complementado o outro funcionando como um sistema de informação. Todos os programas e sistemas em que a comunicação entre homem e computador se dá através de múltiplos meios de representação de informação, como som e imagem animada, além da imagem estática já usada nos aplicativos gráficos. (PAULA FILHO, 2011, p.2)

Para Paula Filho, 2011, p.5), a interatividade, nos produtos multimídia, se apresenta por meio de materiais audiovisuais convenientes para o usuário; consultas, pesquisas e atualizações de armazenamento em base de dados, material de audiovisual em tempo real, como jogos; simulações de sistemas físicos. Isto posto, fica o desafio para os profissionais dessas novas plataformas inovarem a fim de atrair a maior atenção do público que está cada vez mais exigente, autodidata e com acesso à informação.



Quem sabe se utilizar muito bem dessas multimídias são as mídias sociais que integram grandes redes que tem como grande marca a interatividade. Essas redes buscam segmentos e públicos ávidos a entrar nas tendências do momento, tendo a afetividade como ítem predominante na comunicação mediada pela máquina.

As redes sociais na internet são um avanço das antigas comunidades virtuais, ou seja caracterizam-se por pessoas interagindo em determinada ambiência com interesses comuns, compartilhando objetivos, ações, ideias. Mídias sociais é uma noção um pouco mais ampla e se relaciona à produção de conteúdos de forma descentralizada, sem o controle editorial de um grupo ou grupos de comunicação. (FERRARI, 2012, p.105)

Jornalismo científico no Amazonas

Indicadores de percepção pública da ciência apontam como o interesse do brasileiro pela ciência está em ascensão nos últimos anos. No entanto, poucos ainda entendem o que é divulgado e não trazem ligação direta com seu cotidiano. Dados de uma pesquisa da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), a mais recente pesquisa da área realizada pela Fundep/UMFM/ANDI (2007-2008), em universo de 62 jornais brasileiros e análise de 2.599 notícias, indicam a preocupação com os conteúdos descontextualizados e acríticos da divulgação científica na mídia.

O levantamento indicou que 4% dos textos mencionam alguma estratégia de desenvolvimento; 3,8% estabelecem relação entre ciência e o crescimento econômico; 0,2% evidenciam a contribuição da ciência para a erradicação da pobreza; 0,9% estabelecem alguma conexão com a melhoria dos indicadores sociais e que 15,8% dos textos abordam de forma mais ampla a CT&I: repercussão de eventos, políticas públicas específicas e o marco legal da área. (ABJC, 2010).

Nesse sentido, as agências de fomento, instituições de pesquisa e ensino têm investido de forma pontual em produtos voltados a divulgação científica. Entre elas, no Amazonas, a Fundação de Amparo à Pesquisa se destaca por destinar anualmente recursos financeiros por meio de edital de seleção pública voltado a profissionais e estudantes de comunicação e áreas afins para compor o quadro de bolsistas do Programa de Apoio à Divulgação da Ciência (Comunicação Científica). A FAP destina também auxílio-pesquisa e bolsa, por meio do Programa de Gestão em Tecnologia (PGCT), para



que um especialista com experiência na área da divulgação científica gerencie a equipe e os recursos destinados.

Além disso, há recursos empregados em ações de convênios e termos de cooperação com TVs pública e universitária, que desenvolvem programas e ações voltadas para a popularização da ciência por meio de verbas voltadas para o incremento da temática científica no dia a dia da sociedade.

Barbosa (2010) afirma que ao se voltar para o jornalismo científico na Amazônia, existem alguns pressupostos essenciais para o cumprimento desta cobertura, entre eles: buscar entender a região em sua plenitude, o que significa ter presente que há, na prática, várias Amazônias, com diversidades culturais e sociais. “Além disso, é necessário não ter dúvida de que diversidade da Amazônia, bioma onde está inserido o Amazonas, não se traduz ao mundo vegetal, à riqueza da floresta, mas se está presente e de forma contundente, nas suas sociedades e culturas”. (BARBOSA, 2010)

Além disso, existem perfis diferenciados de “povos da floresta” (caboclos, seringueiros, pescadores, indígenas e o habitante da cidade, etc.) e que eles têm histórias e trajetórias singulares. Nessa cobertura, o divulgador precisa também assumir o conceito de cultura de forma integral, de modo que sejam admitidas e legitimadas as diferenças e não contemplar o cidadão da Amazônia com uma visão que privilegia o exotismo ou com pretensa fragilidade.

Os povos da floresta interagem, as populações diversas que moram na Amazônia convivem e não digladiam com ela. Como afirmou Bueno⁵: “A imprensa julga que a floresta se constitui em um ambiente hostil e que o cidadão da floresta passa o tempo todo lutando pela sobrevivência. Imagina um embate quando, na verdade, há quase sempre uma convivência harmônica” (informação verbal).

Entre tantos outros aspectos fundamentais para a cobertura de temas científicos na Amazônia, o divulgador também terá como meta compreender a articulação entre floresta e água; floresta, água e solo; floresta, água, solo, sociedade e cultura.

⁵ BUENO, Wilson da Costa. Informação verbal concedida na 61a Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), em Manaus, em julho de 2009.



Entender que a intervenção externa desestrutura padrões de conduta, hábitos, costumes, culturas e que o pretense desenvolvimento desencadeado por ações exógenas apenas acelera o processo de degradação. Com o reconhecimento e a valorização dos saberes e práticas associado à Amazônia, enxergar a região em profundidade e descartar o “olhar turístico”.

Para esse compromisso do jornalista deve haver por parte dos profissionais o desenvolvimento de novos hábitos, novas atitudes com uma visão analítica e interpretativa para que possam promover discussões e não ser cúmplice de interesses meramente políticos e econômicos.

É nesse sentido que a contribuição das Fundações de Amparo à Pesquisa, as Faps, como a Fapeam e Fapesp, das fontes sobre Amazônia, os institutos de pesquisa, universidades, pesquisadores e jornalistas (repórteres e editores) tendem a estar mais concentrados e comprometidos com a pesquisa do que com a simples reprodução de falas e versões.

No caso do Amazonas, ainda há a escassez de veículos de comunicação que levem ao grande público o que acontece dentro dos laboratórios das universidades, que divulguem de forma constante os estudos e até recentes descobertas e avanços técnico-científicos feitos no Estado.

Desde 2006, o programa de Comunicação Científica municia a Agência Fapeam de produtos multimidiáticos, composto por produtos: Rádio Com Ciência, TV Fapeam, o site com notícias diárias institucionais e de divulgação científica e a revista Amazonas faz Ciência, que a partir de sua 17ª edição passou de 5 mil a 8 mil. Exemplares, estando hoje na sua 27ª edição (até o fechamento deste artigo), sendo integrada com um suplemento de 8 páginas voltado ao público infantil.

Uma proposta de jornalismo multimidiático para o portal da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM)

A nova estrutura do portal da Fapeam será dividida em duas partes: projeto editorial – apresentação, missão objetivos, público, editorias ou seções, periodicidade, pontos fortes e fracos, cenário, ações. E projeto da arquitetura da informação – posicionamento estratégico, fluxograma ou mapa do site, descrição dos conteúdos, descrição dos recursos interativos, tecnologias e sistemas, wireframe, (SCHWINGEL, 2012)



O portal reúne multimeios com o objetivo maior de promover a divulgação da ciência para quem busca informações dessa natureza. Nesse sentido, desde 2008, a Fundação mantém o mesmo padrão com a página verticalizada e priorizando pela informação jornalística (conforme figura 1) por meio das notícias produzidas no âmbito do Programa de Comunicação Científica da fundação. “Os portais verticais representam o perfeito casamento entre comunidade e conteúdo, uma vez que permitem personalização e interatividade com o usuário. Apresentam audiência segmentada, com tráfego constante e dirigido” (FERRARI, 2004, p.36)

Atualmente, do lado esquerdo superior da home, considerada uma área nobre no portal, destacam-se as logomarcas do Governo do Estado e da Fundação (comemorativa aos 10 anos completados em 2013).



Imagem 1: Visão geral do site da Fapeam - atual

No topo, incluiu-se uma barra com a trajetória da primeira década da fundação, logo abaixo há o espaço de busca no site, seguido pelas notícias e um menu vertical com várias opções do lado esquerdo.



Imagem 2: parte superior do atual layout do Portal da Fapeam

Na parte inferior da home, verifica-se várias informações e banners utilizados para dar acesso a outras páginas, o que de certo modo, não propicia um ambiente limpo e claro para os usuários. Há nesse espaço a preponderância pelos produtos multimidiáticos, como a revista digitalizada (Rádio Com Ciência), web rádio e web TV (TV Fapeam).

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. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo – um e-mail com comentário sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística. (FERRARI, 2003, p.39)

Nesse contexto, é válido afirmar que a avaliação analítica ou por inspeção seria necessária para buscar problemas de usabilidade neste projeto de interface existente, e analisar estes problemas com vistas a fazer recomendações para consertá-los e assim melhorar a usabilidade do projeto. (PRATES,2003).

A partir disso, nota-se que a densidade de informações multimidiáticas no referido portal ocupam um espaço desprivilegiado no contexto comunicacional da interface. Assim, as páginas e elementos importantes passam despercebidos de forma geral para os usuários.



Imagem 3: parte inferior do site atual da Fapeam

A partir dessa análise percebeu-se a necessidade de um redesign do site da instituição e desenvolver uma arquitetura da informação bem planejada, e também unificando as informações em um portal de fácil acesso e leiaute claro, para tanto apontamos neste artigo um leiaute para tornar o site mais acessível, no que tange a parte multimidiática (notícias, web rádio, web TV e banco de imagens).

Desse modo, opta-se por um leiaute mais horizontalizado, valorizando a marca institucional do governo e da fundação no canto superior direito. Nesta proposta, haverá uma barra principal com informações gerais sobre a instituição (sobre a Fapeam); Serviços; Downloads (formulários em geral); Link para o Portal da Transparência; link para Agência Fapeam; Fale Conosco e o Portal do Servidor (com serviços de interesse dos colaboradores).

Ainda na parte superior, mantém-se o destaque para a barra de busca, facilitando assim ao usuário o acesso às informações. Ao lado direito, primou-se pelo acesso rápido ao SIG Fapeam, sistema de dados e informações de interesse dos pesquisadores, bolsistas e comunidade cadastrada nesta plataforma.

Valoriza-se ainda o ‘Canal de Oportunidades’, substituindo o antigo quadro de avisos, onde constam chamadas públicas para editais e programas de incentivo à pesquisa científica, tecnológica e inovação.

Houve ainda uma horizontalização das imagens das notícias, que se revezam em cinco destaques de forma diária. A fim de atender aos princípios de usabilidade, três importantes espaços foram definidos: ‘Meu Perfil’, ‘Editais’ e ‘Agenda’.

O espaço ‘Meu Perfil’ designa informações direcionadas e específicas para cada grupo, tais como: pesquisadores, bolsistas e o público em geral. Na aba de editais, de forma



rápida, o usuário poderá visualizar todos os formulários e materiais referente a editais abertos e encerrados. Já na parte da ‘Agenda’, é possível verificar todas as atividades e eventos relacionadas ao universo acadêmico, científico, tecnológico e de inovação no Estado e no País.



Imagem 4: Visão geral do novo portal da Fapeam – Fonte: Geinf/FAPEAM

Sobre as características do conteúdo multimidiático aplicado no jornalismo *on-line*, Ferrari (2003, p. 47-49) destaca que o repórter de *web* tem que ser multifacetado, deve utilizar recursos de áudio, fotos e vídeo, a fim de envolver o internauta com a possibilidade de ter uma leitura do tema abordado com a subjetividade da própria da fonte.

Em uma cultura não-linear, é preciso estar atento à nova realidade, visto que há uma mudança na relação espaço tempo e o internauta passa a encontrar uma infinidade de possibilidades ao escolher *hiperlinks*. Portanto, o produtor de conteúdo deve ser sagaz e direcioná-lo para a sua própria página, o que demanda a produção de uma vasta gama de alternativas atrativas. Outro recurso utilizado para atrair a atenção do internauta são as redes sociais: *facebook* e *twitter*. O conteúdo da Fapeam é divulgado por meio das redes



sociais e destacam as notícias do dia, bem como as ações institucionais. Algumas possuem características em comum, mas podem ser pensadas de maneira estratégica de acordo com os objetivos do produto comunicacional, em função de sua divulgação e inserção em determinada comunidade virtual e física. (FERRARI, 2012, p.106)

Considerações

Na trajetória da divulgação científica, os diversos meios de comunicação foram fundamentais para que o público tivesse acesso às informações sobre o mundo da pesquisa científica, bem como os benefícios que o conhecimento produzido na academia pode trazer à sociedade. A ‘Pesquisa de Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil’ do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), no ano de 2010, aponta que o interesse do público está voltado a informações sobre política, medicina e saúde, arte e cultura, meio ambiente e ciência e tecnologia, numa lista de dez áreas distinta. Esse indicador motiva a contínua busca pelo aprimoramento do jornalismo científico praticado na Agência Fapeam. A utilização da internet como meio de interação social é fundamental e altamente participativa no convívio dos cidadãos, visto que antenados nas redes interligadas. Por meio da convergência, o jornalismo científico encontrou novos caminhos no ambiente da *web* e passou a fazer parte de uma realidade em que os conteúdos se confundem em uma linguagem híbrida desse ambiente multimidiático.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Cristiane de L. **A textualização científica em dois discursos: jornalismo ou ciência?** Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Ufam: 2010, Manaus.

BUENO, Wilson. **Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente.** São Paulo: USP/ECA, 1984 (tese de doutorado).

_____, Wilson. **Jornalismo Científico.** Conceitos. Portal do Jornalismo Científico. Conceitos. Disponível em <http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/conceitos/jornalismocientifico.php>. Acesso em março de 2010.

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e altatecnologia para os meios de comunicação.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990, 229p.



Documento da ABJC (Associação Brasileira de Jornalismo Científico) para a SBPC - IV Conferência Nacional de CT&I. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/boletim/a06n158/forum02.shtml>. Acesso em maio de 2010.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia:** as novas ferramentas da comunicação digital. 1. Ed. São Paulo: Contexto, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE MOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico.** São Paulo: Contexto, 2002.

PAULA FILHO, Wilson de P. **Multimídia:** conceitos e aplicações. 2. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do Pós-Humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As Teorias da Comunicação:** da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2008.

SCHWINGEL, Carla. **Mídias digitais:** produção de conteúdos para a web. São Paulo: Paulinas, 2012.