

A CT&I NOS TELEJORNAIS REGIONAIS

BÁRBARA MARTINS ZAGANELLI

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE
DARCY RIBEIRO – UENF

CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ
MARÇO - 2013

A CT&I NOS TELEJORNAIS REGIONAIS

BÁRBARA MARTINS ZAGANELLI

“Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como parte das exigências para obtenção do título de Mestre em Políticas Sociais.”

Orientador: Prof. Marcelo Carlos Gantos

CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ
MARÇO – 2013

A CT&I NOS TELEJORNAIS REGIONAIS

BÁRBARA MARTINS ZAGANELLI

“Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como parte das exigências para obtenção do título de Mestre em Políticas Sociais.”

Aprovada em 02 de abril de 2013.

Comissão Examinadora:

Prof.^a Iluska Coutinho (D.Sc., Comunicação Social) – UFJF

Prof. Geraldo Márcio Timóteo (D.Sc., Sociologia) – UENF

Prof. Simonne Teixeira (D.Sc., Filosofia e Letras) – UENF

Prof. Marcelo Garlos Gantos (D. Sc., História) – UENF
(Orientador)

A discussão sobre a divulgação científica começa pela reflexão das rotinas de trabalhos de jornalistas e pesquisadores.

AGRADECIMENTOS

A Deus e a todos aqueles que ajudaram a concretizar esta dissertação.

Em especial, aos meus amados pais, Graça e Galdino, a minha querida irmã Deborah, ao meu amor Tiago e ao mascote da família Bolinha.

Ao meu pequeno afilhado João pela simples existência.

Aos meus saudosos avós, Chico e Eliza, e aos queridos vovô Zaguinha e vovó Elza, pelos bons exemplos de jovialidade, determinação e caráter.

À Tia Mariinha, amor incondicional, pela ajuda na minha criação, e a irmã Mary pelas orações que tanto me confortaram nessa caminhada.

Ao meu orientador, Marcelo Carlos Gantos, pela inestimável ajuda e contribuição para a minha aprendizagem acadêmica, profissional e pessoal.

À coordenadora da Pós-Graduação em Políticas Sociais da UENF, Silvia Martínez, pelo suporte no mestrado.

Ao programa de Pós-graduação em Políticas Sociais da UENF e a Capes pela viabilização desta dissertação.

Aos professores Iluska Coutinho, Geraldo Timóteo, Simonne Teixeira, Manuel Molina, Marcos Pedlowski, Lilian Cezar, Marialva Barbosa, Marilene Mattos pelos preciosos ensinamentos na carreira acadêmica.

À UENF, em especial, ao professor Dálcio Ricardo de Andrade e a Gerente da ASCOM da DIC da UENF, Fúlvia Muylaert, pela disponibilização de dados e participação em entrevistas nesta pesquisa, aos queridos Vitor Sendra, Ana Paula Caputo e a estagiária Mayara Vieira pelo empenho neste trabalho.

Às emissoras de televisão do interior do Estado do Rio de Janeiro, Rede Record e Rede Intertv, por concederem informações e entrevistas valiosas. Em especial, aos gestores do jornalismo, Vicente Vetromille e Luiz Veiga, e aos funcionários Cristiane Armond, Ivan Lemos, Alysso Nogueira, Fernanda Lisboa, Leticia Bucker e Gustavo Motta os meus sinceros agradecimentos.

Aos amigos e colegas de trabalho da Rede Gazeta com quem aprendi a arte do jornalismo, em especial, Sandra Aguiar, Angela Tejo, Fernanda Dalmacio, Jardel Toresani, Alcione Coutinho e Marli Porto.

“O jornalista quer encontrar alguma coisa que desperte o interesse do leitor. O cientista quer mostrar que sua pesquisa é importante não só para ele. O jornalista parte da premissa que qualquer coisa científica é mortalmente chata. O pesquisador parte do princípio de que o jornalista é uma “anta” e não será capaz de entender a profundidade daquilo que ele trabalha. O pesquisador simplifica e morre de medo do que vai sair. O jornalista vulgariza o que já é simplificado, pois não vai entender nunca uma explicação dada por uma pessoa que não acredita que o outro esteja entendendo. E os dois duvidam que o leitor seja capaz de entender. Minha experiência mostra que o leitor é muito mais esperto do que se imagina. Ele entende e faz reflexões”.

Henrique Lins de Barros
(Pesquisador do Museu de Astronomia e Ciências Afins)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Área de cobertura da Rede Intertv no Estado do Rio de Janeiro.....	2
Figura 2- Área de cobertura da Rede Record no Estado do Rio de Janeiro.	3
Figura 3- A placa de captura de vídeo Encore ENL-TV FM instalada no computador programada para gravar o RJ Intertv 1ª Edição.	66
Figura 4- A placa de captura de vídeo Encore ENL-TV FM instalada no computador portátil programada para gravar o Balanço Geral.	66
Figura 5- Sistema <i>Inews</i> utilizado pela Intertv.....	86
Figura 6- Classificação por temas dos telejornais do meio-dia, da Rede Intertv e Rede Record, dos dados coletados no mês de julho de 2012 (%).	95
Figura 7- Temas divulgados pelo RJ Intertv 1ª Edição em julho de 2012 (%).	96
Figura 8- Temas divulgados pelo Balanço Geral em julho de 2012 (%).	97
Figura 9- A presença da CT&I nos telejornais.....	98
Figura 10- Os gêneros informativos de CT&I no RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral de julho de 2012 (%).	99
Figura 11- A categorização das matérias de CT&I.	101
Figura 12- A classificação das matérias de CT&I.....	102

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Relação do número de notícias coletadas entre 01/07 e 31/07/2012.....74

Tabela 2- Relação do número de notícias coletadas entre 01/07 e 31/07/2012.....77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Audiência e Share da Faixa Horária das Regiões dos Lagos e Baixada Litorânea do Estado do Rio de Janeiro.	70
Quadro 2- Audiência e Share da Faixa Horária das Regiões Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro.	71
Quadro 3- Audiência e Share da Faixa Horária da Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro.....	72

LISTA DE FLUXOGRAMAS

Fluxograma 1- Esquema de cobertura jornalística da Intertv com as praças para o RJ Intertv 1ª Edição.....	85
Fluxograma 2- Esquema de cobertura jornalística da Record para o Balaço Geral..	87

LISTA DE ORGANOGRAMAS

Organograma 1- A produção do RJ Intertv1ª Edição. Fonte: Acervo da autora.	88
Organograma 2- A produção do Balanço Geral. Fonte: Acervo da autora.	89

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ASCOM	Assessoria de Comunicação
ASFLUCAN	Associação dos Plantadores de Cana
CT&I	Ciência, Tecnologia e Inovação
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
DIC	Diretoria de Informação e Comunicação
DC	Divulgação Científica
MEC	Ministério da Educação
IGC	Índice Geral de Cursos da Instituição
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SBPC	Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência
SEBRAE	Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UENF	Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro
UNICA	União das Indústrias de Cana-de-açúcar
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
UNB	Universidade de Brasília
UNIFOR	Universidade de Fortaleza
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto

A CT&I NOS TELEJORNAIS REGIONAIS

BÁRBARA MARTINS ZAGANELLI

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Carlos Gantos

RESUMO

A divulgação e a compreensão do público sobre os avanços da Ciência, Tecnologia e Inovação pela televisão é uma das maneiras de prestar contas a quem financia, indiretamente por meio de impostos, os estudos científicos desenvolvidos na esfera pública. Mas no Brasil observa-se que a população ainda é carente de informações ligadas à CT&I. Para este trabalho, a televisão poderia contribuir mais para a desmistificação e popularização do conhecimento científico na sociedade, já que é capaz de difundir as informações para um público vasto e heterogêneo. Esta dissertação analisou a divulgação da CT&I no telejornalismo por se tratar de um dos principais meios de informação da população. O alvo do estudo foram os telejornais regionais diários do meio-dia, da Rede Intertv, afiliada da Rede Globo, com sede em Cabo Frio, e da afiliada da Rede Record, com sede em Campos dos Goytacazes, ambas interior do Estado do Rio de Janeiro. Por meio de abordagens qualitativas e quantitativas, esta pesquisa descritiva fundamentada na Teoria do *Newsmaking* e Hipótese do *Agenda-Setting*, identificou por meio de Análise de Conteúdo que os noticiários dedicaram, em julho de 2012, menos de 1% de seu tempo aos assuntos de CT&I. Por meio de entrevistas com jornalistas, assessores de imprensa e cientistas, esta pesquisa aponta os principais entraves e desafios na divulgação científica no telejornalismo local e propõe ações para melhorar a Compreensão Pública da Ciência e a formação de uma cultura científica na região.

Palavras-chave: Políticas Sociais, Telejornais Regionais, Divulgação Científica, Cidadania.

THE ST&I IN REGIONAL NEWSCASTS

BÁRBARA MARTINS ZAGANELLI

Advisor: Prof. Dr. Marcelo Carlos Gantos

ABSTRACT

The outstanding and the public's understanding of the advancements in Science, Technology and Innovation on television is one way to be accountable to those who finance, indirectly through taxes, scientific studies developed in the public sphere. But in Brazil shows that population is still lacking in information about ST&I. To improve this subject, the television could contribute more to the demystification and popularization of scientific knowledge in society, since it is able to disseminate information to a wide and heterogeneous public. This dissertation analyzed the dissemination of ST&I in television journalism because it is a major means of informing the general public. The main goal of this study was the regional newscasts daily noon, Intertv Network, an affiliate of Rede Globo, based in Cabo Frio, and affiliate of Rede Record, headquartered in Campos, both located in Rio de Janeiro. Through qualitative and quantitative approaches this descriptive study based on the theory of *newsmaking* and *Agenda-Setting Hypothesis*, identified through Content Analysis that in July 2012 spent less than 1% in the subjects about ST & I. Through interviews with journalists, advisors and scientists, this work highlights the main obstacles and challenges in disseminating scientific in regional television journalism and proposes actions to improve the public understanding of science to achieve a scientific culture in this region.

Keywords: Social Policies, Regional TV News, Science Communication, Citizenship.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1 . A CIÊNCIA, A TECNOLOGIA E A INOVAÇÃO: A TELEVISÃO COMO ESPAÇO PRIVILEGIADO.....	6
1.1 As tensões e os desafios das mediações entre Ciência, Tecnologia e Inovação no século XXI	6
1.2 As diferentes instâncias da comunicação da Ciência	11
1.3 A divulgação científica como política pública para a formação da cultura científica e inclusão social.....	15
1.4 O acesso à informação sobre CT&I na televisão como um direito da sociedade	22
2. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: O TELEJORNALISMO REGIONAL COMO ALTERNATIVA VIÁVEL PARA A DIFUSÃO DE PESQUISAS LOCAIS	31
2.1 A CT&I nos Telejornais Regionais	31
2.2 Newsmaking e Agenda-setting: a relação entre a rotina dos Telejornais Regionais e a agenda pública e política.....	35
2.3 A transformação dos fatos em notícias nos Telejornais Regionais	42
2.4 Os recursos usados pelo telejornalismo	47
2.5 As categorias e os gêneros do telejornalismo	50
2.6 As classificações e categorizações das notícias sobre CT&I nos telejornais...	53
3. A SOCIEDADE DO TELEJORNALISMO EM BUSCA DA CIDADANIA	56
4. O PROCESSO INVESTIGATIVO	64
4.1 MÉTODOS E ETAPAS DA PESQUISA	64
4.2 COLETA DE DADOS	65
4.2.1 Técnicas de Coleta de Dados.....	65
4.2.2 Instrumentos de Coleta de Dados.....	68
4.3 SELEÇÃO DAS AMOSTRAGENS	69
4.3.1 Seleção das emissoras de televisão e dos Telejornais Regionais	69

4.3.2 Seleção da amostragem da CT&I e tematização das notícias nos Telejornais Regionais	73
4.3.3 Seleção dos entrevistados jornalistas, assessores de imprensa e pesquisadores	78
5. A ANÁLISE DE DADOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS TELEJORNALIS REGIONAIS DO INTERIOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: RJ INTERTV 1ª EDIÇÃO E BALANÇO GERAL.....	82
5.1 A rotina de trabalho nas redações	82
5.2 O perfil, o público e o interesse dos telejornais pelas notícias de CT&I	90
5.3 Os temas divulgados pelo RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral.....	95
5.4 A seleção das notícias de CT&I e tematização das demais nos Telejornais Regionais	96
5.4.1 Análise qualitativa da divulgação científica nos telejornais.....	99
5.4.2 A visão do pesquisador entrevistado pelo RJ Intertv 1ª Edição	105
5.4.3 Das fontes às notícias: a assessoria de imprensa como intermediação entre mídia e a instituição de pesquisa.....	107
CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS.....	121
ANEXO I - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS JORNALISTAS	135
ANEXO II - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PESQUISADOR	139
ANEXO III - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A ASSESSORIA DE IMPRENSA.....	143
ANEXO IV - ROTEIRO DE LEITURA	147

INTRODUÇÃO

O conhecimento científico não chega à grande parte da população. Basta observar as inúmeras dissertações e teses que ficam “intocáveis” durante anos sem ganhar a legitimidade do público. Há casos que nem sequer chegam ao conhecimento dos próprios pesquisadores da área. Esta dissertação tenta comprovar o descaso do telejornalismo regional com a Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) e apontar ações mais efetivas para que a Divulgação Científica (DC) tenha um futuro mais promissor na contribuição da qualidade de vida, na inclusão social e no exercício da cidadania de uma camada mais expressiva da sociedade.

Para este trabalho, a televisão, e mais especificamente o telejornalismo, reúne atributos que podem ajudar nessa empreitada. Os noticiários conseguem potencializar a transformação de assuntos estocados em universidades, faculdades e outras instituições de pesquisa em temas de debates públicos. Mais que isso: como eixo de reflexão social podem influenciar as formas de governo, os estilos de produzir saberes e as maneiras de compreender o mundo.

Essa noção apoiada na Hipótese da *Agenda-setting* (que explica sobre a capacidade de agendamento que os meios de comunicação têm sobre as agendas públicas e políticas) alerta para a importância da difusão da CT&I em programas diários, de forma constante, e com uma abordagem propícia a elevar o grau de compreensão pública do tema. O telejornalismo sendo o principal canal informativo do país é, sem dúvida, um meio de comunicação eficiente para o escoamento da produção científica, principalmente, os telejornais regionais que possuem espaços mais privilegiados para a exibição de pesquisas locais se comparados aos noticiários nacionais.

Há mais de dez anos no mercado de trabalho, sendo a maior parte como repórter em jornais impressos e telejornais regionais de afiliadas da Rede Globo no Rio de Janeiro e Espírito Santo, percebo que é a rotina de trabalho nas redações que impõe as regras das notícias que vão ao ar. Assim, sob esse olhar da Teoria do *Newsmaking* (no qual o jornalista é visto como um produtor inserido no contexto das indústrias culturais e, por isso, a rotina de trabalho e as exigências do cotidiano definem o processo de produção), este estudo teve como objetivo geral analisar a

produção e a divulgação das matérias sobre CT&I nos telejornais regionais do interior do Estado do Rio de Janeiro. Para isso, foram selecionadas as afiliadas da Rede Globo e Rede Record, isto é, a Rede Intertv, com sede em Cabo Frio, e a Rede Record, com sede em Campos dos Goytacazes.

A Rede Intertv é responsável pela cobertura de 50 municípios e atinge cerca de três milhões de telespectadores das regiões Serrana, dos Lagos, Baixada Litorânea, Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro como mostra a Figura 1:



Figura 1- Área de cobertura da Rede Intertv no Estado do Rio de Janeiro. Fonte: Acervo da autora.

A Rede Record cobre 35 municípios das regiões dos Lagos, Baixada Litorânea, Norte e Noroeste Fluminense, totalizando cerca de um milhão e meio de telespectadores, como mostra a Figura 2:



Figura 2- Área de cobertura da Rede Record no Estado do Rio de Janeiro. Fonte: Acervo da autora.

Entre os telejornais exibidos por essas empresas de comunicação, optou-se pelos telejornais o RJ Intertv 1ª Edição e o Balanço Geral, que passam das 12h às 12h45 e 12h às 13h15, respectivamente, de segunda-feira a sábado. Foram investigadas as seguintes questões de pesquisa:

- Qual a presença da CT&I no RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral?
- Quais os principais entraves e desafios da divulgação do conhecimento científico nos telejornais regionais?

Para tentar responder a essas questões, foram realizadas abordagens qualitativas e quantitativas. Por meio de uma pesquisa descritiva, realizou-se Análise de Conteúdo e entrevistas com os principais envolvidos nesse processo de DC (jornalistas dos telejornais, assessores de imprensa e cientistas). Os objetivos específicos deste estudo foram:

- Identificar as informações relacionadas à CT&I no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral;
- Verificar o espaço que as matérias sobre CT&I ocupam em relação às demais;

- Categorizar e classificar as notícias sobre CT&I por tipo de inserção;
- Definir o interesse de cada telejornal pelo assunto;
- Estruturar a rotina de produção das notícias relacionada ao tema que vai desde a escolha do assunto à veiculação;
- Detectar quais são os entraves da DC nos telejornais regionais para atingir a Compreensão Pública da Ciência.

A dissertação foi dividida em oito capítulos, sendo que os três primeiros configuram a fundamentação teórica do trabalho.

O primeiro capítulo oferece uma noção conceitual da CT&I e discute o pressuposto da carência da DC estar relacionada ao descompasso entre o desenvolvimento científico-tecnológico e o desenvolvimento social. Ao longo do texto foram apontadas as diferentes instâncias da comunicação da Ciência e feita uma análise de como a DC deve ser pensada já que é direito do cidadão ter acesso ao conhecimento científico. Esse debate apoia-se em dois pilares: um de caráter jurídico-político (sobre as determinações que as emissoras precisam cumprir enquanto concessões públicas) e um enfoque econômico-social (uma das maneiras de se prestar contas a quem financia, por meio de impostos, os estudos científicos desenvolvidos na esfera pública).

O segundo capítulo discute o telejornalismo regional como um terreno fértil para a DC e adota como aportes teóricos os estudos dos efeitos dos *mass media*: o *Newsmaking* e *Agenda-setting*. Para que a metodologia seja compreensível a todos, principalmente quem não atua no campo de Comunicação Social, já que esta pesquisa foi desenvolvida na área de Políticas Sociais, o capítulo mostra os conceitos básicos e a dinâmica do telejornalismo. Questões como a transformação dos fatos em notícias e a localização dos noticiários em relação à categoria e gênero foram abordadas e analisadas. Por fim, propõe-se no segundo capítulo um modelo de classificação e categorização das notícias das CT&I selecionadas na Análise de Conteúdo.

O terceiro capítulo debate sobre a busca da sociedade do telejornalismo pela cidadania. A hipótese do telejornalismo representar um lugar uma referência para os brasileiros parecido com o da família é contextualizada nos contornos e efeitos da teoria da formação da moderna tradição cultural brasileira. O capítulo analisa os principais desafios contemporâneos que a sociedade precisa superar para que o

direito à informação, como o acesso ao conhecimento produzido dentro das universidades e instituições de pesquisa, seja democratizado.

Na sequência, o quarto capítulo relata o processo investigativo, discute os métodos, as etapas de pesquisa, as técnicas e os instrumentos de coleta de dados e os critérios da seleção de amostragem.

O quinto capítulo examina dos dados coletados, tanto quantitativos como qualitativos. A pesquisa analisa a rotina de trabalho nas redações, o perfil e o interesse dos telejornais pela CT&I, assim como os temas mais divulgados pelos noticiários regionais. O trabalho também fez uma avaliação qualitativa da DC nos telejornais e mostra a visão do pesquisador e da assessoria de imprensa sobre o assunto.

O sexto capítulo aponta os principais entraves e desafios da DC nos telejornais regionais baseados nas entrevistas com os responsáveis pelo jornalismo das afiliadas da Rede Inter e Rede Record, Luiz Veiga e Vicente Vetromille, respectivamente; a Gerente de Comunicação da Assessoria de Imprensa da UENF, Fúlvia Maria D'Alessandri Muylaert e o pesquisador e professor titular da UENF, Dálcio Ricardo de Andrade.

O sétimo capítulo estão as considerações finais deste trabalho. Embasado nas pesquisas qualitativas e quantitativas, este trabalho faz conclusões que, apesar de não poderem ser generalizadas, espera instigar reflexões, debates e quem sabe polêmicas entre os jornalistas, pesquisadores e, claro, o público. Ao final, propõe sugestões para elevar o grau de Compreensão Pública da Ciência nos telejornais regionais.

É importante destacar ainda que esse trabalho de DC é uma tarefa coletiva e que o fato de ocorrer melhora na DC não significa necessariamente que a sociedade vai conhecer ou vai se interessar pela CT&I. Há déficits da Compreensão Pública da Ciência que vão além dos canais e da divulgação. Mas esta pesquisa defende que é necessário conhecer os obstáculos que atrapalham o entendimento da Ciência pelos telejornais e investir, é claro, em seu aperfeiçoamento. Assim, espera-se que este trabalho possa ajudar de alguma forma os profissionais da área de comunicação e pesquisadores a fazerem uso de boas práticas de DC.

1. A CIÊNCIA, A TECNOLOGIA E A INOVAÇÃO: A TELEVISÃO COMO ESPAÇO PRIVILEGIADO

1.1 As tensões e os desafios das mediações entre Ciência, Tecnologia e Inovação no século XXI

O Brasil vive um dos seus melhores momentos de produção científica no cenário internacional. Nas últimas décadas, o país deixou de ser um mero observador dos avanços da Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) e passou a produzir e a investir mais em pesquisas conseguindo atingir números expressivos de titulação e produção científica. Segundo o Ministério da Ciência e Tecnologia (2011), o Brasil subiu 13 posições no ranking de inovação pelo Indicador Global de Inovação¹ 2011 (*The Global Innovation Index*), passando do 60º lugar, em 2010, para a 47º posição. Já no ranking de produção científica² ocupa atualmente a 13ª posição e tem a liderança na América Latina. Em 2010, 50.904 mestres e doutores se formaram, de acordo com a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), fomentando ainda mais as bases de estudos. Mas embora esse universo seja bastante otimista em relação ao crescimento de pesquisas, tanto em quantidade quanto em qualidade, o mesmo não aconteceu curiosamente em relação ao desenvolvimento social. Para este trabalho, esse descompasso entre o desenvolvimento científico-tecnológico e o desenvolvimento social³ pode estar vinculado à carência de DC.

Observa-se que nas universidades e em outras instituições integradas ao sistema nacional de pesquisa, as comunidades científicas⁴ ficam, muitas vezes,

¹ O ranking é calculado anualmente pelo Insead, uma das principais escolas de negócios da Europa, em parceria com a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (Wipo, na sigla em inglês). A agência é ligada à Organização das Nações Unidas (ONU). Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/332281.html>>. Acesso em: 01 dez. 2012.

² Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/sala-de-imprensa/36-noticias/5263-para-mercadante-desenvolvimento-da-educacao-e-da-ciencia-e-o-maior-desafio-do-brasil>>. Acesso em 13 nov. 2012.

³ O social não pode subordinar-se ao econômico, mas devem estar articulados entre si.

⁴ Bourdieu (2008, p. 67) diz que “(...) Merton orquestra a ideia de <<comunidade>> como o tema do <<comunismo>> dos cientistas como um <<grupo cujos membros estão unidos por um objetivo e por uma cultura comuns>> (...)”.

isoladas e o conhecimento⁵ estocado não chega à população. Essas barreiras na comunicação intensificam-se até mesmo devido às especializações, o rápido desenvolvimento, a sofisticação dos mecanismos e a utilização de uma linguagem própria. Com isso, sem o esforço em prol à DC, as possibilidades de socialização do conhecimento científico⁶ passam a ser mínimas. E isso foi verificado ao longo desta pesquisa. Depois de dois anos de estudos e análises, corroborou-se com a hipótese do déficit de DC, pelo menos, no interior do Estado do Rio de Janeiro. Assim, esta dissertação aborda em um primeiro momento as concepções da CT&I, que é um assunto ainda pouco compreendido pelo público não-especialista e, posteriormente, identifica as delimitações e tensões que precisam ser superadas no século XXI.

Existe uma multiplicidade de conceitualizações sobre o significado da Ciência. Entre os autores não existe uma unanimidade, já que muda de acordo com o seu próprio desenvolvimento (ALBERGUINI, 2007). Barros (2003) é um dos que corrobora com esse raciocínio e explica que esse processo de constante transformação está ligado à essência da expressão. Isto é, a Ciência não pode estagnar-se para evoluir. Por isso, o significado da Ciência é sempre parcial e sem unidade temporal⁷. O valor dado à ela também muda com as matrizes disciplinares (Filosofia da Ciência, História, Sociologia do Conhecimento e Sociologia da Ciência).

Segundo Alberguini (2007), que mostra a perspectiva dessas correntes em relação à Ciência, o foco da Filosofia da Ciência é baseado na forma como foi concebida e operacionalizada para então conseguir submetê-la a uma medição estatística. A corrente histórica analisa o processo de desenvolvimento para tentar apontar um significado para o termo. Essa perspectiva também defende que a Ciência passou por três etapas: *Amateurs*, ou seja, Amadores (entre 1600 e 1800), período em que a Ciência era realizada fora de universidades, de instituições governamentais e do governo; *Acadêmica* (de 1800-1940), época em que se passou a dar maior atenção à formação técnica dos pesquisadores e *Profissional*, que corresponde à etapa atual (depois de 1940), caracterizada pelo aumento gradual

⁵ Guimarães (2003, p. 21) diz que "(...) falar de conhecimento é falar de sentidos em movimento, de sujeitos e idéias que circulam e como circulam; é considerar os modos de dizer e as relações entre eles, os instrumentos que lhes estão concernidos e os processos de sua institucionalização".

⁶ Para Bourdieu (2008, p. 101), "o conhecimento científico é aquilo que sobreviveu às objeções e pode resistir às objeções futuras".

⁷ Existem diversos exemplos sobre isso, como a teoria newtoniana que cedeu lugar a uma teoria relativística e a teoria da evolução de Darwin que passou por inúmeras transformações.

dos esforços dos cientistas em dar aplicabilidade e utilidade ao conhecimento científico e da inserção dos pesquisadores em grandes grupos. De outro ângulo, a Sociologia do Conhecimento acredita que a Ciência muda de acordo com o contexto social. Por fim, a Sociologia da Ciência analisa o termo enquanto estrutura institucional, estudando os grupos de pesquisa e as interações no laboratório, estando incluído nesta concepção, o próprio conhecimento científico dentro de seu objeto de estudo (DAGNINO e THOMAS, 2002). Entende-se que essa gama de possibilidades sobre os contornos da Ciência dificulta ainda mais a compreensão pública do tema.

Soma-se a isso, a distância entre o conhecimento popular e o científico, muitas vezes, devido ao mito criado acerca da palavra que faz com que a Ciência permaneça como um mistério para muitas pessoas (MENDONÇA, 1996). Por isso, para não incorrer em equívocos, destaca-se que esse afastamento entre os dois tipos de conhecimentos não está atrelado ao fato da verdade ou da natureza do objeto, pois ambos estão ligados à base do conhecimento. Distanciam-se quando a Ciência se especializa. De acordo com Alves (2003), isso ocorre pela forma de observação, do modo e método e os instrumentos do conhecer. É preciso reforçar ainda a ideia de que a Ciência é desenvolvida e controlada por seres humanos e não pode ser tratada como algo exato e mecânico (OLIVEIRA, 2009), tanto que o método por excelência da Ciência é um topo experimental, apoiado sempre em fatos reais e concretos. A Ciência só pode afirmar aquilo que é autorizado pela experimentação e, pode sim, ser falha, ao contrário do mito construído até hoje. Para Bourdieu (2008),

A Ciência propõe determinar o estado do mundo e, ao mesmo tempo, as tendências imanentes desse mundo, o futuro provável desse mundo, aquilo que não pode acontecer (o impossível) ou aquilo que tem hipóteses, maiores ou menores, de acontecer (o provável) ou ainda, mas é mais raro que esteja em posição de o fazer, aquilo que deve necessariamente acontecer (o certo). (BOURDIEU, 2008, p.87)

Tudo isso baseado em métodos para validação das pesquisas. É interessante tentar voltar à atenção para as raízes da palavra *scientia*. O termo, de origem latina, significa "conhecimento" (CUNHA, 1997). É por isso que Motta-Roth e Marcazzo (2010, p.1) definem a Ciência como "conhecimento de qualquer objeto ou fenômeno

por intermédio da observação ordenada, identificação, descrição e explicação do fenômeno com base em um paradigma vigente”. Do ponto de vista de Trujillo (1974, p.8), a Ciência é “um conjunto de atitudes e atividades racionais, dirigidas ao sistemático conhecimento com objetivo limitado, capaz de ser submetido à verificação”. Outros autores propõem conceitos mais abrangentes, como Ander-Egg (1978, p.15) que define como “um conjunto de conhecimentos racionais, certos ou prováveis, obtidos metodicamente sistematizados e verificáveis, que fazem referência a objetos de uma mesma natureza”. Soma-se a esse quadro conceitual, o fato da Ciência só poder ser usada à produção ou à distribuição de bens e serviços somente de forma indireta e imediata (MARTINEZ, 1998).

Segundo Gil (2003), isso faz com que a Ciência seja entendida no seu componente meramente utilitário como elemento para a investigação e desenvolvimento tecnológico. Nesse sentido, a utilidade da Tecnologia, ou melhor, do produto da Tecnologia, é mais facilmente compreendido pela sociedade já que é um meio indispensável para a satisfação das necessidades da população ou para o progressivo aumento das comodidades da sociedade. Barros (2003) destaca que a utilização do produto tecnológico não requer conhecimento dos princípios fundamentais que o regem. Diferente desses autores, Gil (2003) chama a atenção para a importância da Ciência como elemento que está muito mais vinculado à Cultura e do que no conhecimento das bases que fornece para a Tecnologia. Sobre a Ciência diz que

(...) é um facto indesmentível que essa vertente constitui extraordinariamente importante enriquecimento da mente humana, pela contribuição que dá à compreensão do mundo que vivemos, pela emoção que nos provoca essa compreensão à medida que vai sendo conseguida, pela decisiva importância que o conhecimento e constante utilização do método científico têm no nosso modo de pensar e agir em praticamente todas as situações com que nos deparamos no nosso quotidiano. (GIL, 2003, p. 23)

A luz desses aportes teóricos (TRUJILLO, 1974; ANDER-EGG, 1978; MARTÍNEZ, 1998; ALVEZ, 2003; OLIVEIRA, 2009; MOTTA-ROTH e MARCUZZO, 2010) para tornar o entendimento mais fácil, esta pesquisa propõe que a Ciência neste estudo seja compreendida como um conjunto de conhecimento que está fundamentado e sistematizado de modo a ser testado experimentalmente, por meio

de métodos, para verificar se as características comuns ou as leis que regem determinados eventos são verídicas. Destaca-se ainda que o grau de compreensão dos termos não está ligado à importância que a Ciência tem, tanto que a diferença entre as nações ricas e pobres é feita pela capacidade de criar ou não o conhecimento científico (UNESCO, 2000). Outro fator pertinente nesta análise é a observação da relação entre a Tecnologia e a Ciência. Rutherford e Algreen (1990) justificam a aproximação entre a Ciência e a Tecnologia por essa última afetar o sistema social e cultural mais diretamente do que a pesquisa científica e, por isso, as implicações imediatas de seus sucessos e fracassos também refletem diretamente na atividade humana. Para Bunge (1980), a diferença básica entre a Ciência e a Tecnologia está nos objetivos. Enquanto a Ciência está preocupada em descobrir leis que possam explicar a realidade em sua totalidade, a Tecnologia está focada em controlar determinados setores da realidade com a ajuda de todos os tipos de conhecimento, especialmente, os científicos. Para Martínez (1998), a Tecnologia pode ser definida como um conjunto de conhecimentos e métodos para o desenho, a produção e a distribuição de bens e serviços sendo, portanto, um sistema de conhecimentos técnicos.

Para este estudo, é a partir desse contexto que a Tecnologia deve ser pensada, não podendo ser observada fora do modo de produção, como defendia Marx (MIRANDA, 2002). Essa percepção é compartilhada por Zancan (2000) que explica que a Tecnologia reflete e molda o sistema de valores, assim como estende nossas habilidades para transformar o mundo sendo uma ferramenta fundamental no desenvolvimento da civilização. A autora enfatiza ainda, e isso é interessante esclarecer, que a Tecnologia é muito mais que uma máquina, equipamento ou aparelho. Por isso, a materialidade ou imaterialidade da Tecnologia não é a principal diferença da Ciência. Já Alberguini (2007) Bazzo, Von Linsingen e Pereira (2003) explicam que a Tecnologia é usada para se referir aos sistemas desenvolvidos levando em conta o conhecimento científico, ou seja, a Tecnologia seria a Ciência aplicada. Solla Price (1980) diz que sem a Ciência, a Tecnologia é estéril e conta que em diversos casos em que a sociedade pagou pela Tecnologia, devido ao retorno econômico imediato, e desprezou a Ciência, a Tecnologia entrou em “coma”.

Por fim, esclarece-se sobre a Inovação, um fenômeno muito mais amplo que a Tecnologia e a Ciência. Segundo Saenz e Souza Paula (2002), a Inovação pode

ser explicada como a introdução de uma Tecnologia na prática social. Isto é, o resultado da combinação de necessidades sociais e demandas do mercado com os meios científicos e tecnológicos para resolvê-las levando a um processo que depende da adesão e a difusão desses eventos pela pluralidade dos elementos de um determinado espaço social. Caldas (2010) explica que é um processo multidisciplinar e geralmente nenhum país produz todos os conhecimentos que lhe são indispensáveis.

Inovação envolve muito mais que simples mudanças em tecnologia. Envolve conexões, interações e influências de muitos e variados graus – incluindo relacionamentos entre empresas e empresas, entre empresas e centros de pesquisa, e entre empresas e o governo. A inovação efetiva depende de todas as conexões estabelecidas em seus devidos lugares e funcionando bem. (CALDAS, 2010, p.3)

A Inovação faz com que países sem tradição científica, como Coreia do Sul e Taiwan, se beneficiem do conhecimento gerado por outros países devido ao seu espírito empreendedor ou por meio de uma política dirigida para esse fim (CALDAS, 2010). Após a exposição teórica dos conceitos sobre CT&I, é interessante esclarecer que a DC é apenas uma das instâncias da comunicação da Ciência.

1.2 As diferentes instâncias da comunicação da Ciência

Ao longo do processo da comunicação científica, o conhecimento se constrói em diferentes instâncias e o discurso científico⁸ realiza-se em diferentes gêneros (MOTTA-ROTH & MARCUZZO, 2010). Essas transformações são fundamentais para socialização do conhecimento. Para Motta-Roth e Marcuzzo (2010), toda essa dinâmica política da Ciência está apoiada, e pode ser assim simplificada, em dois processos: na publicação de artigos científicos nos veículos de comunicação especializados (pelo reconhecimento angaria financiamento dos órgãos de fomento) e a popularização desse conhecimento nos veículos de massa (pelo ensinamento dos novos conceitos para a sociedade, a Ciência consegue a simpatia das forças

⁸ Bourdieu (2008, p. 107) explica que o discurso científico “(...) é produto de uma construção orientada por interesses e estruturas cognitivas, que produziria visões múltiplas, subdeterminadas pelo mundo, desse mundo”.

sociais, econômicas e políticas que, por sua vez, as consagrarão como uma área). Repare então que, de uma maneira geral, essas etapas da comunicação científica diferenciam-se em relação aos emissores e/ou receptores, pois o fio condutor é o mesmo: a Ciência. Desta maneira, dependendo da forma de comunicação, é estabelecida uma classificação. A Divulgação Científica (DC) para a compreensão pública, foco deste trabalho, tem os emissores e receptores formados por não-especialistas. A ideia central da DC é levar o conhecimento científico à sociedade seja nos museus, programas de extensão em universidades, educação à distância, feiras de Ciências e, o que esta pesquisa vai aprofundar a análise, pelas emissoras de televisão.

Na perspectiva de organizar as definições da comunicação científica para que as expressões possam ser usadas adequadamente, Gomes (2000) propõe uma distinção entre os termos: difusão, disseminação, divulgação e jornalismo científico. Em ordem de abrangência, do maior para o menor, a Difusão Científica é um processo amplo que envolve os recursos utilizados na transmissão de informações científicas e tecnológicas independente do público⁹. A DC, como será mostrada com mais detalhes ao longo deste trabalho, é a transmissão de conhecimento para um público universal, formado tanto por especialistas quanto por não-especialistas. A autora explica que quando apenas os veículos midiáticos são responsáveis pela DC também pode ser chamado de jornalismo científico. Já a Disseminação Científica, ou Jornalismo Científico, é a transferência de informações científicas e tecnológicas por especialistas da área e de áreas conexas, por meio de uma linguagem especializada, a um público restrito e formado por especialistas. Diante do exposto, como as emissoras informam para um público sem distinção de gênero, idade ou poder aquisitivo, este trabalho usa os termos DC ou Difusão Científica.

Essa percepção é compartilhada por Germano e Kulesza (2007) que notam uma visível confusão conceitual acerca do universo: vulgarização, divulgação, alfabetização, popularização, comunicação pública da Ciência. Sem entrar no âmbito histórico do emprego das palavras, por ser vasto e não ser o objetivo deste estudo chama-se a atenção para a distinção de significados entre eles. Segundo os autores, a Vulgarização da Ciência não é usada no Brasil por causa da conotação pejorativa,

⁹ Para França e Almada (2008), o público é um conjunto de sujeitos que respondem dentro de uma estrutura de agenciamento, construindo no bojo da confrontação estabelecida suas percepções de mundo e suas posturas.

embora a expressão esteja relacionada a tornar conhecido, mas pode também estar relacionada à concepção de vulgar, do latim *vulgare*, relativo ao vulgo, ao frente ou comum. Em uma perspectiva bastante atualizada, Moreira *et. al.* (1998) explica que se o termo vulgarização for bem conduzido tem muito mais a esclarecer do que difundir conhecimentos isolados, atingindo assim a sua real missão. Com ela, é possível criar uma mentalidade mais apta à compreensão e a coletividade.

A Ciência, por seu lado, só tem a lucrar com uma vulgarização bem feita. Suas necessidades são cada vez maiores e se na maioria dos países elas são desprezadas, e a cultura da Ciência sofre um atraso considerável, isto é bem um indício que as classes dirigentes e os povos, em geral, estão longe de bem julgar esses problemas. Quando se trata de questões simples em que as relações de causa e efeito são bem evidentes e ao alcance de todos, as dificuldades desaparecem. (...) Quando se trata, porém, de relações menos imediatas entre os progressos científicos e o bem de toda a coletividade, as dificuldades crescem. **É lícito, entretanto, esperar que aqui como no outro caso se trate exclusivamente de uma questão de compreensão geral, e essa compreensão só pode vir depois de uma larga difusão de conhecimentos científicos.** (MOREIRA, 1998, p.238 e 239, grifo nosso)

Já a Alfabetização Científica, ou Letramento Científico, também pouco usados no Brasil, podem ser compreendidos como ato ou efeito de alfabetizar, ou seja, ensinar o alfabeto e difundir o ensino básico e a instrução primária. Para Germano e Kulesza (2007), a Alfabetização Científica deve ser entendida como a capacidade de ler, compreender e expressar opinião sobre assuntos de caráter científico, remetendo para os domínios do ensino formal e diferenciando-se assim dos outros termos muito mais obtidos na educação informal. Mas para estabelecer essa funcionalidade, Sabbatini (2004) esclarece que é preciso um nível mínimo de habilidade e conhecimento.

Massarani (1998) afirma que ainda existem os autores que preferem o uso do conceito de Comunicação Pública da Ciência. Fayard (1988) acredita que ela engloba a soma das atividades que possuem conteúdos científicos vulgarizados e destinados ao público de não-especialistas em situação não cativa, excluindo do seu campo a comunicação disciplinar entre especialistas e o ensino. Outro termo utilizado, e bastante definido por uma corrente de teóricos, é a Popularização da Ciência. Segundo Mueller (2002), significa a passagem de ideias de textos científicos para os veículos de comunicação de massa. Mas Sández Mora (2003) reforça a noção de que popularizar é recriar o conhecimento científico, e não apenas

copiá-lo, fazendo com que um conhecimento especializado seja acessível à sociedade.

Por fim, vem à expressão usada nesta pesquisa e que é majoritária no Brasil. A DC, do latim *divulgare*, significa tornar público ou notório; propagar; publicar; difundir; vulgarizar; torna-se público ou conhecido; propagar-se; difundir-se (FERREIRA, 2004). Authier-Revuz (1998) explica que a DC consiste em colocar de forma acessível ao grande público o resultado das pesquisas científicas.

A divulgação científica é classicamente considerada como uma atividade de disseminação, em direção ao exterior, de conhecimentos científicos já produzidos e em circulação no interior de uma comunidade mais restrita: essa disseminação é feita fora escolar-universitária e não visa à formação de especialistas, isto é, não tem por objetivo estender a comunidade de origem. (AUTHIER-REVUZ, 1998, p.107)

Outro autor, Calvo Hernando (2004) explica que está mais do que claro que os principais objetivos da DC estão ligados ao conhecimento (que é comunicar ao público os avanços científicos da atualidade) e à ação (a atuação social em relação às consequências que o desenvolvimento científico e tecnológico pode resultar), mas atingi-los não é tão simples. Pereira (2003) conta que a DC no Brasil estabelece um confronto discursivo diário entre dois estilos de abordagem da informação: um com o enfoque no espetáculo e nas grandes descobertas contemporâneas e o outro mais crítico, tentando distinguir os fatos extraordinários, que acontecem raramente, dos pequenos avanços que ocorrem continuamente. Reis (2002) alerta que é preciso bem mais que isso. É necessário veicular a Ciência como processo, em uma linguagem simples, mostrando os princípios nela estabelecidos, das metodologias que emprega e apontando, principalmente, a intensidade dos problemas sociais implícitos nessa atividade. Destaca-se ainda que não é uma mera tradução de uma linguagem especializada para a coloquial. Para Sández Mora (2003), a DC precisa criar um elo entre o mundo da Ciência e os outros mundos. Por isso, um dos desafios deste trabalho é traçar estratégias para aproximá-los.

Esta pesquisa defende que para que haja a Compreensão Pública da Ciência pela DC é fundamental que as informações sejam transmitidas de forma clara, simples, direta e de fácil entendimento. Afinal, precisam atingir todas as camadas e faixas etárias da sociedade para de fato serem compreendidas pelo público e assim, simultaneamente, contribuir para a desmistificação acerca do tema. Para este

trabalho, esse compartilhamento promove a sobrevivência da própria Ciência¹⁰. Medeiros (2003) diz que a DC consolida e legitima¹¹ a atividade científica, impulsionando o aumento da comunidade científica e subsidiando decisões acerca dos órgãos que integram o Estado. Motta-Roth (2009a) lembra que a população só apoia, e conseqüentemente financia as pesquisas, em áreas construídas discursivamente pela mídia como relevantes. Por isso, para esta pesquisa, a CT&I devem ser divulgadas pela imprensa e pensadas como política pública.

1.3 A divulgação científica como política pública para a formação da cultura científica e inclusão social

Em uma sociedade pautada pelos princípios da divisão do trabalho e da busca pelo lucro, observa-se que existe um sistema que exige das pessoas e empresas formas criativas de competição que as coloquem sempre em vantagens em relação às demais. Um dos principais meios, para não dizer o único, é pelo conhecimento qualificado. É justamente nesse ponto, no acesso às ideias e informações ligadas à CT&I, que este trabalho percebe um contra-senso. Muitas vezes, as comunidades científicas ficam isoladas (CARACA, 2003) devido aos entraves criados pelo poder¹² para a livre circulação do conhecimento. Inúmeras pesquisas e descobertas não chegam até a população, o que reforça a relevância deste debate. Para Tilly (2006) isso acontece porque não é tão vantajoso fazer com que haja uma democratização do conhecimento científico já que representa benefícios políticos, financeiros e existenciais.

Mas da mesma forma que a CT&I são capazes de definir o futuro de um povo, também podem ser excludentes¹³ (SANCHS, 2000). Em pleno século XXI, nem todos têm o acesso ao uso dessas ferramentas, o que leva diversas entidades como a UNESCO (2000) a se preocuparem com a exclusão de uma parcela considerável

¹⁰ Vista como “erudita”.

¹¹ Para Bourdieu (2008, p. 76), “(...) a legitimidade do conhecimento depende de uma presença pública em certas fases da produção do conhecimento”.

¹² Poulantzas (2000) diz que o conceito de poder indica os efeitos sobre as relações existentes entre classes sociais. O poder não está situado fora da ideia de luta de classes. Quando se fala em poder do Estado, o que se indica é o poder de uma determinada classe, a cujo interesse o Estado corresponde sobre outras classes sociais.

¹³ Segundo Fleury (2002), a exclusão é um processo cultural que implica o estabelecimento de uma norma que proíbe a inclusão de indivíduos, grupos ou populações em uma comunidade socio-política.

da sociedade aos bens tecnológicos criando, inclusive, conceitos como o de exclusão digital¹⁴. No Brasil, percebe-se que a população ainda é carente de informações ligadas à CT&I desenvolvidas nas universidades e em outras instituições integradas ao sistema de pesquisa nacional. Sobre isso, reforça-se a ideia que a mola ética propulsora dos cientistas é a melhoria de qualidade de vida da população, mas para que isso ocorra de fato, as informações sobre os avanços e descobertas científicas precisam chegar à sociedade para contribuir para a construção de uma cultura científica. Oliveira (2001) define a cultura científica como a capacidade de responder de forma significativa às questões técnicas que aparecem no cotidiano e no mundo das ações políticas. Ou seja, é mais do que simplesmente compreender o assunto. É ter um senso crítico sobre o tema para interferir com conhecimento em decisões e ações políticas relacionadas ao tema. Por isso, Pereira *et al.* (2003) acreditam que a cultura científica seja fundamental para o exercício da cidadania e para o estabelecimento de uma democracia¹⁵ participativa. O treinamento técnico da força de trabalho possibilita a formação de pessoas aptas à compreensão acerca das promessas e ações governamentais e, ao mesmo tempo, eleva a capacidade da população a participar das decisões públicas. Assim, esta pesquisa postula que todo o indivíduo deve ser educado cientificamente sobre os aspectos contemporâneos da CT&I ou ficará sujeito às manipulações daqueles que detêm o conhecimento e controlam suas aplicações (PEREIRA *et al.*, 2003).

Inclusive a valorização da Ciência pode ser vista como uma forma de cultura. Segundo Caraça (1978), o grau de cultura de um povo mede-se

¹⁴A exclusão digital diz respeito às consequências sociais, econômicas e culturais da distribuição desigual do acesso a computadores e Internet, excluindo-se o acesso à telefonia. Sobre isso, diversos autores, como Silveira (2001) e Mattos (2003), destacam que a exclusão digital chega, em muitos casos, a ampliar o grau de desigualdade social existente em certas sociedades.

¹⁵ Touraine (1996) diz que não há democracia sem cidadania. Segundo Bobbio (1986, p.12), o regime democrático pode ser entendido como "um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) de procedimentos para a formação de decisões coletivas, em que está prevista e facilitada à participação mais ampla possível dos interessados". Ao contrário do Capitalismo, o autor explica que a democracia privilegia a satisfação do social sob o indivíduo. Mas o conceito de democracia também está longe de ser um corpo orgânico, para Bobbio (1992). O autor argumenta que a democracia é a soma de indivíduos e isso não pode ser separado do conceito de direitos do homem. Uma concepção que vai de encontro ao conceito de cidadania (CARVALHO, 2003).

(...) pelo conceito que ele forma do que seja a vida e da facilidade que ao indivíduo se deve dar para viver; pelo modo como nele se compreende e proporciona o consumo; pela maneira e fins para que são utilizados os progressos da Ciência; pelo modo como entende a organização das relações sociais e pelo lugar que nelas ocupa o homem. (CARAÇA, 1978)

Vista dessa maneira, a DC constitui como um inovador instrumento de inclusão social, considerado como um dos grandes desafios do país por motivos históricos. Segundo Moreira (2006), a inclusão social proporciona as populações social e economicamente excluídas¹⁶ terem oportunidades e condições de ser agregadas à sociedade que pode usufruir desses bens.

Em um sentido mais amplo, a inclusão social envolve também o estabelecimento de condições para que todos os habitantes do país possam viver com **adequada qualidade de vida e como cidadãos plenos, dotados de conhecimentos, meios e mecanismos de participação política que os capacitem a agir de forma fundamentada e consciente.** (MOREIRA, 2006, p.1, grifo nosso).

Casassus (2007) lembra que, apesar do Brasil ter a maior concentração na América Latina de renda é a mais injusta, pois foi se criando uma distância cada vez maior entre os que têm uma boa educação e situação econômica e os que parecem ter uma educação deficiente e viver na pobreza. Isto significa dizer que: os que têm menos estão limitados em suas possibilidades de existência. Como a DC pretende englobar as suas ações também as parcelas excluídas da sociedade do conhecimento, no que se refere pelo menos a um conhecimento básico sobre CT&I, a DC é considerada para esta pesquisa um instrumento potencial de inclusão social propiciando um terreno fértil para a construção da cultura científica no país.

Embora a principal razão da exclusão referida esteja relacionada à ausência de uma educação científica no ensino fundamental e médio do Brasil, este estudo entende que a DC é um dos mecanismos mais viáveis de inclusão. A DC tem a possibilidade de criar oportunidades para o público formado por não-especialista de adquirir um conhecimento sobre a Ciência e seu funcionamento, compreender o seu entorno, ampliar suas oportunidades no mercado de trabalho e fazer com que o público consiga discutir com conhecimento de causa os assuntos acerca do tema. Barros (2003) explica que os programas de difusão surgem como alternativas importantes para cobrir a defasagem entre o saber escolar e os produzidos nos

¹⁶ Acesso reduzido aos bens materiais, educacionais, culturais, entre outros, da média brasileira.

laboratórios e centros de pesquisa e que os colégios não podem dar conta. Ainda segundo o autor, o ensino formal não dá conta da permanente reciclagem que se faz necessária para que um profissional já formado e exercendo as suas funções junto à sociedade possa manter-se inserido no processo de transformação social. Por isso, para esta pesquisa, está mais do que evidente a importância da DC, já que é fundamental ter pelo menos o mínimo de conhecimento científico para integrar-se a vida social.

É interessante pontuar aqui que nem todos os teóricos concordam com essa visão de otimismo pedagógico da DC. Thuillier (1999, p.23), por exemplo, questiona a capacidade de aprendizado da Ciência por meio da DC. "Afinal, pode-se aprender a Ciência pela mera leitura de textos? (...) Ela não é feita de textos, é uma prática (...)". Para o autor, uma das questões a ser analisada é se a DC forma e cultiva o espírito crítico, como muitos afirmam. Segundo Thuillier (1999), muitas pessoas levam um artigo a sério acreditando em tudo o que está escrito na revista científica. "Há pessoas que, após ler 20 artigos sobre a teoria da evolução, adquirem a respeito ideias claras e precisas, enquanto que os verdadeiros cientistas permanecem cheios de dúvidas, às voltas com enormes lacunas" (THUILLIER, 1999, p.23). Além disso, para o pesquisador francês existe uma contradição inerente à DC.

Para o pesquisador, os problemas se apresentam complicados; quando o assunto é ensinado nas faculdades, começa-se a simplificar; na escola secundária, simplifica-se mais; por fim, na escola primária ou na divulgação, tudo fica ainda mais simples. *A Ciência é complicada*. Querendo facilitar, a divulgação simplifica e dogmatiza. Deve-se falar sobre isso com o leitor. (THUILLIER, 1999, p.23, grifo do autor)

Mas essa preocupação de uma DC que contribua para a construção de uma cultura científica e que seja ferramenta de uma inclusão social também é esforço do poder público. Na 4ª Conferência Nacional que organizou discussões com base nas prioridades do Plano de Ação em CT&I para o Desenvolvimento Nacional no período de 2007 a 2010, entre os desafios discutidos para que a CT&I tornarem uma política de Estado, e apontados os seguintes no Livro Azul¹⁷ (2010)

¹⁷ Realizada em maio de 2010, em Brasília, foi convocada por decreto presidencial para discutir uma política de Estado para CT&I com vistas ao desenvolvimento sustentável. Foi precedida de encontros estaduais, fóruns de discussão e conferências regionais. Posteriormente, o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos colocou a disposição da sociedade as propostas discutidas no Livro Azul que representam elementos importantes de orientação para a superação dos novos desafios da política de CT&I para que se tornem uma política de Estado.

O primeiro desafio é dar continuidade ao processo de ampliação e aperfeiçoamento das ações em CT&I, tornando-as políticas de Estado. Em segundo lugar, precisamos expandir com qualidade e melhorar a distribuição geográfica da Ciência. O terceiro desafio é melhorar a qualidade da Ciência brasileira e contribuir, de fato, para o avanço da fronteira do conhecimento. Em quarto lugar, é preciso que Ciência, Tecnologia e Inovação se tornem efetivos componentes do desenvolvimento sustentável, com atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação nas empresas e incorporação de avanços nas políticas públicas. O quinto desafio é intensificar as ações, divulgações e iniciativas de CT&I para o grande público. E, finalmente, o sexto desafio é melhorar o ensino de Ciência nas escolas e atrair mais jovens para as carreiras científicas. (LIVRO AZUL, 2010, p.19)

É interessante observar ainda que, do total de gastos previstos com a execução do Plano de Ações, 2% está destinado à quarta prioridade. Assim, esta pesquisa compartilha da visão de LIMA *et al.* (2008) que, apesar da inclusão do tema na agenda pública, o assunto está longe de ser prioritário.

O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) também vem se comprometendo a continuar com os apoios vigentes em parceria com a UNESCO e tentando ampliar os instrumentos de financiamento para prover cada vez mais as atividades de pesquisa, desenvolvimento, inovação e formação de recursos humanos para que exista um desenvolvimento não só no campo científico-tecnológico, mas social. Para Guimarães (2003),

Falar de política científica é falar de algum tipo de controle do que se deve ou não pesquisar. Ou dito de forma talvez mais branda, do que é mais necessário pesquisar. Assim, **falar de política científica é colocar em cena uma discussão sobre a independência da Ciência e do cientista. Ou em outros termos, o que pode ser tomado como elemento que conforma a ação do cientista.** (GUIMARÃES, 2003, p. 193, grifo nosso).

É importante destacar ainda que atenção do poder público em prol do desenvolvimento da CT&I deve ocorrer integrada a outras áreas para que tenha êxito. Não basta como anunciou¹⁸, em novembro de 2012, o ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Marco Antonio Raupp, garantir que até 2014 haverá cerca de R\$ 15 bilhões para a aplicação nas áreas de crédito, subvenção e fomento, se as pessoas não possuem qualificação para usufruir desse incentivo. A população não consegue sequer ter acesso básico ao conhecimento sobre a CT&I. Botelho (2001) observa que existe um recuo na formulação de Políticas Públicas globais, estando

¹⁸ Disponível em: <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/full/343809/Acao_integrada_garante_R_15_bilhoes_para_inovacao_anuncia_Raupp.html> . Acesso em: 8 nov. 2012.

em alta apenas o financiamento de projetos tomados isoladamente que assumiu o primeiro plano do debate, como as leis de incentivo. Este trabalho percebe que as ferramentas políticas precisam ser aplicadas de forma integrada, ordenada e coordenada para poder inclusive estimular o avanço de investimentos privados para aumentar e intensificar a capacidade produtiva e inovativa do Brasil. Sobre isso, Caldas (2010) diz que

A realidade brasileira demonstra a urgência da necessidade de iniciativas que potencializem a transformação de ideias e invenções em produtos para atender o mercado brasileiro e para os mercados internacionais. **As políticas públicas brasileiras não vêm conseguindo criar um ambiente efetivamente favorável à inovação. A situação econômica no Brasil requer uma ação urgente (ampla, abrangente e regulamentadora) por parte das agências governamentais, incentivando o processo de inovação nos diversos segmentos.** (CALDAS, 2010, p.4, grifo nosso)

O autor diz ainda que são necessários objetivos claros e mensuráveis (com poder de promoção do progresso econômico e do bem estar social) levando-se em consideração o alinhamento das diferentes iniciativas em CT&I com as iniciativas políticas regulatórias, de economia e de comércio, no seu sentido mais amplo. O futuro estaria justamente na combinação das “estratégias de governo, investidores, empresas, cultura, usuários, pesquisa e desenvolvimento” (CALDAS, 2010, p.6).

Em uma análise sobre a essência das Políticas Públicas, Jullien (2009) e Bauman (2010) argumentam que tem como um dos principais objetivos a concretização de direitos¹⁹ conquistados pela sociedade e amparados pela lei. Os direitos com os quais as Políticas Públicas se identificam são os direitos sociais guiados pelo o princípio da igualdade (embora tenham no horizonte os direitos individuais que se pautam pelo princípio da liberdade). Essa identificação entre as Políticas Públicas e os direitos sociais ocorre pelo fato desses direitos terem como perspectiva a equidade²⁰, a justiça social, e permitem à sociedade exigir atitudes positivas, ativas do Estado para transformar esses valores em realidade. Bresser-Pereira (1997) exemplifica que o direito social pode ser entendido também como um

¹⁹ Segundo Bobbio (1992), a existência de um direito implica na existência de um sistema normativo que por “existência” deve entender-se tanto o fato de um direito histórico ou vigente quanto o reconhecimento de um conjunto de normas como guia da própria ação. A figura do direito tem como correlato a figura da obrigação. Bresser-Pereira (1997) resume que o direito é um conjunto de normas dotadas de poder institucionalizado de coerção que regula a vida social.

²⁰ Significa dar mais para quem precisa. Para Casussus (2001), a equidade faz referência à justiça natural por posição à lei positiva. É guiar-se pelo sentimento do dever ou da consciência mais do que pelas prescrições da lei que leva a dar a cada um o que merece.

direito contra outro cidadão se for pensado no direito de um funcionário em relação ao dono da empresa. Mas se o direito social for pensado como um direito à saúde, ou à educação, ele passa a ser um direito do cidadão contra a sociedade civil e o Estado. E, caso a sociedade tenha esse recurso material para garantir as necessidades do indivíduo, passa então a ser um direito do ser humano. Daí porque no campo de atuação das Políticas Públicas a participação do Estado, seja como regulador, provedor ou garantidor de bens públicos como direito é considerada fundamental.

Acerca do conceito de Políticas Sociais destaca-se ainda que precisa ser visto como um conjunto de diretrizes, orientações, critérios e ações que permita a preservação e a elevação do bem estar social, procurando com que os benefícios do desenvolvimento alcancem a todas as classes com a maior equidade possível (CARVALHO, 2007). Sabotika (2006) lembra que Döring, por exemplo, descreveu o fim supremo da Política Social como evitar formas extremas de desigualdade e, com isso, assegurar a coesão interna da sociedade. Ou seja, assegurarem a continuidade do nível de vida em caso de ocorrência de certos riscos inerentes à vida moderna, como desemprego e incapacidade para o trabalho, de forma a evitar a pobreza.

Levando em consideração esses fundamentos teóricos sobre as Políticas Sociais, este trabalho observa que o poder público precisa agir de maneira mais eficaz em relação à carência de informações sobre a CT&I. É preciso não só incluir como agir em relação ao assunto como uma questão de urgência na agenda pública. Segundo Lima *et al.* (2008, p. 2), “a entrada de um tema na agenda política ou pública ocorre quando o governo passa a priorizá-lo como um problema público e o considera passível de ser transformado numa política pública”. De acordo com Sánchez (2006), esses problemas incluídos na agenda são escolhidos por pessoas ou grupos com poder para influenciar as decisões do governo na configuração da agenda. Como este capítulo mostrou, a popularização da CT&I está presente na agenda pública. Um exemplo citado foi o Plano de Ação 2007/2010 do MCT que apresenta os direcionamentos da política de CT& Inovação no Brasil. Em contrapartida, percebe-se que essa inclusão do tema na discussão política ainda não é capaz de gerar uma participação efetiva da sociedade em relação à CT&I. Existe uma parcela da população que não consegue alcançar por conta própria os requisitos mínimos necessários para conseguir acesso e usufruto do conhecimento

científico. Esse discurso de acessibilidade e inclusão está ligado ao de proteção social que vai dar o sentimento de segurança e garantias aos mais vulneráveis e desprotegidos da sociedade.

No Brasil, observa-se que as Políticas Públicas de um modo geral servem a um modelo de serviços sociais da América Latina, mas não levam em conta um ordenamento liberal de acesso garantido em lei, generalizado e com opções, ao menos teóricos, de escolha de serviços. Implica em um sistema de integração e exclusão controlada por certos grupos e categorias da população. Por isso, para Carvalho (2007) um dos principais desafios da Política Social é saber como implantar uma Política Social que atenda os princípios de eficiência e eficácia. Isto é, que possa atingir os objetivos propostos da maneira mais econômica, no menor prazo possível e com justiça. E isso depende, é claro, não só do sistema político, mas como foi pontuado na 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável, a tarefa também é da sociedade (academia, setor empresarial e entidade de categorias profissionais, entidades do terceiro setor, entre outros).

Diante desse contexto, é preciso lembrar que o futuro da DC como Política Social, ou seja, como ação a ser colocada a serviço da equidade e da justiça social dependerá como dizia Gough, do nível e das formas de lutas. E nesse conflito contínuo e endêmico, os conceitos e as teorias jogam papel fundamental, pois são eles que informam as opções políticas. Tendo a Política Social uma natureza contraditória_ ao mesmo tempo em que tem que atender as necessidades sociais impondo limites às livres forças do mercado, precisa preservar a integridade do modo de produção capitalista (PEREIRA, 2009) _ ela exige uma redefinição teórica urgente de quem a percebe de forma linear e funcionalista, principalmente, quando o assunto é democratização do conhecimento qualificado. Tanto os seus aspectos positivos quanto negativos devem ser contextualizados para que se possa ter a compreensão dos fatores sociais e suas correções de forças, tendo como perspectiva a ampliação do acesso da cidadania à CT&I.

1.4 O acesso à informação sobre CT&I na televisão como um direito da sociedade

A questão da igualdade de oportunidades em relação ao acesso a determinados bens e serviços²¹, tão bem decantada em discursos na sociedade capitalista, deve estar presente na CT&I. Mais que isso, o acesso ao conhecimento científico precisa ter uma universalidade para ser igualitário. Dentro dos propósitos desta dissertação, chama-se a atenção nesse sentido para a mídia pelo potencial que tem de democratizá-lo e contribuir para a desmistificação e popularização do tema. Pinto (2011) percebe até que os acontecimentos só passam a existir quando veiculados pela mídia, pois a troca pessoal de informações não existe ou é drasticamente reduzida. É quase consensual que a televisão é um veículo fundamental nesse processo, já que divulga informações para um público vasto e heterogêneo. Assim, alinhados a essa perspectiva de análise, este capítulo traz uma discussão sobre a obrigatoriedade dos canais de televisão de divulgar o assunto. Afinal, a Compreensão Pública da Ciência é um direito de todos. O debate apoia-se em dois pressupostos básicos no tange a prestação de serviço público. O primeiro tem um caráter mais jurídico-político, e não apenas jurídico-normativo, e fala acerca das determinações que as emissoras precisam cumprir enquanto concessões públicas. O segundo tem um enfoque econômico-social sobre a compreensão do público sobre os avanços da CT&I pela televisão como uma das maneiras de prestar contas a quem financia, indiretamente por meio de impostos, os estudos científicos desenvolvidos na esfera pública.

De início, é preciso estar claro que a divulgação só existe quando tem público, ou seja, pessoas que tenham interesse pelo assunto. Por isso, Pereira et al.(2003) conta que existe uma forte tendência da maior parte das experiências bem sucedidas em DC ser restrita a um

(...) público urbano localizado predominantemente no eixo Sul/Sudeste, com certo grau de formação acadêmica. Os segmentos menos escolarizados_ faixa à qual pertencente grande contingente populacional_ raramente são beneficiados. (PEREIRA et al., 2003, p. 60)

Ora, será que ainda existe uma noção que os segmentos menos escolarizados não se interessam pelos assuntos que envolvem a CT&I? Basta analisar os dados de uma pesquisa nacional coordenada por Panella (2007) sobre a

²¹ O mínimo oferecido a todos sem discriminação, por exemplo, de barreiras raciais e partidárias.

Percepção Pública sobre a Ciência e Tecnologia. Dos 2004 entrevistados²² de todas as regiões do país, (inclusive no Nordeste, Norte e Centro-Oeste do Estado do Rio de Janeiro), 41% disseram ter muito interesse pelas notícias relacionadas à C&T, 35% citaram ter pouco interesse, 23% não têm nenhum interesse e 1% não sabia ou não respondeu. Um dos pontos que ficam claros na pesquisa é que existe público em todas as regiões para o tema. Observa-se que, cada vez, mais a Ciência está no rol das questões de interesse da sociedade, principalmente, por conta das recentes descobertas científicas que levam à população brasileira a experimentação mais prática de resultados chamando a atenção do público leigo para os temas de produção científica nacional (BARBIERI, 2001). Moirand (2000) lembra que

(...) inúmeros acontecimentos, de natureza bastante diversa, transformam-se na mídia em *lugares de transmissão de conhecimento*: acontecimentos conjunturais e recorrentes (tais como catástrofes naturais, tremores de terras, ciclones...), às vezes ligados a um domínio particular (em Astronomia: os eclipses, o lançamento de foguetes...) ou a uma descoberta (na Medicina: as novidades terapêuticas) ou a um fato da sociedade político-científica (a poluição, o efeito-estufa...), frequentemente em relação com a saúde (...). (MOIRAND, 2000, p.46, grifo do autor)

Para Albagli (1996) esse interesse pode ser explicado, fundamentalmente, por meio do impacto, muitas vezes, negativo ao campo da CT&I como a degradação do meio-ambiente.

O gosto pelo assunto e a busca por informações também favoreceram a atitude de verificação do que está registrado, contribuindo assim a circulação de conhecimentos científicos. Segundo Caraca (2003), esse comportamento foi estimulado com a introdução da imprensa no século XV e a cultura da modernidade. As publicações científicas permitiram que o acesso às novas descobertas e os conhecimentos gerados fosse possível, mesmo em espaços geográficos distantes, fazendo com que as experiências fossem compartilhadas e, conseqüentemente, houvesse contribuições nas pesquisas. Assim, conclui-se que a interação e a experimentação da teoria para prática fazem também com que a Ciência viva porque se dá a conhecer (CARACA, 2003). E essa noção de *pública* é uma das características inerentes à Ciência. Dito em outras palavras, é apropriável para quem quer aprender e *aberta* a quem quer publicar. Como acertadamente resumiu

²² Estudo quantitativo realizado por meio de entrevistas domiciliares e pessoais com o uso de questionário estruturado. A coleta de dados foi realizada entre os dias 25 de novembro e 09 de dezembro de 2006.

Mourão (2003), o conhecimento só é conhecimento se compartilhado. Senão puder socializá-lo, perde o sentido ético.

Para Motta-Roth (2009b), a relevância da comunicação sobre as pesquisas científicas pode ser vista de três aspectos:

- a) A obrigação dos meios de comunicação de informar a sociedade sobre o avanço acadêmico;
- b) A responsabilidade do autor (jornalista) em explicar os princípios e conceitos para que a sociedade avance na transformação conjunta do conhecimento;
- c) A necessidade da sociedade entender a relevância da pesquisa para que continue financiando-a.

Chama-se a atenção para dois fatores em relação aos aspectos citados acima. A DC realizada em instituições públicas é financiada pela sociedade por meio de impostos, como citado anteriormente, e para que continue recebendo verba pública precisa mostrar a sua contribuição para a sociedade de forma transparente e acessível. Motta-Roth (2009b) ressalta que a divulgação e Compreensão Pública da Ciência só podem ser concretizadas mediante o apoio “(...) das forças econômicas e políticas da sociedade que consagrará qualquer área do conhecimento ou teoria como Ciência (e trará reputação e ascensão profissional ao / à cientista), garantindo a continuidade ou a mudança de paradigmas” (MOTTA-ROTH, 2009b, p.2). Por isso, enfatiza-se a importância e obrigatoriedade do esforço das esferas públicas e privadas em prol da DC.

Em relação ao dever do Estado na C&T, o artigo 218 da Constituição Federal de 1988, no seu artigo 218 traz um caráter normativo que aponta claramente o papel do Estado, como promotor incentivado e não apenas regulador e fiscalizador.

Art. 218. O Estado promoverá e incentivará o desenvolvimento científico, a pesquisa e a capacitação tecnológica.

§ 1o A pesquisa científica básica receberá tratamento prioritário do Estado, tendo em vista o bem público e o progresso das Ciências.

§ 2o A pesquisa tecnológica voltará-se-á preponderantemente para a solução dos problemas brasileiros e para o desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional.

§ 3o O Estado apoiará a formação de recursos humanos nas áreas de Ciência, pesquisa e tecnologia, e concederá aos que delas se ocuparem meios e condições especiais de trabalho.

§ 4o A lei apoiará e estimulará as empresas que invistam em pesquisa, criação de tecnologia adequada ao País, formação e aperfeiçoamento de seus recursos humanos e que pratiquem sistema de remuneração que assegurem ao empregado, desvinculada do salário, participação nos ganhos econômicos resultantes da produtividade de seu trabalho.

§ 5o É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular parcela de sua receita orçamentária a entidades públicas de fomento ao ensino e à pesquisa científica e tecnológica.

Caldas (2010) diz que essas ideias esboçadas no artigo 218 da Constituição são reforçadas pelos preceitos constitucionais esboçados no artigo 205, na qual é assegurada a “autonomia didática, científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial às universidades” (CALDAS, 2010, p.6). Entretanto, percebe-se uma ação do governo muito mais centrada na fiscalização que em atividades de prospecção, acompanhamento e avaliação de resultados, assim como na criação de mecanismos de gestão flexíveis para que as instituições de ensino públicas e privadas executem pesquisas em consonância com a natureza intrínseca da atividade. É essencial ter-se em mente que a invenção, o ato de criação, requer essencialmente flexibilidade, agilidade, além de continuidade de apoio (CALDAS, 2010).

Soma-se a essa problemática o fato dos serviços de radiodifusão e telecomunicação serem concessões públicas e, por isso, precisam cumprir determinações do Estado e da sociedade. Lopes (2011) destaca que a legislação brasileira estabelece os mesmos critérios para todas emissoras, sejam geridas pela iniciativa privada ou Estado. De encontro a essa situação, vem o pensamento de Dupas (2003) que explica que a contemporaneidade é uma época marcada por tensões entre os indivíduos, o Estado e a sociedade, deixando todos mais confusos acerca da noção de espaço público e privado. Segundo Dupas (2003), as corporações transformam o espaço público em publicitário “(...) os cidadãos (...) não o fazem mais como cidadãos, mas como consumidores de informação. A paisagem pública urbana é agora um material midiático privado” (DUPAS, 2003, p.17). Wimmer e Pieranti (2009) dizem que essa discussão ganha destaque à medida que são

analisadas as suas peculiaridades, pois a normatização é “distante do regime geral de concessões de serviços públicos, contraditória ao estabelecer diferenças substanciais entre os regimes aplicáveis aos serviços de telecomunicações e aos de radiodifusão e deficiente no que tange à proteção dos interesses da coletividade” (WIMMER E PIERANTI, 2009, p.1). Um bom exemplo da complexidade do assunto é a dificuldade de conceituação do serviço público que, ainda conforme os autores é controverso, pois muda de acordo com as ideologias²³ e os ordenamentos jurídicos. Apesar disso, os autores propõem uma definição baseada na Constituição de 1988. No art. 175 três encontram-se características centrais do serviço público:

(i) a competência para a sua prestação é do poder público; (ii) essa prestação pode ocorrer diretamente pelo Estado ou sob regime de concessão ou permissão; e (iii) nos casos em que a exploração não se dá diretamente pelo Estado, a escolha da prestadora deverá se dar sempre por meio de licitação.

O artigo 21 da Constituição, em seus incisos X a XII, tem diversas previsões quanto a serviços públicos, o que leva a parte majoritária da doutrina a intitulá-los “serviços públicos por inerência”. Existem princípios jurídicos que balizam os serviços públicos. De acordo com Wimmer e Pieranti (2009), entre eles estão:

(...) a obrigação de prestar “serviço adequado” (art. 175, inciso IV da Constituição Federal de 1988), com regularidade, continuidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia na sua prestação e modicidade das tarifas (art. 6º da Lei n.º 8.987, intitulada Lei de Concessões, que não se aplica à radiodifusão). Para assegurar a isonomia e a transparência, a Constituição determina que sempre que um serviço público seja prestado por um particular, à concessão ou permissão seja atribuída mediante licitação (art. 175, *caput*). Ademais, o regime de direito público pressupõe mecanismos efetivos de prestação de contas, participação e controle social, de modo a permitir que o Estado e a sociedade possam fiscalizar a adequação e eficiência do serviço. (WIMMER E PIERANTI, 2009, p. 5)

Assim, esta investigação verificou uma fragilidade do serviço público prestado pelas emissoras de televisão pelo simples fato de haver contradições e imprecisões nos termos empregados na Constituição Federal (WIMMER e PIERANTI 2009). Blotta (2005, p.35) acrescenta que no artigo 5º da constituição brasileira estão expostos princípios como

²³ Referem-se a um conjunto de ideias sociais, políticas e históricas que objetivam ocultar a realidade, as explorações econômicas e as dominações políticas (CHAUÍ, 1994).

(...) a liberdade de manifestação do pensamento (IV), o direito de resposta proporcional ao agravo e a proteção à imagem (V), a liberdade de crença e de culto (VI), a proibição de censura à expressão artística, intelectual, científica e de comunicação (IX), o acesso à informação (XIV), somados ao primeiro artigo do capítulo de comunicação social (art. 220, “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, *sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição*, observado o disposto nesta Constituição”). (BLOTTA, 2005, p.35, grifo do autor)

Entende-se que a livre circulação de ideias e opiniões estimula o desenvolvimento da dignidade da pessoa humana e da democracia social como um direito do cidadão. E cabe ao Estado, sendo titular da prestação de serviço da comunicação, fazer com que haja o cumprimento de tais responsabilidades ²⁴. Authier-Revuz (1998, p. 122) lembra que “qualquer que seja a finalidade privilegiada (coesão do corpo social, democracia, domínio de alguém sobre seu meio), a função delegada à DC é transmitir conhecimentos científicos”.

No que concerne o entendimento sobre o acesso à informação e o direito à comunicação, diferente das abordagens clássicas que enfocam sob o ângulo do direito ao acesso à informação ou como direito à liberdade de informação e de expressão, Peruzzo (2011) propõe uma concepção que se renova ao incluir a dimensão do direito à comunicação enquanto acesso ao poder de comunicar.

As liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptora, nem apenas no direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago, mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores - de conteúdos. (PERUZZO, 2011, p.11)

Por certo, como defende a autora, trata-se de democratizar o poder de comunicar, transformando o conceito de direito à comunicação. Sobre isso, Leon (2002) diz que

O direito à comunicação se apresenta agora como aspiração que se inscreve no dever histórico que começou com o reconhecimento de direitos aos proprietários dos meios de informação, logo aos que trabalham sob relações de dependência com eles, e, finalmente, a todas as pessoas, que a Declaração dos Direitos Humanos [...] consignou como direito à informação e à liberdade de expressão e de opinião. [...] Esta é parte de uma concepção mais global [...] que incorpora de maneira peculiar os novos direitos relacionados com as mudanças de cenário da comunicação e um enfoque mais interativo da comunicação, no qual os atores sociais são sujeitos da produção informativa e não simplesmente receptores passivos de informação. (LEON, 2002, p. 3)

²⁴ Não é objetivo do estudo aprofundar-se sobre os órgãos fiscalizadores.

O direito à informação antecipado na Declaração de 1789²⁵ (LAFER, 1991) está contemplado no Artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1948, que diz que o ser humano tem direito à liberdade de opinião e de expressão, ou seja, “o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por quaisquer meios de expressão” (LAFER, 1991, p. 241.). Para Seclaender (1991), o direito de liberdade de expressão está atrelado ao direito à informação.

Apesar disto, não convém esquecer que, embora tenham gerado alguns obstáculos à ideia de direito à informação, a Declaração e os outros documentos aqui citados deram uma contribuição decisiva a tal processo... De fato, ao adotarem a concepção da liberdade de informação como o somatório da "liberdade de transmitir" ou "comunicar" com a de "procurar e receber" informações, acabaram eles preparando terreno para a aparição, no mundo jurídico, de um novo direito subjetivo bifronte, **de um direito abrangente o bastante para estender a proteção do ordenamento não só à atividade jornalística, mas também ao interesse dos governados de saber, por meio destes e dos órgãos estatais, tudo o que se refira à condução dos negócios públicos**". (SECLAENDER, 1991, p. 149, grifo nosso)

Ora, se tanto as emissoras de televisão quanto as pesquisas científicas (financiadas por verba pública) são negócios públicos, fica claro a obrigatoriedade de informações para à sociedade. Para Albagli (1996), esse apelo à participação da população nas atividades científica por meio da mídia é uma maneira de oferecer uma possibilidade maior de controle social do público sobre os impactos da C&T na vida cotidiana, sugerindo a participação da sociedade sobre questões de carácter social, tecnológico e científico para a solução de problemas resultantes de ações passadas que a atingem e angustiam a população.

Mas o caminho da informação pelos veículos de comunicação não é tão simples. Trazendo a reflexão para a prática, Marques de Melo (1985) aponta que existe uma relação de submissão das emissoras, uma vez que precisam evitar

²⁵ Nasceu de um protesto contra uma arbitrariedade real degradada e deve ser compreendida principalmente como uma reação contra os privilégios de uma nobreza já em declínio ou que a liberdade de culto defende-se dela sob a vigilância dos protestantes ou, ainda que sob a questão genérica da “propriedade”. Segundo Lafer (1991, p. 241), “a Declaração Francesa de 1789 já antecipara este direito, ao afirmar não apenas a liberdade de opinião – artigo 10 –, mas também a livre comunicação das ideias e opiniões, que é considerada, no artigo 11, um dos mais preciosos direitos do homem”.

confrontos e embates que possam colocar em risco os lucros das empresas e a extinção da concessão, que é periódica e passível de cancelamento. Assim, ficam sujeitas a censuras econômicas e políticas caracterizando um sistema autoritário coberto em uma roupagem de caráter legal e democrática. O autor percebe ainda existência de uma pré-escolha das pessoas físicas ou jurídicas que recebem a concessão, sendo beneficiados os que estão afinados com os que detêm o poder. O que, conseqüentemente, permite o controle do grupo que detém o poder de Estado que privilegia setores empresariais ou estatais de confiança do governo federal. Soares (2002) corrobora que as ligações, as interferências e os interesses políticos sempre fizeram com que muitos empresários com base financeira e pessoas com cargos políticos partidários conquistassem concessões de canais de televisão. Por isso, Santoro (1995) ao analisar o poder da informação faz uma releitura da frase “informação é poder”, invertendo para “quem tem o poder é que tem a informação” (SANTORO, 1995, p.143). Novaes (1996) lembra que existe uma comunicação no país que fala com a sociedade, mas a sociedade não tem como falar com a comunicação. Peruzzo (2011) pontua que os veículos mais importantes de comunicação são de propriedade de dez famílias que o transformam em grandes grupos de mídia que controlam a maioria das informações que circulam no Brasil. Ainda há outra meia dúzia de grupos regionais que se encarrega do domínio da informação regional (PERUZZO, 2010).

Diante desse quadro exposto, é ingênuo pensar que as emissoras serem pensadas como um *bem público* subordinada ao interesse coletivo visto que o sistema caracteriza-se por ser autoritário (MARQUES DE MELO, 1985) e fundado em obter vantagens pessoais, políticas e econômicas. Para Guimarães (2003), o poder da mídia é discutido por diversas vozes que ora apontam para o perigo na formação do consenso fabricado, como Chomsky (1996), e ora defendem a possibilidade da inteligência coletiva em sua avaliação positiva do ciberespaço como Lévy (1998). Em todo caso, é preciso reforçar a ideia de Bosi (2000) sobre a reação aos consensos fabricados e lembrar que buscar o conhecimento é exercer o direito à informação plena e à cidadania para evitar a colonização da opinião em escala planetária.

2. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: O TELEJORNALISMO REGIONAL COMO ALTERNATIVA VIÁVEL PARA A DIFUSÃO DE PESQUISAS LOCAIS

2.1 A CT&I nos Telejornais Regionais

O decreto lei 52.795, de 31 de outubro de 1963, prevê que as emissoras de televisão enquanto prestadoras de serviço público precisam dedicar pelo menos cinco por cento de seu tempo diário de programação ao serviço noticioso. Esse decreto foi estabelecido 13 anos depois do surgimento²⁶ dos telejornais, mas mesmo assim, o telejornalismo não deixa de ser visto como uma maneira de atender a essa determinação. É preciso atentar-se ainda para o contexto em que os telejornais estão inseridos que o fazem relevantes enquanto meio de notícias. Cádima (1995) assinala que os noticiários são as principais ou as únicas fontes de informações sobre a realidade do mundo contemporâneo para o grande público. Nesse sentido, o discurso dos telejornais seria legitimador de uma nova ordem do mundo percebida por meio da televisão. No Brasil, Vizeu (2000) reforça essa relevância do papel do jornalismo televisivo, já que a leitura é ainda um fator de exclusão social. Para o autor, o telejornalismo é um bem social, pois nele o mundo é recontextualizado. Por isso, segundo Gomes (1995), quando se pensa em popularização do conhecimento científico, o telejornalismo é um dos caminhos mais viáveis para não dizer o único, principalmente, o telejornalismo regional como mostraremos a seguir.

Começa-se este debate pelas características e conceitos do telejornalismo que o fazem diferente dos demais veículos de comunicação e, ao mesmo tempo, o torna um espaço promissor de informação para o grande público. O texto, som e imagem são grandes aliados nesse sentido, pois aproximam a notícia à realidade do telespectador. Por meio desses elementos, o público consegue compreender a notícia de modo mais fácil e rápido. E é dessa forma que o material jornalístico é pensado, ou deveria ser produzido. A informação precisa ser absorvida instantaneamente, sem muito esforço, já que o telespectador não pode voltar a assistir a mesma notícia, caso não entenda, como no jornal impresso e na *web*. Diante dessas características, Soares (2002) define o telejornalismo como um sistema televisivo que utiliza tecnicamente os recursos eletrônicos para a divulgação

²⁶ No dia 18 set. 1950 pelo canal 6 de São Paulo, a TV Tupi deu início à história da tv no Brasil.

de informações no qual seria o ponto de interseção entre o jornalismo (como processo de produção e transmissão de informações) e a televisão (como veículo de comunicação de massa). Em uma configuração mais atual, a convergência midiática aproxima-se como um novo horizonte de possibilidades comunicacionais baseadas na rapidez e interatividade.

Soares (2000) diz que o jornalismo televisivo estrutura-se dentro da mídia eletrônica como um campo que tem a pretensão de mostrar os acontecimentos, mas que independente da forma como é feito, esse processo de apresentação jornalística estabeleceu-se como um gênero televisivo no mundo inteiro. Em outra perspectiva, Machado (2000) conceitua o telejornalismo como uma colagem de depoimentos e fontes em uma sequência e defende que essa montagem não forma um discurso unitário e lógico a ponto de ser compreendido pelo telespectador como algo verdadeiro, pois coloca em choques diferentes enunciados e acaba os relativizando durante sua veiculação. Apesar dessa visão do autor ser uma possibilidade, este trabalho não corrobora com Machado (2000). Para esta pesquisa, o material exibido é “tão mastigado” que em muitos casos o telespectador aceita o discurso como uma “verdade”. Outro ponto que precisa ser destacado é que nem todos possuem conhecimento qualificado e senso crítico para contextualizar a notícia exibida pelas emissoras e formar uma opinião. Isso sem contar que, não raramente, os telejornais não entrevistam pessoas com visões diferentes sobre um mesmo tema induzindo, em muitos casos, o telespectador a uma percepção unilateral e fabricada sobre os fatos. Wolfer (1982, p. 68) diz ainda que “os telejornais, além de expressarem seu compromisso com informações sobre o que aconteceu e com ideias dominantes no plano social, informam, também sua ideologia”. Sobre isso, Serra (1993) entende que o discurso de um telejornal não é apenas uma transferência de modelos ideológicos ou de conceitos linguísticos, pois o telejornal enuncia.

Apesar dos gargalos na comunicação do jornalismo televisivo, Lacy Andrade (2004) é categórico ao afirmar que as notícias sobre C&T se resumem em reportagens exibidas nos telejornais diários. Coutinho e Mata (2010) reforçam a ideia que atualmente o telejornalismo é o principal meio de informação dos brasileiros, tanto em nível local quanto nacional. Mas enquanto bem público²⁷, este trabalho verifica que os telejornais poderiam contribuir mais para a Compreensão Pública da

²⁷ A expressão de Vizeu explica que os conteúdos dos telejornais tem uma universalidade que atinge aos cidadãos, de forma a permitir um acesso mais igualitário ao conhecimento.

Ciência já que são importantes canais de acesso às informações científicas do grande público. É preciso lembrar ainda que, além do caráter informativo, a divulgação do conhecimento científico precisa exercer uma função educativa. A abordagem da Ciência no telejornalismo deve ser considerada uma ferramenta cognitiva de formação de cidadãos mais atualizados e preparados para os desafios do cotidiano.

Nesse sentido, o telejornalismo regional, fonte de estudo desta dissertação, é um espaço de DC de pesquisas e estudos locais ainda mais amigáveis, se comparado ao telejornal nacional, já que as matérias locais não precisam “competir” com as outras regiões do país, não precisam do crivo da equipe de rede²⁸ para ser veiculadas e podem ter frequência e espaço maiores na programação local devido à baixa concorrência. O telejornal regional é definido por Soares (2002) como um trabalho jornalístico em televisão praticado nas emissoras afiliadas das redes nacionais e que transmitem a programação para uma determinada região. Ele é produzido e exibido pelas afiliadas. Segundo Paternostro (1999, p.135), são como “as emissoras de TV que transmitem a programação da emissora principal de uma rede de emissoras. Elas têm normas estabelecidas e seguem a programação original, mas podem, normalmente, produzir programação própria.” Embora haja esse conceito, Cruz (1996, p.160) lembra que “não existe dentro da legislação brasileira sobre a radiodifusão nenhuma definição do que seja televisão regional”. Para a autora, a principal dificuldade em definir a televisão regional é estabelecer uma relação direta entre o alcance das ondas de TV e as regiões. Bazi (2001, p.16) tenta resolver esse impasse conceitual propondo que a televisão regional seja compreendida como “aquela que transmite seu sinal a uma determinada região e que tenha a sua programação voltada para ela mesma”. Dentro dessa abordagem, Bazi (2001, p.12) assinala que a “Constituição Federal, promulgada em 1998, em seu artigo 221, inciso III, já previa a regionalização da produção cultural, artística e jornalística das emissoras de televisão, mas ainda faltam as leis ordinárias para regulamentar sua implementação”. Após este estudo aprofundar-se nesse assunto, verificou-se que apesar de diversos debates realizados com especialistas em comunicação a respeito dos projetos existentes no Congresso Nacional sobre

²⁸ A responsável pela produção e exibição dos assuntos veiculados nos telejornais de rede nacionais.

renovações de canais, regionalização, fiscalização, entre outros temas, de fato não houve avanços significativos nessa área.

Em relação à DC nos telejornais regionais, outra questão a ser pensada é sobre a quantidade e qualidade de matérias exibidas de CT&I. Para Alberguini (2007),

A importância da Compreensão Pública da Ciência é um fato incontestável na atualidade e a cobertura da mídia reflete essa tendência. Mesmo com a pouca expressividade de programas de divulgação científica na televisão no Brasil, principalmente de produção nacional, é possível avaliar que o telejornalismo tem aberto espaço para temas científicos. (ALBERGUINI, 2007, p. 71)

Diante desse exposto, surgem questionamentos sobre a percepção da DC nos telejornais regionais. Será que a exposição de assuntos relacionados à Ciência nos telejornais, citado por Alberguini (2007), acontece tanto nos veiculados em rede nacional quanto nos regionais e locais²⁹? E mais, será que isso ocorre na mesma proporção? Observa-se que a exibição de notícias sobre a Ciência nos telejornais nacionais cresceu, mas em contrapartida não nota-se a mesma frequência, tempo de exibição e forma de abordagem nos noticiários regionais. Salcedo e Gomes (2008) analisam que se

Existe pouco espaço para a reflexão crítica, por parte do telespectador, e quando se trata de informação científica, percebe-se sua alienação e aculturação científica. Tal situação acaba por excluir o telespectador de assuntos importantes voltados à melhoria de sua qualidade de vida. Sem divulgação não há impacto e os indivíduos persistem na sua ignorância por não possuírem acesso ao contínuo processo de fazer Ciência. (SALCEDO E GOMES, 2008, p.3)

De acordo com Marcondes Filho (1986), as características de padronização e superficialização da notícia na TV, utilizando de apelos estéticos e emocionais, são responsáveis pelo aparecimento de algumas dúvidas em relação à forma como os avanços da Ciência são narrados. Observa-se que os padrões do telejornalismo impostos sobre a Ciência, principalmente nos telejornais regionais que as equipes de jornalismo são mais reduzidas e nem sempre os profissionais são qualificados para abordar o assunto, o tema é eliminado na maioria das vezes do jornal. Nesse

²⁹ Segundo Caparelli (1982), os telejornais locais são aqueles produzidos na mesma área de emissão do canal enquanto os regionais são produzidos em parte de penetração do canal.

sentido, Melo e Gomes (2010) explicam que a Ciência só vira notícia quando está associada às questões factuais, dando ênfase sempre aos assuntos que chamam a atenção do público pela polêmica. Além disso, contam que quando o telejornalismo apropria-se do discurso científico, apresenta um novo discurso que já não é original do cientista, fonte da informação. Essa mediação passa por critérios de valor e sentido, por mudanças de linguagens e de outras estratégias usadas para “facilitar” a compreensão e seduzir o grande público que, muitas vezes, ocasiona em distorcer a informação passada pelo pesquisador. Esses conflitos entre o mundo científico/acadêmico e o jornalismo, principalmente o televisivo que lida com desafios diários como a necessidade de imagem para compor a matéria e a rapidez para colocar a notícia no “ar” aponta para a necessidade de repensar a forma de produção da notícia e suas mediações com a CT&I. Este trabalho discute esses efeitos dos *media* a partir de duas bases teóricas: a Teoria do *Newsmaking* e a Hipótese do *Agenda-setting*.

2.2 Newsmaking e Agenda-setting: a relação entre a rotina dos Telejornais Regionais e a agenda pública e política

Os estudos sobre a questão dos efeitos dos *mass media* e a maneira como constroem a imagem ocupam um papel relevante nas investigações científicas sobre o jornalismo e as notícias. Neste trabalho, a investigação sobre os efeitos dos *media* foi entendida a partir de duas perspectivas. A primeira foi da Hipótese do *Agenda-Setting*, ou agendamento, que propõe um modelo explicativo que quanto maior a ênfase e a continuidade de circulação em um determinado tema nos meios de comunicação, maior é a importância que o público atribui a esse assunto em sua agenda. A segunda foi da Teoria do *Newsmaking* que vê o jornalista como um produtor inserido no contexto das indústrias culturais e defende que a rotina de trabalho e as exigências do cotidiano definem o processo de produção. Verificou-se neste estudo que quanto mais informações sobre um assunto são veiculadas, maior a possibilidade dos telespectadores incluí-las nos debates públicos e políticos sobre o tema e que a rotina de trabalho dos telejornais é a que impõe as regras de como e quando as notícias sobre CT&I são exibidas nos noticiários. Diante desse contexto,

este capítulo aprofunda-se fazendo um breve histórico e expondo conceitos dentro desse quadro referencial.

Na perspectiva de organizar essas concepções, adianta-se que o *newsmaking* e o *agenda-setting* estão intimamente relacionados (VIZEU, 2000). Segundo Wolf (2003) esses estudos representam a primeira tentativa em nível empírico para descrever as práticas comunicativas que resultam as formas textuais recebidas pelos receptores. É interessante analisar a ideia geral de Ramonet (1999) que considera que a televisão ocupa um lugar de destaque na sociedade, pois dita normas e de certa forma obriga os demais meios a tomá-la como exemplo. Arbex (2001) defende que a televisão é um polo de seleção e divulgação das notícias, assim como de comentários e interpretações que delas são feitas. Para o autor, a televisão tem o poder de interferir nos acontecimentos.

No rastro dessa configuração está a hipótese do agendamento que explica sobre a capacidade de agendamento que os meios de comunicação têm sobre os temas nos debates públicos. Em linhas gerais, esse conceito surgiu como uma ruptura do paradigma funcionalista³⁰ sobre os efeitos de comunicação. Sousa (1999) explica que estava presente nos Estados Unidos uma noção que a Comunicação Social não seria capaz de influenciar a sociedade já que os indivíduos relativizariam os impactos causados pela divulgação dos acontecimentos. Mas o agendamento, ao contrário, propõe a existência de efeitos diretos e visíveis sobre a população e explica que, quanto maior for a ênfase e a continuidade de um determinado tema nos meios de comunicação, maior é a importância que o público atribui o tema a sua agenda de discussão. A hipótese foi uma das suposições levantadas pela Teoria Crítica desenvolvida na Escola de Frankfurt³¹, na Alemanha. Uma teoria que teve origem em 1937 com a publicação de um ensaio-manifesto de Max Horkheimer chamado “Teoria Tradicional e Teoria Crítica”. De acordo com Honnet (1999), a obra de Horkheimer deu início a uma corrente de pensamentos críticos e interdisciplinares que pressupunha a superação da fissura entre a pesquisa empírica

³⁰ De acordo com Mattelart e Mattelart (2002), o funcionalismo concebia as mídias como mecanismos decisivos de regulação da sociedade e, nesse contexto, só podiam advogar uma teoria voltada para a reprodução de valores do sistema social, do estado de coisas.

³¹ Fadul (1978) diz que Escola de Frankfurt não existiu, mas sim o Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt. De acordo com Ortiz (1985), as análises desse instituto são sobre um mundo desencantado. Os estudos enfatizam, principalmente, os elementos de racionalidade do mundo moderno para denunciá-los como uma nova forma de dominação.

e filosófica. Com o passar dos anos, essa teoria teve outros colaboradores, como Walter Benjamin (1892-1940), Theodor Adorno (1903-1969), Herbert Marcuse (1898-1979) e Jürgen Habermas (1929). Mas é importante destacar que, apesar disso, não podem ser comparados em suas orientações teóricas e nem em relação as posturas temáticas, pois o que os une, ainda conforme Honnet (1999), é uma diretiva geral do pensamento.

Segundo Mattlert (2002), a elaboração da Teoria Crítica ocorreu mediante a um cenário intelectual fértil para a criação de uma teoria que crítica o conformismo de uma sociedade diante do autoritarismo. Com a subida de Hitler ao poder, o Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt foi obrigado a fechar e só abriu novamente em 1950. De acordo com Wolf (2003), os seus representantes principais tiveram que migrar, primeiramente para Paris e depois para as várias universidades americanas. Max Horkheimer e Theodor Adorno, por exemplos, foram para a Universidade de Colúmbia, nos Estados Unidos. Lá, desenvolveram pesquisas que criticavam o poder vigente na Europa. O ambiente era favorável a esses estudos, como mostra Honnet (1999), pois nos EUA havia um clima intelectual, uma burguesia rica e receptiva, diversos fóruns da vida cultural fervilhavam pelo país, além de ter uma localização geográfica capaz de atrair cientistas de diferentes disciplinas e que também oferecia facilidades institucionais para que os cientistas trabalhassem juntos. Todas essas características contribuíram no desenvolvimento de uma teoria que buscava compreender, principalmente, como as pessoas tornavam-se insensíveis diante à dor no autoritarismo e, com isso, negavam a sua própria condição de indivíduo ativo na sociedade.

Por meio de um estudo interdisciplinar, em que faz críticas à fragmentação da Ciência em setores, a Teoria Crítica recorre à dialética³² de Karl Marx para explicar o funcionamento da sociedade e da formação de classe, assim como à psicanálise para entender a formação do indivíduo enquanto componente da sociedade. Em um comportamento crítico nos confrontos com a Ciência e a cultura, pois pretendia evitar a reprodução ideológica das mesmas, a Teoria Crítica apresenta uma

³² Segundo Marconi e Lakatos (1999), a dialética fornece as bases para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade.

proposta política de reorganização da sociedade, de modo a superar o que eles chamavam de “crise da razão”. A razão, sob o prisma dessa teoria, nada mais era que um elemento de conformidade e de manutenção do *status quo*. Por isso, essa racionalidade precisava ser urgentemente revista por meio de estudos e pesquisas. O maior objetivo da Teoria Crítica era criar sociedades e organizações livres da dominação, em que todos pudessem contribuir e desenvolver-se. Assim como no marxismo, ela faz a compreensão dos fenômenos estruturais da sociedade (como a formação do capitalismo e a industrialização) por meio de uma crítica à economia política, buscando na divisão de classes os elementos para explicar a concepção do contexto social, como o desemprego, o terrorismo e o militarismo. As disciplinas setoriais desviariam esse entendimento da sociedade como um todo e, conseqüentemente, as pessoas ficavam submetidas à razão instrumental e ao próprio *status quo*, desempenhando com isso uma espécie de função de manutenção das normas sociais. Por isso, é fundamental sob o ponto de vista da Teoria Crítica, a utilização de todas as disciplinas de pesquisa da Ciência Social para a elaboração de uma teoria materialista da sociedade capaz de superar o purismo teórico do materialismo histórico e ser, ao mesmo tempo, uma fusão fecunda entre a Ciência Social acadêmica e a teoria marxista.

Com essa visão interdisciplinar e não fragmentada, a Teoria Crítica faz uma profunda análise sobre a mídia. Esses estudos e pesquisas defendiam basicamente que a produção cultural era tratada e vista como uma mercadoria. Por isso, a Teoria Crítica era bastante cética em relação à informação divulgada pelos veículos de comunicação. De acordo com Mattelart e Mattelart (2002), foi na década de 40 que Theodor Adorno e Max Horkheimer elaboraram o termo *indústria cultural* para essa forma de abordagem dos veículos de comunicação caracterizada, principalmente, pela ubigüidade, repetitividade e standardização. Sobre esse cenário negativo, principalmente, em relação ao conteúdo audiovisual, Oliveira (2007) lembra que a televisão colecionou ao longo das décadas severas críticas sendo o principal artífice

da *indústria cultural*. A expressão publicada em 1947 na *Dialética do Iluminismo*³³ veio a substituir inclusive a *cultura de massa*³⁴, era empregada para denominar, de acordo com Benjamin (1973), os produtos artísticos que eram tecnicamente reproduzidos. Com isso, o trabalho autônomo da arte era conseqüentemente destruído, assim como a aura que os elevava à relíquia sagrada do mundo profano do observador. Adorno e Horkheimer tratavam os meios técnicos, como o cinema, o rádio e a fotografia, da mesma forma que as fábricas de automóveis, pois para eles eram capazes, de acabar com o produto artístico e, ao mesmo tempo, expor o público a uma visão remota devido à sua serialização e padronização.

Os resultados produzidos pela *indústria cultural* eram catastróficos, segundo esses sociólogos. Os produtos culturais eram entendidos como formas de impedimentos à atividade mental do espectador não passando assim, de produtos alienantes³⁵ que contribuíam para uma cultura de alienação. A mídia era vista, por eles, como uma mera reprodutora das relações de força do aparelho econômico e social que, por meio de mensagens ideológicas, anulava a individualidade e a ideia de resistência da audiência. O indivíduo não passava de um fantoche manipulado pelas normas sociais que não tinha capacidade de decidir. Ao falar da televisão, na década de 60, Adorno (1987) defende que ela seguia o esquema industrial

O próprio meio de comunicação, contudo, insere-se no âmbito do esquema abrangente da indústria cultural e, enquanto combinação de filme e rádio leva adiante a tendência daquela, no sentido de cercar e capturar a consciência do público por todos os lados. A televisão permite introduzir furtivamente na duplicata do mundo aquilo que se considera adequada ao real. (ADORNO, 1987, p.346)

Foi em meio a essas abordagens e estudos da Teoria Crítica que foi levantada, em 1968, uma hipótese elaborada como projeto de pesquisa por Maxwell E. McCombs e Donald Shaw no final da década de 60 (WOLF, 2003) durante um

³³ A tese central da "Dialética do Iluminismo", de Max Horkheimer e Theodor Adorno, é que o projeto iluminista original foi um mito que levou a humanidade a um impasse, no qual a Ciência está a serviço da opressão. Em vez de libertar os homens, trouxe o potencial de destruição em massa.

³⁴ Para Morin (1977), a cultura de massa segue as normas capitalistas e é destinada a um aglomerado de indivíduos compreendidos além das estruturas internas da sociedade.

³⁵ Os meios de comunicação eram vistos como reprodutores das relações de força do aparelho econômico social que anulavam a individualidade e a ideia de resistência da audiência (LIMA, 1982).

estudo sobre os efeitos da mídia na campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos de 1968. O estudo exploratório foi realizado na Universidade da Califórnia, na Carolina do Norte. Durante 24 dias, antes das eleições presidenciais, McCombs e sua equipe aplicaram nos eleitores cem questionários, de diferentes níveis econômicos, sociais e racial, que ainda estavam indecisos em quem votar. Se seria no candidato Humbert ou em Richard Nixon. Para comparar a agenda do público com a da mídia, foram escolhidos cinco jornais, dois canais de televisão e duas revistas semanais. Por meio de análises, constatou-se que a mídia havia influenciado o eleitor. Isto é, os temas abordados pela mídia pautaram os assuntos sobre os quais a população discutia. De acordo com Cohen (1966), a mídia pode até não dizer o que pensar, mas em que pensar. Assim, o pressuposto fundamental dessa hipótese é que a compreensão que as pessoas têm da realidade social é fornecida, em grande parte, pelos *mídia*.

Wolf (2003) argumenta que, independente de ser notícia ou não, o que os veículos mostram passa a fazer parte do cotidiano das pessoas. Ou seja, o público organiza os seus interesses a partir do que acompanhou na mídia. Sobre esse agendamento, Hester (1980) esclarece que existe ainda uma hierarquização dos fatos veiculados capaz de definir exatamente o que as pessoas assistem, discutem e inserem em suas atividades corriqueiras. A tal ponto que se a informação não for veiculada a maioria do público fica sem meios para obter esse conhecimento. Os efeitos dessa relação mídia-receptor foram complementados em 1976 por McCombs. Ele atrelou essa noção de hierarquização dos temas divulgados às variáveis ligadas ao tema e ao público. Para McCombs, o consumo de informações e o seu agendamento dependeriam também da necessidade do receptor em obter uma determinada informação. Ou seja, quanto maior fosse o interesse por um tema divulgado pela mídia, maior o impacto dele nas discussões. Levando-se em conta esse conceito, entende-se que quanto mais a CT&I forem divulgadas pela televisão, maiores são as chances desses assuntos integrarem as agendas públicas e políticas. Para este trabalho, quando isso ocorre contribui para o processo de formação do indivíduo enquanto ser social pertencente a uma comunidade e que precisa se sentir inserido nela, cumprindo dessa forma seu papel social (MARQUES DE MELO, 1985).

É importante diferenciar ainda que o agendamento é uma hipótese e não uma teoria por ser uma experiência, um caminho inacabado a ser comprovado. Os sociólogos adotaram essa terminologia, pois caso a perspectiva teórica não tivesse êxito no desenvolvimento da pesquisa, não ficaria comprometida e nem invalidada. Apesar de existirem estudos desenvolvidos sobre os efeitos sociais midiáticos, Sousa (1999) afirma que ninguém respondeu definitivamente qual a influência que os meios jornalísticos exercem sobre a população, o que reforça o avanço desta análise e não descarta a possibilidade que esse conceito esteja imbuído nas notícias de CT&I, já que as notícias dizem sobre o que pensar. Vizeu (2000) destaca que isso ocorre tanto em relação à seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos.

A perspectiva deste trabalho apoia-se também na Teoria do *Newsmaking*. De acordo com Wolf (2003), as pesquisas de *newsmaking* utilizam-se da técnica da observação participante que permite reunir e obter sistematicamente os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria jornalística e no processo de produção da notícia. Assim, a partir da observação desta pesquisa foi possível identificar detalhes sobre a produção dos telejornais regionais sujeitos à interferências internas e externas, como as rotinas cansativas, as distorções intrínsecas e os estereótipos funcionais (VIZEU, 2000). Segundo Aguiar (2006), a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho são determinantes nesse processo de produção da notícia. Ou seja,

A produção de notícias resulta, portanto, da conjunção de dois fatores. De um lado, a cultura profissional, entendida como um emaranhado de estereótipos, representações de papéis, rituais e convenções relativas às funções dos meios de comunicação de massa e dos jornalistas, à concepção do produto-notícia e às modalidades que presidem à sua confecção. De outro, as restrições ligadas à organização do trabalho, sobre as quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo – desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e às modalidades de confecção do noticiário – e contribuem para se prevenir das críticas dos leitores. Assim, fica estabelecido um conjunto de critérios – ou seja, do grau de relevância entre os acontecimentos – que definem a noticiabilidade de cada acontecimento: o modo pelo qual é construída sua aptidão para ser transformado em notícia (AGUIAR, 2006, p.6).

Dessas questões, desdobram outras que serão discutidas ao longo desta dissertação, como os critérios de noticiabilidade e os valores-notícias utilizados pelos jornalistas para transformar os fatos em notícias.

2.3 A transformação dos fatos em notícias nos Telejornais Regionais

A notícia é um produto de uma complexa combinação de práticas, de habilitações de atores e de representações. Por isso, o valor dado à notícia é relativo (PARK, 1955, p. 82) e muda de acordo as rotinas e formas de organizações das empresas de jornalismo. Mas para Souza (2003), mais complicado que definir o que é notícia é selecionar o que vai ser exibido no telejornal, pois as decisões sofrem influências de fatores internos e externos, como a formação do profissional, o índice de audiência e, conseqüentemente, o mercado, os interesses políticos e econômicos dos acionistas e da concorrência. Trazendo essas análises à luz da teoria central desta dissertação, em ambos os casos (definir o que é notícia e selecionar o que vai ser exibido no telejornal) perpassam pelo *newsmaking* que vê o jornalista como um produtor inserido no contexto das *indústrias culturais* e defende que a rotina de trabalho define o processo de produção, isto é, a produção de notícias resulta da conjunção da cultura profissional e das restrições ligadas à organização do trabalho. Esses fatores estariam ligados aos critérios de *noticiabilidade* e *valores-notícia*. Fazendo com que a produção de notícia seja exequível, de modo contínuo e acelerado, diante da imprevisibilidade, diversidade e quantidade dos acontecimentos.

Segundo Fontcuberta (1981), a palavra notícia vem do latim “nova” e significa “coisas novas”. Fontcuberta (1981, p.10) diz que “a notícia possui três elementos significativos: um acontecimento, que implica algum gênero de ação; uma informação, onde se descreve ou se relata a ação em termos compreensíveis, e um público ao qual se dirigem essas notícias através de um meio de comunicação”. Em outra análise, Fontcuberta (1993, p.12) argumenta que a notícia é “uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. É um autêntico sintoma social e a análise de sua produção lança muitas pistas sobre o mundo que nos cerca”. Para Alsina (1993, p.18), um dos adeptos do *newsmaking*, a notícia é um produto da indústria informativa e propõe a seguinte definição de notícia: “uma representação social da

realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível.” Nesse quadro, a construção da notícia organiza-se por meio da produção, circulação e consumo sendo elaborada a partir das técnicas jornalísticas que determinam do vocabulário e a ordem que a informação deve seguir ao tratamento das fontes (FRANCESCHINI, 2004). Na televisão, Paternostro (1999) diz que notícia pode ser definida como um acontecimento com foco em fatos e não em problemáticas.

Morán (1986) destaca dois fatores que interferem na escolha das notícias: estruturais (interesse e anormalidade; imprevisibilidade e atualidade; proximidade física ou afetiva, quantidade e poder multiplicador e critérios retóricos) e conjunturais (destaca-se a ligação da notícia com o poder). Para Bahia (1990) e Erbolato (1991) a notícia precisa reunir interesse, importância, atualidade e veracidade. Sobre essas características, Traquina (1993) lembra que as notícias resultam da relação pessoa-meio e social-cultura (seguindo a lógica do *newsmaking*) e explica as formas narrativas usadas pelos jornalistas para organizar os acontecimentos, como a técnica da *pirâmide invertida*. As respostas, mais ou menos ordenadas, às perguntas tradicionais: o quê, quando, onde como e por que, mostram que o processo de produção da atualidade é também um processo seletivo de construção de uma realidade. De acordo com Rodrigues (1993), do ponto de vista do jornalismo, quanto menos previsível for o acontecimento, mais probabilidade tem se tornar uma notícia e de integrar o discurso jornalístico. Para Marcondes (1989),

Notícia é a informação transformada em mercadoria como todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais. Para isso a informação sofre um tratamento que a adapta as normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. (MARCONDES, 1989, p. 13)

Coutinho (2003, p.4) explica que “a duração da notícia, o tempo de emissão, o grau de ilustração e uso de efeitos, musicais ou gráficos, denotariam a importância de um fato exibido nos telejornais”. Abex (2000, p.68) exemplifica que “para esses profissionais, pressionados pelo ritmo industrial de produção de notícias e com poucas oportunidades de refletir sobre essas questões, a mídia funciona mais ou menos como um espelho neutro, sobre o qual a realidade inscreve os seus traços”. Segundo o autor, o trabalho jornalístico é contar da melhor maneira possível o encadeamento dos eventos que produziram um fato. Isso é mais acentuado nos

telejornais regionais. Já que as equipes são mais reduzidas que nas emissoras de rede. A falta de profissionais induz à construção de uma notícia mais rápida e prática. Para este trabalho, os temas mais elaborados, que exigem maior tempo de produção e gravação, como as pesquisas científicas, são deixados de lado muitas vezes pelos jornalistas por falta de tempo.

Franciscato (2002) chama a atenção em relação às características estáveis e recorrentes da notícia que revelam sua especificidade sendo manuseáveis por jornalistas no seu cotidiano profissional e servindo assim como um recurso de trabalho. Para o autor, a notícia é um resultado dessa convergência de diversos processos sociais, acentuados pelos aspectos cultural, expressivo e emotivo. Nessa perspectiva, Coutinho (2003) analisa que a definição mais usual de notícia seja a ligada aos fatos de interesse público.

Genérica, se aplicando indiferentemente do meio de comunicação em que será transposta, tal compreensão da palavra notícia normalmente é acompanhada, de exemplificações, no meio profissional, ou por referências teóricas, no campo acadêmico. (COUTINHO, 2003, p.2)

Esta pesquisa percebe que a falta de estrutura e mão-de-obra nas redações das afiliadas são fatores determinantes na seleção e produção das notícias. Os jornalistas fazem o que é possível ser produzido e exibido nos noticiários diante da falta de tempo e equipes. Não é a toa que a expressão “matéria boa é matéria que vai para o ar” é usada nas redações. É preciso esclarecer ainda que por não haver um processo rigidamente fixado e uma avaliação esquematicamente pré-ordenada, a notícia acaba que fica exposta aos interesses de empresas e profissionais. Aguiar (2006) diz inclusive que a produção da notícia carrega essa noção de “negociação” dos processos de produção dos acontecimentos feitos por jornalistas e que mudam de acordo com os diferentes graus de importância e momentos do processo produtivo. O antropólogo Gulliver (1979) observa que

(...) a negociação é um processo de descoberta. A descoberta leva a algum grau de reorganização e ajuste do entendimento, expectativas e comportamento, eventualmente chegando a discussões mais específicas (...). (GULLIVER, 1979, p. 70)

Com isso, as partes de uma negociação aprendem mutuamente e preveem o rumo da negociação real. Afinal, é claro que as fontes e os jornalistas têm interesse na cooperação e colaboração, já que existe uma troca que aparentemente favorece

a ambos. Isto é, os jornalistas recebem informação e as fontes têm publicidade. Sobre isso é interessante observar ainda que a notícia é um recorte no espaço e no tempo em relação a processos sociais mais amplos e os limites desse recorte são, em parte, estabelecidos pelos critérios de *noticiabilidade* (FRANCISCATO, 2002). Segundo Wolf (2008, p. 196), a *noticiabilidade* de um fato corresponde a um conjunto de critérios “com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. Sousa (2002, p.95) corrobora e acrescenta que o que torna uma mensagem noticiável é uma “qualidade” que o jornalista encontra na conjunção de vários fatores conformativos, entre eles, a ação pessoal, a social, a ideológica e a cultural. Assim, entende-se que a *noticiabilidade* está emaranhada em uma trama de produção de notícias planejada como uma rotina industrial para a representação do real, não podendo ser consideradas o reflexo do real.

Ainda com relação à *noticiabilidade*, Wolf (2008) faz uma ligação com a *perspectivada-notícia* (*newspaperspective*) apoiada nos valores-notícias que, segundo Franciscato (2002) descrevem algumas qualidades das notícias, na forma como estão expressas nos produtos jornalísticos e são cotidianamente confirmadas na observação dos modos como os jornalistas selecionam as notícias. A ideia do *news values* (TUCHMAN, 1978) ajuda a responder a clássica pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem noticiados? A resposta está inserida em um enredo que envolve diversos elementos indo da estrutura da cobertura jornalística à representação da realidade social nos contextos político, econômico e cultural. Bourdieu (1997, p. 12) explicou os valores-notícia dizendo que os jornalistas usam “óculos particulares” que possibilitam esses profissionais enxergarem certos fatos e “vêem de certa maneira as coisas que vêem”. Os óculos seriam os valores-notícia por meio dos quais os jornalistas selecionam e produzem a notícia. Wolf (2003) destaca dois tipos de valores-notícia: um de seleção e outro de construção, mostrando assim que todas as fases de tratamento da notícia estão baseadas nos critérios dos valores-notícia. É importante atentar-se ainda que os “óculos” ditos por Bourdieu (1997) não são os mesmos para todas as mídias e, por isso, os critérios de relevância agem de forma difusa. Segundo Aguiar (2006), os critérios precisam ser:

(...) facilmente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Por outro lado, esses critérios devem ser flexíveis para que possam se adaptar à infinita variedade de acontecimentos disponíveis. Além disso, devem ser relacionáveis e comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis. Os critérios também devem ser facilmente racionalizados para que, no caso de uma notícia ser substituída por outra, haja sempre um motivo aceitável para tal substituição. Para garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o mínimo de tempo e custos, esses critérios são orientados para a eficiência produtiva. O rigor dos valores-notícia vincula-se, portanto, a lógica de uma tipificação cujos objetivos são atingir fins práticos de uma forma programada e tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. (AGUIAR, 2006, p.12 e 13)

Para Vizeu (2000), que realizou um trabalho de acompanhamento e observação da edição do RJTV1 na capital do Rio de Janeiro,

(...) há fortes indícios que os critérios estabelecidos pelos editores do RJTV1, ao longo de toda a sua atividade, funcionam no sentido de tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico. Eles passam a fazer parte dos procedimentos produtivos dos editores onde ganham significado. Embutidos no processo informativo passam a ser considerados elementos naturais. É o tão decantado, pelos jornalistas, *senso comum* das redações, o *faro jornalístico* e *redigir se aprende na prática*". (VIZEU, 2000, p.13, grifo do autor)

Percebe-se que os esforços conceituais empreendidos são insuficientes para a construção de conclusões, mas essas análises apontam para o fato que as notícias são socialmente construídas e os critérios de noticiabilidade são resultantes do partilhamento e consenso de valores em uma comunidade não podendo comportar um modelo rígido e estático. Por ser fruto de um fenômeno social, é fundamental questionar sobre a natureza da notícia e refletir como ela opera socialmente, assim como os efeitos dessa circulação sobre os processos sociais cotidianos. Isso pode ser visto pelo ângulo da hipótese do *agenda-setting*, que analisa o agendamento dos *mídia* e que está intimamente ligado ao *newsmaking*. Para este trabalho, o noticiário não é e nunca será uma amostra representativa das ocorrências, já que é seletivo, mas mesmo assim, pode responder com credibilidade aos fatos. Para isso, o telejornalismo utiliza-se de recursos, conforme será mostrado a seguir.

2.4 Os recursos usados pelo telejornalismo

Para facilitar a compreensão dos termos e recursos utilizados pelos jornalistas e técnicos para elaboração dos telejornais, este capítulo explica as principais expressões usadas nos noticiários televisivos que são empregadas ao longo desta dissertação. É preciso considerar o telejornal como um programa jornalístico de televisão

(...) com algumas características padronizadas tais como a presença de apresentador (es) em estúdio e veiculação de diferentes formatos noticiosos: notas (ao vivo e cobertas); reportagens; entrevistas; séries de reportagem. Ao assistir o telejornal o cidadão entra em contato com o relato dos fatos mais importantes, segundo os critérios de avaliação jornalísticos. Essa reconstrução da realidade é realizada por meio da edição de pequenos depoimentos (sonoras), da passagem do repórter, da narração em *off* (recurso por meio do qual o texto narrado pelo jornalista é coberto pelas imagens correspondentes) e povo fala (enquete). (COUTINHO, 2009, p.7)

O esquema a seguir tem como referência teórica Paternostro (1999) que elaborou um glossário com os termos específicos usados nas operações técnicas no telejornalismo, Rezende (2000) que estudou os formatos e gêneros do telejornalismo brasileiro e Alberguini (2007) que analisou o papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I nos telejornais brasileiros.

O corpo do noticiário televisivo é formado por:

- *Escalada*: é a primeira parte do telejornal que o telespectador tem contato. Rezende (2000) diz que equivale a primeira página do jornal impresso, isto é, são as manchetes do dia. Contém um resumo dos assuntos mais importantes que serão abordados ao longo do noticiário, muitas vezes, associado a imagens, frases de entrevistados e chamadas de repórteres. Paternostro (1999) argumenta que é uma prévia do telejornal para estimular a curiosidade do telespectador. Por isso, a autora diz que é preciso usar palavras concretas, curtas, verbos fortes e de ação e precisa ser lida de maneira dinâmica pelos apresentadores.
- *Ao vivo*: Paternostro (1999) conta que é a transmissão no exato momento que ela ocorre, podendo ser externa ou no estúdio.
- *Cabeça dos locutores/apresentadores, abertura, nota ao vivo e nota coberta*: o termo *cabeça dos locutores* foi usado por Paternostro (1999), mas a

definição não é apresentada no glossário da autora. O termo significa uma introdução breve da matéria que será exibida a seguir ou uma notícia que é lida pelos apresentadores. Alberguini (2007) chama de *abertura* ou *cabeça*. Rezende (2000) faz ainda uma distinção chamando de *nota ao vivo* quando uma informação é lida pelo apresentador sem imagens e *nota coberta* quando a informação lida pelo apresentador, mas com imagens referentes àquele assunto.

- *Matéria*: Paternostro (1999) explica que é o que é publicado, ou vai ser publicado, em qualquer veículo de comunicação. É utilizado como sinônimo de *reportagem*.
- *Nota pé da matéria ou pé da matéria*: segundo Alberguini (2007), trata-se do texto lido pelo apresentador depois que a matéria vai ao ar, para finalizá-la. Ou, como explica Paternostro (1999), são as informações que faltaram na *reportagem*.
- *Teasers*: Rezende (2000) explica que são as informações curtas de um repórter sobre uma determinada matéria que será mostrada no telejornal. Pode estar dentro da *escalada* ou na *passagem de bloco*.
- *Passagem de bloco*: é um texto curto que informa ao telespectador o que ele vai assistir no telejornal depois do intervalo do comercial (REZENDE, 2000).
- *Flash, boletim ou standy-up*: são informações transmitidas pelo repórter diretamente do local do fato (ao vivo ou gravado) narrado (REZENDE, 2000). Paternostro (1999) complementa que o *boletim* deu origem ao *standy-up* e diz que também pode ser chamado de *flash*.
- *Entrevistas*: é o diálogo do repórter ou do apresentador com a fonte de informação (PATERNOSTRO, 1999), podendo ser no estúdio ou fora dele (REZENDE, 2000).
- *Povo fala* ou *enquete*: para Paternostro (1999) é a gravação de entrevistas com diversas pessoas para dar uma noção de amostragem de opinião. Rezende (2000) usa o termo *enquete*, que é sinônimo, para explicar esse conjunto de entrevistas com as pessoas sobre um determinado assunto.
- *Indicadores*: gráficos com informações como, por exemplo, meteorológicas (REZENDE, 2000).
- *Comentário*: de um jornalista sobre um assunto específico (REZENDE, 2000).

- *Editorial*: opinião da emissora sobre um tema (REZENDE, 2000).
- *Off*: texto escrito e gravado pelo repórter e editado com imagens do cinegrafista (REZENDE, 2000) sem que o rosto dele esteja no vídeo (ALBERGUINI, 2007).
- *Passagem*: parte da reportagem que o repórter aparece na matéria incluindo mais informações (REZENDE, 2000; ALBERGUINI, 2007).
- *Encerramento*: Alberguini (2007) explica que é como se fosse uma passagem, mas o repórter encerra sem dar “gancho” para uma sequência.
- *Sonoras*: são os depoimentos dos entrevistados (REZENDE, 2000), ou seja, são as entrevistas (ALBERGUINI, 2007).
- *Reportagem*: segundo Rezende (2000), é o formato mais completo do telejornal, pois tem texto, imagens, presença do apresentador, do repórter e entrevistados. Começa pela *cabeça dos locutores*, tem o *off*, a *passagem* e *sonoras*.
- *Espelho*: todos esses formatos telejornalísticos são roteirizados em uma folha, chamado de *espelho* que aponta a ordem das informações no noticiário. Segundo Paternostro (1999), como o próprio nome diz, reflete o jornal. Rezende (2000, p.146) explica que o *espelho* “é apresentado de forma concisa, distribuído a todos os profissionais participantes da operação do programa. O espelho sintetiza a organização do telejornal em blocos, a ordem das matérias em cada bloco, bem como os intervalos comerciais, as chamadas e o encerramento”.
- *Vinhetas*: Paternostro (1999) aponta como sendo uma marcação de abertura, intervalo e encerramento do noticiário, sendo formada geralmente por imagens e efeitos especiais. Rezende (2000) denomina com passagens de blocos.
- *Gerador de caracteres (GC)*: são os textos que aparecem durante os telejornais que indicam os créditos, títulos e legendas da imagem, como o nome e profissão do entrevistado/ apresentador/repórter. Paternostro (1999) exemplifica dizendo que é uma espécie de máquina de escrever eletrônica.

2.5 As categorias e os gêneros do telejornalismo

O telejornalismo é considerado uma categoria da programação televisiva brasileira composta por diferentes gêneros. Esta dissertação está baseada nas análises de Marques de Melo (1985), Aronchi (1997) e Rezende (2000) que serão inclusive utilizadas na metodologia desta pesquisa. É importante assinalar que, apesar de Marques de Melo (1985) ter realizado o trabalho de categorização e exposição dos gêneros televisivos mais voltados aos jornais impressos, os resultados das pesquisas foram utilizados por diversos autores, como Aronchi (1997) e Rezende (2000), na televisão. Apesar deste estudo não ter a pretensão de aprofundar-se nessa área de estudo, sobre as categorias e gêneros, objetiva-se expor os elementos acerca do telejornalismo, pois serão usados como critérios na Análise de Conteúdo dos noticiários regionais. Este trabalho concentrou esforços somente nas categorias e gêneros que estão relacionados ao telejornalismo.

Inicia-se esta discussão pelas *categorias comunicacionais*, proposta por Marques de Melo (1985, p.9), que “estabelecem correspondência existente entre as unidades de comunicação veiculadas pelos *mass media* e as funções que desempenham no organismo social”. Para Aronchi (2004, p. 37) as categorias são “os elos dos diferentes momentos da cadeia que une espaço da produção, anseios dos produtos culturais e desejos do público receptor”. O autor propõe categorias para o jornalismo, sendo duas primeiras elaboradas na década de 80 e a restante, de acordo com Rezende (2000), acrescentadas mais tarde por Marques de Melo. São elas:

- *Jornalismo Informativo*: assegura as informações à sociedade;
- *Jornalismo Opinativo*: tem função persuasiva e busca influenciar o indivíduo;
- *Jornalismo Interpretativo*: faz a explanação das notícias;
- *Jornalismo Diversional*: proporciona lazer e está mais voltado ao entretenimento;
- *Jornalismo Utilitário*: informações destinadas à prestação de serviços.

Na televisão, Aronchi (1997) propõe quatro categorias para a programação no Brasil:

- *Entretenimento*: desperta no telespectador um interesse para que ele fique atento;

- *Informação*: tem o mesmo conceito utilizado por Marques de Melo (1985);
- *Educação*: está principalmente ligada às aulas com linguagem televisiva;
- *Outros*: pode ser caracterizado pela constante fusão dos gêneros.

Em relação aos gêneros_ as características de cada produto jornalístico como os estilos e as linguagens, entre outros elementos_ Marques de Melo (1985) propõe a seguinte divisão:

- *Jornalismo Informativo*: nota, notícia, reportagem e entrevista.
- *Jornalismo Opinativo*: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.
- *Jornalismo Interpretativo*: perfil, enquete, análise e cronologia.
- *Jornalismo Diversional*: história de interesse humano e história colorida.
- *Jornalismo Utilitário*: chamada, indicador, cotação, roteiro e obituário.

Aronchi (1997) que traz uma abordagem mais voltada para o telejornalismo identifica:

- *Entretenimento*: competição, desenho, entrevista, esportivo, filme, humorístico, infantil, interativo, musical, novela, série, série brasileira e variedades.
- *Informação*: culinário, debate, documentário, político e telejornalismo.
- *Educação*: educativo.
- *Outros*: especial, publicidade, religioso e sorteio.

Observe que para o autor, o *telejornalismo* é um gênero da categoria *Informação* e corresponde aos informativos e noticiários voltados para a categoria informação. Rezende (2000) considera o telejornal tem produtos vinculados às categorias *Jornalismo Informativo* e *Jornalismo Opinativo*, propostas por Marques de Melo (1985). Mas em relação aos gêneros dessas categorias propõe outros elementos. São eles:

- *Jornalismo Informativo*: nota, notícia, reportagem, entrevista e indicador.
- *Jornalismo Opinativo*: editorial, comentário e crônica.

Levando-se em consideração essas análises, este trabalho compartilha mais da visão de Rezende (2000) que propõe que as categorias *Jornalismo Informativo* e *Jornalismo Opinativo* estão presentes no telejornalismo brasileiro. Assim, convém explicitar o entendimento do autor para cada gênero que aparece nos telejornais:

- *Nota*: notas simples e cobertas. As notas pé fazem parte do formato Reportagem;
- *Notícia*: combinação de apresentação *ao vivo* e *off* coberto por imagens;
- *Reportagem*: integração entre a cabeça do apresentador, *off*, passagem do repórter, entrevistas e nota pé;
- *Entrevista*: diálogo entre o entrevistador e entrevistado por meio de uma linguagem coloquial;
- *Indicador*: matérias baseadas em dados objetivos indicando tendências ou outros tipos de resultados úteis para o telespectador em possíveis tomadas de decisões, como um jornalismo serviço.
- *Editorial*: opinião do veículo de comunicação geralmente expresso por meio do apresentador;
- *Comentário*: análise de um especialista sobre um assunto;
- *Crônica*: aproxima-se da literatura abordando sobre os temas cotidianos pouco explorados nos telejornais podendo chegar à ironia.

No esforço de aproximar a proposta de Rezende (2000) às práticas dos noticiários regionais, esta pesquisa propõe os seguintes gêneros para o telejornalismo:

- *Nota simples*: informação lida pelo apresentador sem imagens (REZENDE, 2000).
- *Nota coberta*: informação lida pelo apresentador, mas com imagens referentes àquele assunto (REZENDE, 2000).
- *Nota pé*: texto lido pelo apresentador depois que a matéria vai ao ar (ALBERGUINI, 2007).
- *Cabeça do apresentador*: introdução lida pelo apresentador do conteúdo exibido pela matéria.
- *Reportagem*: integração entre o *off*, passagem do repórter e entrevistas. Não é necessário que tenham todos os elementos citados para ser reportagem, mas precisa ter pelo menos dois para este trabalho.
- *Entrevista*: diálogo entre o entrevistador e entrevistado.
- *Entrada ao vivo do repórter*: transmissão do repórter no exato momento que ela ocorre, podendo ter imagens e/ou entrevistados.

- *Escalada*: resumo que abre o jornal contendo os assuntos mais importantes que serão abordados ao longo do noticiário.
- *Teaser*: informação curta de um repórter sobre uma determinada matéria que será mostrada no telejornal (REZENDE, 2000).
- *Passagem de bloco*: texto curto que informa ao telespectador o que ele vai assistir no telejornal depois do intervalo do comercial (REZENDE, 2000).
- *Standy-up*: informações transmitidas pelo repórter, mas gravadas.
- *Povo fala*: gravação de entrevistas com diversas pessoas para dar uma noção de amostragem de opinião (PATERNOSTRO, 1999).
- *Audio tape*: informações transmitidas *ao vivo* ou gravada pelo repórter por telefone.
- Editorial: opinião da emissora sobre um tema (REZENDE, 2000).

2.6 As classificações e categorizações das notícias sobre CT&I nos telejornais

As notícias sobre CT&I podem ser classificadas e categorizadas de acordo com as áreas de conhecimento e assuntos abordados. Este trabalho usa dois tipos de análise. Em relação à classificação, segue a proposta de Gomes *et al.* (2009) que estabelece que as notícias sejam separadas em: *Pesquisa como foco*, *Pesquisa como referência*, *Evento científico*, *Curiosidades*, *Pesquisa como coadjuvante* e *Especialista-opinador*. Em relação à categorização segue as áreas de conhecimentos abordadas referentes às Grandes Áreas do Conhecimento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-CNPq³⁶ que são: *Ciências Exatas e da Terra (CET)*, *Ciências Biológicas (CB)*, *Engenharias (E)*, *Ciências da Saúde (CS)*, *Ciências Agrárias (CA)*, *Ciências Sociais Aplicadas (CSA)*, *Ciências Humanas (CH)*, *Linguísticas, Letras e Artes (LLA)*.

A classificação originou-se do estudo de um grupo organizado pela doutora e professora Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes, para analisar a presença da Ciência no Jornal Nacional³⁷.

³⁶ Disponível em: <<http://memoria.cnpq.br/areasconhecimento/index.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2012.

³⁷ Os telejornais foram analisados durante o primeiro trimestre de 2007, de 1º de janeiro a 31 de março de 2007.

Após 78 edições avaliadas, 88 matérias foram selecionadas perfazendo um total de 39 horas de programa. Foram identificadas seis categorias em relação ao discurso:

- *Pesquisa como foco*: o tema principal é uma investigação acadêmica desenvolvida por universidades e instituições de pesquisa. Geralmente tem como gancho a divulgação dos resultados finais do estudo (geralmente apresentados como “infalíveis”), mas mostra as fases do processo científico bem como a metodologia adotada. Ressalta a possibilidade de aplicação prática e a melhoria da qualidade de vida no futuro, sendo considerada a ideal de reportagem de Ciência, pois aborda o processo de investigação. Na intenção de trazer o mundo da Ciência para perto do telespectador, é comum o uso de metáforas, números e infografia. Outra característica é a presença da fala do cientista, normalmente explicando melhor a metodologia ou dando a perspectiva social dos avanços alcançados.
- *Pesquisa como referência*: a reportagem aproveita o tema discutido anteriormente para fazer uma nova abordagem sobre um novo aspecto da realidade relacionada como estudo.
- *Evento científico*: reúne matérias sobre reuniões científicas para discutir políticas e temas científicos, como congressos e seminários. Tem um alto valor para a divulgação da Ciência, já que configura-se como um tipo de comunicação científica.
- *Curiosidades*: os temas científicos inusitados são explicados destacando-se ocorrências raras na natureza, tais como cometas e animais exóticos.
- *Pesquisa como coadjuvante*: a investigação científica surge como uma parte da matéria funcionando como gancho inicial ou um dos argumentos. Ou seja, o estudo está dentro de um contexto maior, fazendo com que a matéria não se restrinja à apresentação da pesquisa em si.
- *Especialista-opinador*: observa-se a presença de um especialista opinando sobre um tema na matéria. O pesquisador surge como voz da Ciência, interpretando fatos do dia a dia e oferecendo soluções aos problemas estruturais da sociedade.

Gomes *et al.* (2009) destaca ainda que algumas características podem ser encontradas em todos os tipos de pesquisa, como a voz do estudioso como fonte de verdade e autoridade. Por fim, assim como a autora para categorizar as notícias de CT&I, será utilizado as Grandes Áreas do Conhecimento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-CNPq³⁸: Ciências Exatas e da Terra (CET), Ciências Biológicas (CB), Engenharias (E), Ciências da Saúde (CS), Ciências Agrárias (CA), Ciências Sociais Aplicadas (CSA), Ciências Humanas (CH), Linguísticas, Letras e Artes (LLA).

³⁸ Disponível em: <<http://200.17.161.80/prppg/projetos/tabela-areas-doconhecimentocnpq.pdf?PHPSESSID=80c785c0a871a440259e6d12fb6c47c9>>. Acesso em: 12 dez. 2012.

3. A SOCIEDADE DO TELEJORNALISMO EM BUSCA DA CIDADANIA

A distribuição desigual da informação e do conhecimento, assim como o comportamento classicamente “passivo” do telespectador diante dos assuntos divulgados, ou não, pelo telejornalismo, podem ser melhor compreendido por meio de um mapeamento atualizado, dos contornos e efeitos da teoria da formação da moderna tradição cultural brasileira (ORTIZ, 1988). Longe da pretensão de propor uma análise que busque dar conta da totalidade de concepções acerca do tema, o objetivo é refletir aproximando-o dos fenômenos sociopolíticos, econômicos e culturais. Esta abordagem mais contextualizada é defendida por Hudec (1980) que argumenta que o jornalismo não existe fora de um cenário histórico, ou seja, não é possível entendê-lo longe das relações com a sociedade e cultura³⁹. Retomando as discussões de Coutinho e Mata (2010) sobre a participação do público nos telejornais, este trabalho, ancorado na noção de cidadania e democracia, observou que a postura mais ativa da população principalmente nos telejornais regionais e locais está longe de ser a de “telespectadores cidadãos”. Por isso, este capítulo analisa sobre os principais desafios contemporâneos que a *sociedade do telejornalismo*⁴⁰ precisa superar para que o direito à informação, como o acesso ao conhecimento produzido dentro das universidades e instituições de pesquisa, seja democratizado.

Tanto a distribuição desigual do conhecimento científico quanto à clássica passividade do telespectador brasileiro diante das informações divulgadas, ou pela falta delas nos telejornais, estão ligadas também a traços inerentes da formação social brasileira que perpassa por relações que privilegiam o favor, o clientelismo, o paternalismo e a privatização do público (OLIVEIRA, 2009). Para Oliveira (1999),

(...) um processo complexo de violência, proibição da fala, mais modernamente, privatização do público, interpretado por alguns com a categoria do patrimonialismo, revolução pelo alto e incompatibilidade radical entre dominação burguesa e democracia (...). (OLIVEIRA, 1999, p. 59)

³⁹ Segundo Ianni (1996, p.147), a cultura é algo criado no contexto das relações sociais de uma dada sociedade que revela “as diversidades e os antagonismos que se expressam nas práticas dos grupos sociais” (IANNI, 1996).

⁴⁰ A sociedade do telejornalismo, título reúne trabalhos da rede de pesquisadores do tema (SBPJor), é para Vizeu e Correia, a hipótese de que o telejornalismo representa um lugar de referência para os brasileiros, parecido com o da família, amigos da escola, da religião e do consumo.

Chauí (1999) desenvolve uma ideia de uma sociedade brasileira autoritária e violenta, identificando quatro características que justificam esse comportamento: relações sociais hierárquicas; relações sociais e políticas fundadas em contatos pessoais; profundas desigualdades sociais e econômicas, que geram carências e privilégios; uma sociedade em que a lei não é percebida como expressão de uma vontade social. O paradigma da relação sociopolítica, sob esta perspectiva, é o favor, a clientela e a tutela (OLIVEIRA, 2009). A aproximação entre os indivíduos e a criação de laços de intimidade para a obtenção de benefícios também é muito bem lembrada e explicada por Holanda (1995). O “homem cordial”, citado no livro *Raízes do Brasil*, trouxe a tona essa discussão e apontou que as cordialidades, de gestos largos e que emprega o uso de diminutivos nos tratamentos pessoais demonstrando aparentemente hospitalidade e a generosidade, estão longe de ser sinônimos de “boas maneiras” ou civilidade. São sim subterfúgios para a obtenção de vantagens. O acesso a bens e serviços é geralmente a partir de vínculos de amizades, de camaradagem, de favor e nunca por uma relação de direito. Desta forma, questiona-se: Será que essas atitudes dos telespectadores, muitas vezes, até amigáveis não escondem interesses em relação a benefícios e vantagens no poder público ou privado? A partir de experiências profissionais da autora desta dissertação, pode-se dizer que o público assume frente às câmeras uma postura cordial, algumas vezes, para conseguir favores do governo, das empresas privadas e estatais e, inclusive, da própria imprensa. Em outros momentos, observa-se telespectadores receosos e inseguros em relação às consequências que uma exposição na mídia possa causar ao indivíduo, enquanto um ser que está inserido em uma comunidade e que precisa se sentir pertencente a ela. Não são raros os casos de entrevistados que alegam ter sofrido ameaças e ações repressoras, como perseguições políticas tanto em empregos quanto no acesso aos serviços públicos.

Esses traços conservadores e autoritários da formação social, cultural e econômico configuram assim uma “moderna tradição brasileira”. A expressão, cunhada por Ortiz (1988) no livro *A Moderna Tradição Brasileira* que analisa a emergência da indústria cultural no Brasil, traz uma reflexão relevante a cerca da problemática da cultura brasileira. Para o autor, as ideias de modernização e de modernidade já não mais se apresentariam como um projeto (como nos anos 40, 50 e 60), mas como uma realidade que se impõe como tradição. Ou seja, a palavra tradição acaba que passa uma ideia de coisas passadas, excluindo radicalmente o

novo. Pouco se pensa como tradicional um conjunto de instituições e de valores que, mesmo sendo produtos de uma história recente, que se impõe a nós, paradoxalmente, como uma moderna tradição, um modo de ser contraditório. Partindo dessa concepção, nota-se no Brasil que há relações sociais pautadas por formas tradicionais.

José Murilo de Carvalho (2003) vai mais além e resgata a herança colonial apontando que os portugueses construíram um país enorme dotado de unidade territorial, linguística, cultural e religiosa, mas deixaram uma população analfabeta, uma sociedade escravocrata, uma economia monocultora latifundiária e um Estado absolutista. Nesta perspectiva, a “Independência” não passou de uma negociação conveniente entre a elite nacional, a coroa portuguesa e a Inglaterra, tendo como figura mediadora o príncipe D. Pedro. Sair desse mundo tradicional, identificado como rural, atrasado, familiar, afetivo, religioso e lento, para entrar no moderno, considerado urbano, adiantado, individual, racional, científico e rápido foi ideal político e questão teórica das últimas décadas no Brasil. Superado essa dicotomia, Ortiz (1988) explica que no Brasil a luta para construir a modernidade, isto é, o processo de modernização também faz parte da nossa tradição e história. Mas apesar deste esforço, os traços da moderna tradição brasileira fazem com que a luta pelo bem coletivo fique comprometida, o que coloca em risco a prática cidadã.

Nas últimas décadas, tornou-se lugar comum na academia falar que o cidadão é aquele indivíduo que consegue desfrutar dos direitos civis, políticos e sociais (MARSHALL, 1967). Isto é: possui direitos sociais que garantem a participação na riqueza coletiva; direitos civis, que regulam a participação na vida em sociedade e direitos políticos, que possibilitam a participação da sociedade no governo (CARVALHO, 2003). Perpassando essa noção conflituosa e dinâmica de cidadania, Carvalho (2003) defende que o termo traz noções de igualdade⁴¹, liberdade e participação política. Mas Mello (2006) acrescenta que, além da cidadania remeter à ideia dos direitos a condição humana e a vida em sociedade, a participação social não é suficiente para conquistar a igualdade. Para que a cidadania considerada por Fleury (2002) uma das mediações mais importantes para a integração social seja alcançada, alguns autores propõem caminhos, como Comparato (1993), Bresser-Pereira (1997) e Fernandes (2002). Bresser-Pereira

⁴¹ Deve-se entender o princípio que reconhece a todos os cidadãos o mesmo direito a educação, à “equivalência de duas quantidades” ou “à equivalência em resultados” (CASASSUS, 2007).

(1997) defende uma atitude mais proativa do indivíduo e explica que ele precisa ser capaz de interferir na produção do Direito. Isto é, a cidadania só passa a ser plena quando o indivíduo luta por seus direitos e tem a consciência de que o interesse coletivo está acima do particular. Essa cidadania debatida só pode ser desfrutada, na visão de Bresser-Pereira (1997), por meio de prática e, por isso, precisa estar sempre em evidência na sociedade. Diante deste quadro, postula-se que essa cidadania deve ser exercida inclusive diante das notícias. O telespectador tem um papel de destaque no processo mídia-receptor e precisa ter um papel participativo e atuante, principalmente, no que diz respeito aos interesses coletivos.

Outros autores, como Fernandes (2002), chegam a propor a ideia que a cidadania para ser potencializada precisa estar relacionada à capacidade desses atores articularem demandas, mas também de apontar soluções para as necessidades. Sob este prisma, os telespectadores poderiam apontar sugestões de assuntos e entrevistados nos telejornais, assim como cobrar e fiscalizar posturas e ações do governo e da mídia. Este seria um diferencial, pois o indivíduo passaria de agente passivo para ativo, saindo da zona de conforto para apontar medidas viáveis para que os problemas criticados por ele sejam discutidos e resolvidos. Essa situação gera um terreno fértil para as discussões que possam proporcionar novos entendimentos, além de abrir um espaço significativo para as reivindicações de direitos e exposições de soluções para os problemas. Comparato (1993) apresenta até outro termo para esse cidadão chamando-o de “novo cidadão” aquele indivíduo que também tem atitude, iniciativa e que participa diretamente do processo histórico do seu desenvolvimento, além de cuidar da promoção social.

Neste cenário, propõe-se que seja abandonada então a ideia de igualdade de acesso à mídia como a única forma de atingir a cidadania. Para este trabalho, mais importante é avançar na análise da relação da igualdade com as demandas de respeito a direitos (OLIVEIRA, 2001). Com essa percepção, esta reflexão traz à tona a discussão sobre a importância dos telespectadores exercitarem a prática cidadã. É claro que não dá para ignorar as mazelas históricas do Brasil. Gomes (1994) explica que o acesso à cidadania no Brasil surgiu atrelado ao processo de formação de atores políticos, principalmente, da classe trabalhadora, que percebia claramente uma intervenção estatal e a falta de uma extensão da participação eleitoral. Santos (1979) até defende uma noção de “cidadania regulada” no país, isto é, a cidadania

consistiria apenas no gozo de direitos sociais garantidos por lei. Esta forte tradição cultural centrada na figura do Estado em relação à sociedade fez com que Carvalho (1996) usasse o termo “estadania” como forma de apontar a negatividade histórica da cidadania, o que não deveria acontecer, já que todos os indivíduos deveriam conquistar os três direitos sem precisar de uma intervenção governamental.

Somado a isso, o termo só ficou em voga após o fim da ditadura militar, em 1985, quando houve um reforço da reconstrução no país, tendo a Constituição de 1988, a *Constituição Cidadã*, como auge do entusiasmo cívico (CARVALHO, 2003). E, mesmo assim, havia uma fragilidade social, econômica e política que transparecia em formas de violência urbana, desemprego, analfabetismo, entre outros problemas centrais da sociedade. De acordo com Carvalho (2003), parte dos direitos ainda continua inacessível a uma grande parcela de brasileiros verificando-se, até mesmo, que o poder público não é garantidor dos direitos da sociedade, mas de determinados grupos econômicos e políticos que com ele tece uma rede clientelista de distribuição particularista de bens públicos e, em outras ocasiões, praticando a ideologia do favor⁴². Assim, as marcas de uma “cultura de atraso” (OLIVEIRA, 2009) permeiam a moderna tradição cultural brasileira e perpetuam-se como instrumentos de hegemonia e manutenção das classes dominantes nos espaços de poder do Estado, em todos os níveis, fazendo com que as classes subalternas sejam controladas e impedindo os indivíduos de conquistarem os direitos sozinhos.

Diante dessas problemáticas expostas no texto, é possível ter uma noção de quão desafiadora é a tarefa de tentar compreender o comportamento da sociedade e seus atores sociais diante dos telejornais, mas o quanto é instigante esta análise, já que conduz a múltiplas possibilidades de reflexões. Em uma distinção acertada sobre a participação do público nos diferentes telejornais, Coutinho e Mata (2010) explicam que:

Se nos telejornais locais a população assume um papel mais ativo, de protagonismo nas histórias tecidas audiovisualmente, e por vezes utiliza-se de emissoras de TV para reivindicar seus direitos, há nos telejornais de rede uma espécie de despolitização das vozes. Assim, se em nível local há um público mais participativo, nacionalmente o cidadão que emerge oferece quase sempre um relato emocionado, a partir de sua experiência de vida, que na maioria das vezes legitima o discurso proferido por repórteres e apresentadores. (COUTINHO E MATA, 2010, p. 217)

⁴² Schwarz (1992) entendia que o favor gera uma fidelidade e cria uma relação de dependência.

Percebe-se que apesar da população aparecer em um papel mais ativo nos telejornais regionais e locais que nos veiculados em rede, ainda falta um longo caminho para os telespectadores exercitarem uma postura cidadã. Para Guimarães (2003)

A construção da cidadania é fruto do exercício democrático e participativo da informação como agente de transformação social. Para a geração do saber coletivo é papel do jornalista científico revelar o mundo fora das “telas”, o mundo real cotidiano para redefinir o papel do cidadão como participante ativo do processo social. É poder contribuir para a formação de uma nova ética em que as pessoas deixem de ser meros consumidores, clientes e retomem o seu papel de cidadãos. Aliada à formação das crianças é, no entanto, fundamental e urgente, um trabalho educativo, em diferentes níveis e linguagens, sobre o papel da C&T para empresários, políticos e a sociedade em geral para que, simultaneamente, estabeleça-se no país uma nova mentalidade sobre a importância do conhecimento. (GUIMARÃES, 2003, p.75 e 76)

Com base em argumentações sobre a noção da própria cidadania, exposta neste texto, e fazendo uma reflexão sobre o conjunto de problemas reais vivenciados pela prática profissional, nota-se que ainda há uma incipiente participação do público nos telejornais regionais e locais. Outro aspecto que convém analisar é sobre o papel pedagógico desempenhado pelos noticiários de televisão enquanto um lugar de referência⁴³.

A hipótese diretriz desta análise é que os meios alternativos contribuem para a divulgação de informações. Mais que isso, são ferramentas importantes de fiscalização e cobrança do poder público e da mídia. Sabe-se que são inúmeras as dificuldades da busca dos telespectadores pela cidadania. É incontestável também que a sociedade tenha uma mediação administrativa eficiente e uma educação qualificada (CARVALHO, 2003) para que possa intervir com conhecimento no que é informado pelos telejornais. Mas além disso, a população precisa encontrar novas formas e atitudes de ampliar o campo de disputa para a conquista legal do direito e a luta por efetivá-lo, tanto em nível da sociedade, quanto no interior do próprio Estado.

Este não é um capítulo que tem a pretensão de chegar a conclusões em um terreno tão inóspito e complexo, mas abre pistas para novas indagações. Uma das possibilidades é pensar sobre caminhos alternativos de comunicação, para que os telespectadores não dependam das emissoras e do Estado para ter acesso as

⁴³ Expressão usada por Vizeu (2009) para explicar que os telejornais mostram que o mundo que existe está presente na “telinha”.

informações e, com isso, a cidadania não fique minimizada. Alguns fatores que apareceram no cenário despertam interesses para novas experiências que podem resultar em comportamentos e reações interessantes a cerca do exercício da cidadania. As redes sociais⁴⁴ são uma delas. O *twitter*⁴⁵ e *Facebook*⁴⁶ são exemplos que permitem uma interação virtual em grupo e podem ser vistos como espaços para manifestações livres de ideias, ou seja, não precisam de um representante da mídia para que o assunto seja divulgado, ganhe repercussão e seja, com isso, legitimado. Os movimentos nas redes sociais ganham novos adeptos a cada dia e isso, somado ao fenômeno da convergência midiática, abre um horizonte fantástico e com inúmeras possibilidades para redefinir práticas de cidadania inovadoras.

Analisa-se que quando as pessoas compartilham virtualmente de experiências, trocam opiniões, participam de comunidades virtuais e interagem de uma maneira geral conseguem ter acesso, muitas vezes, a conhecimentos que normalmente não seriam divulgados e compartilhados com a sociedade pelos telejornais. Além disso, nas mídias sociais nota-se uma postura mais atuante e participativa em relação às cobranças políticas e a questionamentos, até mesmo, sobre os critérios da mídia na exibição de notícias. Observa-se que quando a sociedade expõe opiniões e constrói diálogos, mesmo que sendo virtual, o movimento popular⁴⁷ tem potencial para ganhar intensidade e volume, a tal ponto de se conseguir repercussão e gozar de legitimidade. Existem casos observados nas próprias redes sociais que, quando os internautas fazem reclamações, cobranças e críticas, as pessoas que se sentem questionadas, muitas vezes, respondem as acusações. A interatividade nesse sentido é positiva para a configuração de um espaço comunicacional mais cidadão. Assim, embora haja diversos desafios que

⁴⁴ Dias e Couto (2011) dizem que as redes sociais são espaços virtuais nos quais os sujeitos se relacionam criando uma forma de sociabilidade relacionada à divulgação e à própria formulação do conhecimento.

⁴⁵ Citado por Guimarães *et al.* (2011) como um *microblogging* que permite escrever pequenos textos de até 140 caracteres.

⁴⁶ É um site de Rede Social que funciona através de perfis e comunidades específicos para as conexões com outros indivíduos. Em cada perfil é possível criar e acrescentar módulos de aplicativos. (GUIMARÃES *et al.*, 2011)

⁴⁷ Segundo Peruzzo (2011), os movimentos populares são manifestações e organizações constituídas com objetivos de promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos das classes subalternas visando satisfazer seus interesses e necessidades, como melhorar o nível de vida por meio do acesso às condições de produção e de consumo de bens de uso coletivo e individual. Em última instância, pretendem ampliar a conquista de direitos à cidadania, não somente para pessoas individualmente, mas para o conjunto de segmentos excluídos da população.

precisam ser superados, como os resquícios da moderna tradição brasileira e as mazelas geradas pelo Capitalismo, percebe-se que a partir dessa interatividade na internet, por exemplo, abre uma janela para o exercício de novas formas de cidadania e efetiva realização de direitos sociais, no caso à informação.

Analisando as questões esboçadas, este trabalho percebe que para obter resultados positivos na luta pela cidadania é preciso haver uma mudança no comportamento da sociedade do telejornalismo. Nesse sentido, a participação em meios alternativos, como as redes sociais, é importante já que se configura uma nova virtude da cidadania. Nesse espaço virtual, por exemplo, é possível participar, cobrar e fiscalizar o que é exibido nos telejornais. Afinal, entende-se que a garantia de direitos e o exercício de cidadania estão sempre vinculados à ação popular, bem como à validação dos princípios democráticos (SOARES, 2012).

4. O PROCESSO INVESTIGATIVO

4.1 MÉTODOS E ETAPAS DA PESQUISA

O método de pesquisa utilizado neste trabalho foi o dedutivo. A partir da Teoria do *Newsmaking* e da Hipótese do *Agenda-setting* buscou-se explicações sobre os entraves e desafios da DC nos telejornais regionais. Para isso, realizaram-se pesquisas Bibliográficas e Campo, misturando-se abordagens qualitativas e quantitativas. Na perspectiva de Minayo (2002), essa combinação de dados quantitativos e qualitativos não se opõe. “Ao contrário, se complementam, pois a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia” (MINAYO, 2002, p. 22).

Utilizou-se a abordagem quantitativa na Análise de Conteúdo para identificar os temas abordados, em julho de 2012, no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral. Já a abordagem qualitativa ocorreu nas entrevistas semi-estruturadas focalizadas realizadas com os representantes dos profissionais envolvidos no processo de difusão do conhecimento científico: jornalistas responsáveis pelos telejornais, assessores de imprensa das instituições de pesquisa e cientistas. A partir da visão e experiência deles, assim como da autora desta dissertação, foi possível apontar os problemas que prejudicam a compreensão pública da CT&I e expor com propostas para ajudar as boas práticas de DC.

O tipo de pesquisa usado neste trabalho foi descritivo, pois teve como principal objetivo descrever as características de um fenômeno (GIL, 1999). Segundo Maria Margarida de Andrade (2002), esse tipo de pesquisa preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los. Triviños (1987) diz que a pesquisa descritiva exige do pesquisador uma delimitação precisa de técnicas, métodos, modelos e teorias para orientar a coleta e a interpretação de dados para que haja validade científica. Por isso, este trabalho teve rigor nas etapas metodológicas para que o trabalho tivesse acurácia.

4.2 COLETA DE DADOS

4.2.1 Técnicas de Coleta de Dados

No levantamento de dados utilizou-se coletas documentais, Análise de Conteúdo e entrevistas semi-estruturadas focalizadas. No primeiro momento, o trabalho fez a Análise de Conteúdo no Balanço Geral e no RJ Intertv 1ª Edição para identificar a presença e a quantidade de matérias de CT&I em relação aos outros temas. Uma das referências utilizadas para esse estudo foi o da professora de Psicologia da Universidade Paris V, Laurence Bardin, que desenvolveu um panorama teórico e prático de utilização do método. Bardin (2002, p.38) define a Análise de Conteúdo como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Nesta técnica, o texto é o elemento principal da análise. Rocha e Deusdará (2005) defendem que esse tipo de estudo objetiva o enriquecimento da leitura, aumentando a produtividade e a pertinência da análise.

Segundo Kientz (1973), os procedimentos de construção da Análise de Conteúdo mudam de acordo com os objetivos da pesquisa e o tipo de material a ser trabalhado. Berelson (1952) verifica que para utilizar essa técnica de coleta de dados, é preciso ser: objetivo, sistemático, abordar apenas o conteúdo temático e exercer a quantificação. Além disso, o autor identifica que deve apontar com clareza e precisão as unidades, categorias e escalas de modo que outro pesquisador, ao utilizar os mesmos recursos, chegue aos mesmos resultados. É importante ressaltar que, para que tenha reprodutibilidade, o conteúdo da análise deve ser sistematizado.

Para isso, comprou-se duas placas de capturas de vídeos, como mostram as Figuras 3 e 4:



Figura 3- A placa de captura de vídeo Encore ENL-TV FM instalada no computador programada para gravar o RJ Intertv 1ª Edição. Fonte: Encore.



Figura 4- A placa de captura de vídeo Encore ENL-TV FM instalada no computador portátil programada para gravar o Balanço Geral. Fonte: Encore.

Até a chegada do material, a instalação nos computadores e a fase de testes, a pesquisa levou cerca de três meses. Assim que houve a conclusão dessa etapa inicial, começou-se a gravação dos programas, o que ocorreu no mês de julho de 2012. A escolha do mês deve-se ao tempo de montagem dessa logística para realização da investigação. Optou-se pelo período de um mês para que os dados coletados tivessem mais representatividade e para que os feriados, datas festivas, entre outros fatores, não tivessem um peso acentuado nos resultados, prejudicando a coleta de dados. Além disso, levou-se em consideração o fato de ser uma pessoa

a realizar a pesquisa, não podendo estender essa a ponto de comprometer as demais, como a análise dos dados e a escrita da dissertação.

Esta pesquisa gravou os telejornais de segunda à sexta-feira, sendo desprezados os sábados. Isso aconteceu porque no dia 7 de julho de 2012 o Balanço Geral teve uma edição especial de duas horas de uma exposição tradicional de agronegócios de Campos dos Goytacazes, Norte do Estado do Rio de Janeiro. Por isso, optou-se pela exclusão da coleta de dados dos telejornais do fim de semana. Ao todo foram analisados 42 telejornais, o que corresponde aproximadamente a 42 horas de programas.

É importante destacar ainda que apesar do RJ Intertv 1ª Edição ser exibido das 12h às 12h45 e o Balanço Geral das 12h às 13h15, ou seja, em horários diferentes, os computadores foram programados para gravar das 11h50 às 13h30 para evitar que alterações nos horários prejudicassem as cópias. Durante essa etapa foi necessário acompanhar as gravações presencialmente, pois apesar dos computadores estarem programados, as gravações apresentaram problemas. Nos dias 05, 07, 12 e 17 de julho a placa que grava o Balanço Geral falhou. O computador teve que ser reiniciado sendo necessário que o levantamento de dados fosse feito provisoriamente pela televisão. Durante esse tempo, não foram exibidas notícias sobre CT&I, o que facilitou um trabalho posterior que foi o de compilação de matérias sobre o tema. Caso houvesse uma matéria sobre o tema, a pesquisa teria que depender da autorização e cópia da emissora para dispor do material. É relevante enfatizar ainda que tanto o Balanço Geral quanto o RJ Intertv 1ª Edição foram gravados na íntegra, com exceção dos dias citados, e copiados por segurança em dez pen drives de oito Mega Bytes. Posteriormente, as notícias sobre CT&I foram editadas e copiadas em quatro pen drives de oito Mega Bytes para a análise das matérias sobre o tema.

Outra técnica utilizada nesta pesquisa foi a entrevista. De acordo com Rocha (1998), essa técnica permite além da interação, a abordagem de assuntos de temas de natureza complexa e de escolhas individuais, permitindo o aprofundamento de pontos levantados em outras técnicas de coleta. As entrevistas foram semi-estruturadas com os principais profissionais envolvidos na DC (responsáveis pelo telejornalismo das afiliadas, assessores de instituições de pesquisa e cientistas). Os registros das entrevistas foram em dois gravadores e anotações simultâneas pelo

pesquisador/entrevistador. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas e analisadas.

4.2.2 Instrumentos de Coleta de Dados

O trabalho empregou os seguintes instrumentos de coleta de dados: Roteiro de Leitura e Roteiro de Entrevista. O Roteiro de Leitura foi elaborado a partir de uma Análise de Conteúdo substantiva, ou seja, direcionado a estudar o que está sendo expresso em um determinado registro, o que permitiu uma quantificação dos temas. Rocha e Deusdará (2005) definem a Análise de Conteúdo como um

Conjunto de técnicas de análise das comunicações que aposta grandemente no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto. Nascida de uma longa tradição de abordagem de textos, essa prática interpretativa se destaca, a partir do início do século XX, pela preocupação com recursos metodológicos que validem suas descobertas. Na verdade, trata-se da sistematização, da tentativa de conferir maior objetividade a uma atitude que conta com exemplos dispersos, mas variados, de pesquisa com textos. (ROCHA E DEUSDARÁ, 2005, p.3)

Ainda de acordo com os autores, a Análise de Conteúdo está fundada em um modelo duro e rígido, de corte positivista e centrado na neutralidade do método para a obtenção de resultados mais precisos. “O analista seria, portanto, um detetive munido de instrumentos de precisão para atingir a significação profunda dos textos” (ROCHA E DEUSDARÁ, 2005; p. 1). Isto é, o objetivo desse tipo de pesquisa é mostrar um conhecimento que está inserido no texto por meio de técnicas seguras de trabalho (ROCHA E DEUSDARÁ, 2005). Neste trabalho, as notícias passaram por duas etapas de Análise de Conteúdo: uma para identificar as notícias de CT&I e outra para classificar por temas as matérias exibidas.

No Roteiro de Entrevista, as entrevistas foram semi-estruturadas. Segundo Lüdke & André (1986), esse tipo de entrevista desenvolve-se a partir de um esquema básico, porém flexível, pois permite que o entrevistador faça as necessárias adaptações. Para Michel (2005, p.45), esse tipo de entrevista “permite explorar mais amplamente uma determinada questão”. De acordo com Duarte (2009),

Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle. As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. (DUARTE, 2009, p.66)

Assim, para os entrevistados com a mesma atuação profissional, no caso os responsáveis pelos noticiários regionais, as perguntas foram iguais. O entrevistador/pesquisador só fez intervenções, com novas perguntas, quando avaliou que as respostas pudessem contribuir para este estudo. É importante destacar ainda que o Roteiro de Entrevista teve os elementos centrais parecidos, independente da área de atuação, para que as respostas fossem confrontadas e analisadas.

4.3 SELEÇÃO DAS AMOSTRAGENS

4.3.1 Seleção das emissoras de televisão e dos Telejornais Regionais

A seleção das emissoras de televisão foi tomada por meio de audiência do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (Ibope) ⁴⁸ 2011. Por meio da pesquisa de Ibope entregue pela Rede Intertv, o trabalho optou por duas emissoras que tivessem a maior audiência nas Regiões Serrana, dos Lagos, Baixada Litorânea, Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro em um horário em comum para que os dados coletados dos telejornais fossem confrontados. Assim, as emissoras analisadas foram a Rede Intertv, Rede Record, SBT, Band, Rede Brasil e TV Brasil, como mostram os Quadros 1, 2 e 3:

⁴⁸ O Ibope foi criado em 1942 para aferição de audiência. Segundo Coutinho (2009, p.4), surgiu “da necessidade de Aurélio Penteadó de conhecer o público que sintonizava a sua Rádio Kosmos (SP), e também os que preferiam as emissoras concorrentes”.

Quadro 1- Audiência e Share da Faixa Horária das Regiões dos Lagos e Baixada Litorânea do Estado do Rio de Janeiro.

	AUDIÊNCIA 2011							SHARE 2011						
	INTER TV ALTO LITORAL	OUTRAS	RECORD	SBT	BAND	RTV	TV BRASIL	INTER TV ALTO LITORAL	OUTRAS	RECORD	SBT	BAND	RTV	TV BRASIL
06:00:00 - 06:30:00	6,75	1,01	2,00	1,20	0,97	0,19	0,11	55,90	8,33	16,53	9,92	8,02	1,54	0,90
06:30:00 - 07:00:00	7,63	1,39	3,20	1,49	1,11	0,35	0,11	50,41	9,18	21,11	9,85	7,35	2,30	0,72
07:00:00 - 07:30:00	11,98	1,71	5,49	2,33	0,71	0,29	0,11	53,94	7,71	24,74	10,51	3,22	1,32	0,49
07:30:00 - 08:00:00	12,67	2,08	5,48	2,20	0,67	0,33	0,07	55,52	9,12	24,00	9,62	2,94	1,45	0,33
08:00:00 - 08:30:00	17,67	2,88	6,40	3,92	1,02	0,83	0,22	55,11	8,97	19,96	12,23	3,17	2,57	0,68
08:30:00 - 09:00:00	17,43	3,28	6,24	3,90	0,90	0,90	0,22	54,68	10,30	19,58	12,25	2,84	2,82	0,69
09:00:00 - 09:30:00	17,58	4,93	5,48	4,92	0,80	0,68	0,29	52,28	14,65	16,30	14,62	2,39	2,02	0,86
09:30:00 - 10:00:00	17,61	5,97	4,80	4,81	0,73	0,64	0,21	52,33	17,73	14,25	14,30	2,17	1,92	0,63
10:00:00 - 10:30:00	15,82	7,28	4,85	5,77	0,83	0,94	0,34	45,79	21,07	14,03	16,70	2,41	2,71	0,97
10:30:00 - 11:00:00	14,64	7,67	4,94	5,86	0,94	1,08	0,26	42,82	22,44	14,44	17,13	2,76	3,16	0,76
11:00:00 - 11:30:00	13,25	7,62	4,68	6,02	1,41	0,80	0,23	40,16	23,09	14,19	18,23	4,26	2,44	0,68
11:30:00 - 12:00:00	12,86	7,47	4,91	5,83	1,37	0,95	0,19	39,56	22,98	15,12	17,92	4,21	2,92	0,59
12:00:00 - 12:30:00	32,08	6,07	6,64	3,47	1,16	1,38	0,34	64,19	12,15	13,28	6,94	2,31	2,77	0,69
12:30:00 - 13:00:00	33,38	5,65	6,84	3,40	1,12	1,25	0,38	65,40	11,07	13,41	6,66	2,20	2,44	0,75
13:00:00 - 13:30:00	33,38	6,32	6,11	3,31	1,31	1,23	0,61	64,93	12,30	11,89	6,44	2,54	2,39	1,18
13:30:00 - 14:00:00	32,14	6,47	5,48	3,60	1,35	1,19	0,61	64,33	12,94	10,97	7,21	2,69	2,38	1,22
14:00:00 - 14:30:00	28,87	7,53	4,41	5,15	1,28	0,97	0,58	60,55	15,80	9,26	10,81	2,69	2,03	1,21
14:30:00 - 15:00:00	28,34	7,35	4,28	5,28	1,25	1,06	0,52	60,67	15,73	9,15	11,30	2,68	2,27	1,12
15:00:00 - 15:30:00	29,24	6,00	3,89	5,86	1,22	0,82	0,55	63,73	13,08	8,48	12,77	2,67	1,79	1,20
15:30:00 - 16:00:00	29,08	6,02	4,00	5,96	1,00	0,66	0,54	63,79	13,20	8,77	13,07	2,20	1,46	1,18
16:00:00 - 16:30:00	24,59	5,90	4,23	6,55	1,08	0,97	0,54	57,84	13,88	9,96	15,40	2,54	2,28	1,27
16:30:00 - 17:00:00	23,19	6,15	4,25	6,51	1,10	1,01	0,50	55,91	14,83	10,25	15,70	2,64	2,44	1,21
17:00:00 - 17:30:00	24,25	6,41	4,25	6,47	1,67	1,20	0,38	56,66	14,97	9,92	15,12	3,91	2,81	0,90
17:30:00 - 18:00:00	25,01	6,34	4,33	7,28	1,69	1,06	0,42	56,48	14,32	9,79	16,44	3,81	2,39	0,95
18:00:00 - 18:30:00	39,06	8,54	5,18	7,90	1,38	1,55	0,37	65,01	14,21	8,62	13,15	2,30	2,57	0,61
18:30:00 - 19:00:00	39,94	8,36	5,99	7,77	1,19	1,68	0,33	65,55	13,73	9,83	12,75	1,95	2,75	0,54
19:00:00 - 19:30:00	41,66	7,80	7,26	8,02	0,95	1,63	0,18	66,26	12,41	11,54	12,76	1,52	2,59	0,29
19:30:00 - 20:00:00	41,04	7,97	7,60	7,74	1,38	1,67	0,25	65,39	12,70	12,11	12,32	2,20	2,65	0,39
20:00:00 - 20:30:00	42,03	9,16	7,37	7,79	1,55	1,62	0,35	64,73	14,11	11,36	11,99	2,38	2,49	0,54
20:30:00 - 21:00:00	43,45	9,31	7,32	8,08	1,01	1,58	0,31	65,61	14,06	11,06	12,20	1,52	2,39	0,47
21:00:00 - 21:30:00	44,52	9,31	7,34	7,37	0,67	1,79	0,10	66,89	13,99	11,02	11,07	1,01	2,69	0,16
21:30:00 - 22:00:00	43,28	9,56	7,49	7,49	0,63	1,78	0,03	65,74	14,52	11,37	11,38	0,96	2,70	0,05
22:00:00 - 22:30:00	37,52	9,15	7,22	6,12	0,70	1,81	0,00	63,78	15,55	12,28	10,40	1,20	3,08	0,00
22:30:00 - 23:00:00	33,80	8,99	6,49	6,72	1,10	1,98	0,00	60,51	16,10	11,62	12,03	1,97	3,55	0,00
23:00:00 - 23:30:00	21,48	7,57	5,32	5,96	1,27	1,92	0,00	51,70	18,23	12,81	14,35	3,05	4,62	0,00
23:30:00 - 24:00:00	19,11	7,75	4,57	5,21	0,89	1,79	0,07	50,69	20,55	12,11	13,82	2,36	4,76	0,20
24:00:00 - 24:30:00	10,27	6,22	3,50	3,11	0,71	0,96	0,00	43,05	26,10	14,66	13,03	2,98	4,03	0,00
24:30:00 - 25:00:00	8,69	5,62	2,88	2,83	0,54	0,89	0,00	42,17	27,27	13,97	13,72	2,63	4,31	0,00
06:00:00 - 12:00:00	13,83	4,44	4,87	4,02	0,96	0,66	0,20	49,12	15,78	17,31	14,28	3,40	2,36	0,70
12:00:00 - 18:00:00	28,63	6,35	4,89	5,24	1,27	1,07	0,50	61,42	13,63	10,50	11,23	2,72	2,29	1,07
18:00:00 - 25:00:00	33,27	8,24	6,11	6,58	1,00	1,62	0,14	62,23	15,41	11,42	12,30	1,87	3,02	0,27
06:00:00 - 25:00:00	25,67	6,44	5,33	5,35	1,07	1,14	0,27	59,27	14,88	12,32	12,35	2,47	2,64	0,63

Fonte: Ibope 2011.

Quadro 2- Audiência e Share da Faixa Horária das Regiões Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro.

	AUDIÊNCIA - 2011					SHARE - 2011				
	INTER TV PLANÍCIE	RECORD	BAND	SBT	REDE TV	INTER TV PLANÍCIE	RECORD	BAND	SBT	REDE TV
06:00:00 - 06:30:00	8,09	4,04	0,83	2,66	1,48	46,88	23,37	4,79	15,39	8,57
06:30:00 - 07:00:00	8,99	5,28	0,79	2,60	1,55	45,88	26,97	4,04	13,29	7,90
07:00:00 - 07:30:00	14,17	9,12	0,82	4,26	0,99	46,51	29,94	2,69	13,98	3,26
07:30:00 - 08:00:00	14,41	9,18	0,82	4,50	1,02	45,70	29,11	2,60	14,27	3,24
08:00:00 - 08:30:00	19,11	9,80	1,16	6,74	1,71	47,01	24,11	2,84	16,58	4,21
08:30:00 - 09:00:00	19,73	9,55	1,06	7,18	1,65	47,96	23,21	2,58	17,45	4,00
09:00:00 - 09:30:00	22,98	8,00	0,53	8,20	1,52	52,90	18,41	1,22	18,88	3,51
09:30:00 - 10:00:00	23,07	7,86	0,50	8,18	1,61	52,61	17,93	1,13	18,66	3,67
10:00:00 - 10:30:00	23,98	8,49	0,41	7,79	2,06	51,33	18,16	0,89	16,67	4,40
10:30:00 - 11:00:00	23,55	8,41	0,41	7,59	2,03	51,02	18,21	0,90	16,43	4,40
11:00:00 - 11:30:00	22,46	10,14	0,58	6,37	1,91	48,76	22,01	1,25	13,82	4,14
11:30:00 - 12:00:00	22,08	11,02	0,68	5,53	1,81	48,63	24,27	1,51	12,17	3,99
12:00:00 - 12:30:00	29,79	18,67	1,87	3,70	2,81	49,38	30,95	3,10	6,13	4,65
12:30:00 - 13:00:00	30,31	18,77	1,69	3,72	2,94	50,13	31,04	2,79	6,14	4,86
13:00:00 - 13:30:00	37,22	16,80	1,07	3,30	1,74	59,29	26,76	1,71	5,25	2,77
13:30:00 - 14:00:00	38,32	13,65	0,91	2,95	1,52	62,95	22,42	1,50	4,84	2,50
14:00:00 - 14:30:00	39,83	11,75	0,47	3,30	1,53	64,80	19,12	0,76	5,37	2,49
14:30:00 - 15:00:00	41,80	11,25	0,34	3,26	1,42	66,76	17,96	0,55	5,20	2,27
15:00:00 - 15:30:00	41,92	9,72	0,49	4,02	1,58	68,05	15,77	0,79	6,52	2,57
15:30:00 - 16:00:00	41,80	9,49	0,49	4,29	1,52	68,68	15,60	0,80	7,04	2,49
16:00:00 - 16:30:00	34,71	11,83	0,64	4,84	1,44	61,92	21,10	1,15	8,63	2,57
16:30:00 - 17:00:00	31,72	12,68	0,72	4,85	1,34	58,24	23,29	1,32	8,90	2,45
17:00:00 - 17:30:00	31,91	16,12	1,31	5,34	1,52	54,81	27,69	2,25	9,16	2,60
17:30:00 - 18:00:00	33,41	17,11	1,46	5,27	1,65	55,18	28,26	2,41	8,71	2,73
18:00:00 - 18:30:00	48,65	18,10	1,30	3,50	2,24	66,25	24,65	1,77	4,77	3,04
18:30:00 - 19:00:00	48,60	18,30	1,46	3,89	2,44	65,52	24,67	1,97	5,24	3,29
19:00:00 - 19:30:00	49,24	21,25	1,04	4,73	2,47	63,35	27,34	1,34	6,09	3,18
19:30:00 - 20:00:00	48,75	21,07	1,09	4,45	2,30	63,43	27,41	1,42	5,79	3,00
20:00:00 - 20:30:00	51,90	19,36	0,75	4,65	3,03	65,35	24,38	0,95	5,86	3,82
20:30:00 - 21:00:00	53,39	17,81	0,18	4,63	3,07	67,27	22,44	0,22	5,83	3,87
21:00:00 - 21:30:00	54,70	15,34	0,18	4,58	3,35	70,78	19,85	0,23	5,93	4,34
21:30:00 - 22:00:00	54,79	14,98	0,14	3,98	3,33	71,67	19,60	0,19	5,21	4,36
22:00:00 - 22:30:00	47,50	14,59	0,24	4,48	3,06	67,87	20,85	0,35	6,40	4,37
22:30:00 - 23:00:00	39,92	16,32	0,36	4,81	3,07	60,94	24,91	0,56	7,35	4,69
23:00:00 - 23:30:00	26,61	15,48	0,57	4,21	2,88	51,66	30,05	1,10	8,16	5,59
23:30:00 - 24:00:00	23,41	13,73	0,53	3,95	2,67	50,11	29,39	1,14	8,45	5,71
24:00:00 - 24:30:00	13,27	7,44	0,38	2,12	1,58	49,78	27,90	1,44	7,96	5,91
24:30:00 - 25:00:00	12,13	6,19	0,35	1,79	1,21	52,43	26,74	1,52	7,73	5,21
06:00:00 - 12:00:00	18,55	8,41	0,72	5,97	1,61	49,22	22,31	1,90	15,83	4,28
12:00:00 - 18:00:00	36,06	13,99	0,95	4,07	1,75	60,08	23,30	1,59	6,78	2,92
18:00:00 - 25:00:00	40,92	15,71	0,61	3,98	2,62	63,78	24,49	0,96	6,21	4,09
06:00:00 - 25:00:00	32,32	12,86	0,75	4,64	2,03	59,31	23,60	1,38	8,51	3,72

Fonte: Ibope 2011.

Quadro 3- Audiência e Share da Faixa Horária da Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro.

	AUDIÊNCIA 2011							SHARE 2011						
	INTER TV SERRA+MAR	OUTRAS	SBT	RECORD	BAND	REDE TV	TV BRASIL	INTER TV SERRA+MAR	OUTRAS	SBT	RECORD	BAND	REDE TV	TV BRASIL
06:00:00 - 06:30:00	5,61	2,09	1,52	0,55	0,09	0,40	0,16	54,96	20,42	14,93	5,43	0,89	3,87	1,60
06:30:00 - 07:00:00	7,90	2,23	1,54	0,55	0,13	0,63	0,16	61,08	17,26	11,89	4,29	0,98	4,90	1,26
07:00:00 - 07:30:00	14,65	4,40	2,68	1,29	0,43	0,58	0,16	61,99	18,61	11,35	5,45	1,83	2,45	0,69
07:30:00 - 08:00:00	16,19	4,79	3,17	1,13	0,49	0,58	0,16	63,12	18,66	12,36	4,39	1,93	2,25	0,64
08:00:00 - 08:30:00	22,29	5,73	5,28	1,86	0,68	0,96	0,23	62,87	16,16	14,89	5,24	1,91	2,72	0,66
08:30:00 - 09:00:00	21,96	5,92	5,56	1,95	0,58	0,96	0,23	61,51	16,59	15,58	5,46	1,62	2,70	0,66
09:00:00 - 09:30:00	21,69	6,95	6,00	2,08	0,95	1,33	0,63	57,46	18,40	15,90	5,52	2,50	3,52	1,66
09:30:00 - 10:00:00	21,00	6,76	6,35	2,02	0,84	1,32	0,59	56,35	18,13	17,06	5,42	2,24	3,54	1,59
10:00:00 - 10:30:00	19,76	7,26	6,50	2,18	0,80	1,03	0,41	54,28	19,94	17,86	5,99	2,20	2,83	1,13
10:30:00 - 11:00:00	18,26	7,35	6,23	2,29	0,84	0,99	0,13	52,91	21,30	18,04	6,62	2,44	2,88	0,37
11:00:00 - 11:30:00	17,75	7,11	5,84	2,12	1,31	0,92	0,12	52,44	21,01	17,25	6,27	3,87	2,72	0,35
11:30:00 - 12:00:00	17,76	6,96	5,31	2,24	1,79	0,81	0,15	53,01	20,77	15,86	6,68	5,34	2,43	0,44
12:00:00 - 12:30:00	33,27	6,04	4,57	3,52	3,15	1,10	0,36	68,07	12,35	9,35	7,20	6,44	2,25	0,74
12:30:00 - 13:00:00	33,53	6,24	4,19	3,44	3,90	1,10	0,40	67,86	12,63	8,47	6,95	7,89	2,22	0,80
13:00:00 - 13:30:00	33,45	7,81	4,87	4,62	2,09	1,08	0,36	65,50	15,28	9,54	9,04	4,10	2,12	0,71
13:30:00 - 14:00:00	32,69	8,59	4,75	4,61	1,73	1,13	0,36	64,30	16,89	9,35	9,06	3,39	2,22	0,71
14:00:00 - 14:30:00	30,55	10,97	5,91	4,48	1,29	2,05	0,47	59,40	21,32	11,49	8,71	2,51	3,99	0,92
14:30:00 - 15:00:00	30,21	11,42	6,23	3,37	1,03	2,08	0,54	59,27	22,40	12,22	6,61	2,02	4,08	1,06
15:00:00 - 15:30:00	28,96	11,17	7,03	3,18	0,82	2,89	0,41	57,57	22,20	13,98	6,32	1,63	5,75	0,82
15:30:00 - 16:00:00	28,63	10,79	7,38	3,19	0,67	2,94	0,39	57,51	21,67	14,82	6,40	1,35	5,90	0,78
16:00:00 - 16:30:00	27,99	10,11	8,58	2,91	0,75	2,87	0,55	56,45	20,38	17,29	5,87	1,52	5,78	1,11
16:30:00 - 17:00:00	26,13	9,58	8,61	2,59	0,85	2,89	0,55	55,36	20,29	18,24	5,48	1,81	6,13	1,16
17:00:00 - 17:30:00	29,25	10,23	9,52	3,13	2,37	1,73	0,55	57,32	20,06	18,66	6,14	4,65	3,38	1,08
17:30:00 - 18:00:00	32,73	10,42	9,06	3,09	2,80	1,41	0,55	61,07	19,44	16,90	5,76	5,23	2,63	1,03
18:00:00 - 18:30:00	52,32	10,55	8,43	3,19	3,36	1,35	0,29	73,28	14,78	11,81	4,46	4,71	1,89	0,40
18:30:00 - 19:00:00	53,93	10,87	8,53	3,60	3,02	1,16	0,47	74,07	14,93	11,72	4,94	4,14	1,59	0,64
19:00:00 - 19:30:00	58,37	11,07	8,80	4,45	3,08	1,25	0,36	74,87	14,19	11,28	5,71	3,95	1,60	0,46
19:30:00 - 20:00:00	57,62	10,45	8,23	4,71	3,25	1,28	0,37	74,79	13,56	10,68	6,11	4,22	1,67	0,48
20:00:00 - 20:30:00	61,70	12,03	7,55	4,15	2,09	2,26	0,25	76,15	14,84	9,32	5,12	2,58	2,78	0,31
20:30:00 - 21:00:00	63,12	12,25	8,06	4,26	1,76	2,37	0,25	77,07	14,96	9,84	5,20	2,15	2,89	0,31
21:00:00 - 21:30:00	64,06	13,83	8,24	4,00	2,04	2,63	0,20	75,75	16,36	9,74	4,73	2,42	3,12	0,23
21:30:00 - 22:00:00	63,95	14,23	8,21	3,49	1,97	2,63	0,20	75,77	16,86	9,73	4,14	2,33	3,12	0,23
22:00:00 - 22:30:00	55,75	14,16	7,15	2,87	1,29	2,47	0,04	74,90	19,03	9,61	3,85	1,74	3,32	0,05
22:30:00 - 23:00:00	45,46	13,58	6,19	2,91	1,28	2,46	0,06	70,54	21,07	9,61	4,51	1,99	3,82	0,09
23:00:00 - 23:30:00	29,36	11,46	4,51	3,00	1,50	1,85	0,06	61,73	24,10	9,49	6,31	3,15	3,88	0,12
23:30:00 - 24:00:00	23,47	10,65	3,93	2,99	1,29	1,50	0,06	57,90	26,27	9,70	7,37	3,19	3,71	0,14
24:00:00 - 24:30:00	13,15	7,32	2,07	1,65	0,65	0,48	0,06	55,92	31,12	8,78	7,01	2,76	2,05	0,23
24:30:00 - 25:00:00	10,98	6,66	1,65	1,29	0,59	0,27	0,06	54,63	33,11	8,22	6,43	2,95	1,36	0,27
06:00:00 - 12:00:00	17,07	5,63	4,67	1,69	0,74	0,88	0,26	57,39	18,93	15,69	5,68	2,50	2,95	0,88
12:00:00 - 18:00:00	30,62	9,45	6,72	3,51	1,79	1,94	0,46	60,82	18,76	13,36	6,97	3,55	3,85	0,91
18:00:00 - 25:00:00	46,66	11,37	6,54	3,32	1,94	1,71	0,19	72,45	17,65	10,15	5,16	3,02	2,66	0,30
06:00:00 - 25:00:00	32,25	8,95	6,01	2,87	1,51	1,52	0,30	65,79	18,25	12,25	5,85	3,09	3,10	0,61

Fonte: Ibope 2011.

Como nem todas emissoras têm jornal de manhã⁴⁹ e à noite com área de cobertura nas regiões citadas (Serrana, dos Lagos, Baixada Litorânea, Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro), optou-se pelo horário entre 12h e 12h30 para ter uma base da audiência dos telejornais do meio-dia. As emissoras que apresentaram as maiores audiências na Região dos Lagos e na Baixada Litorânea

⁴⁹ Essa seleção foi realizada em 2011.

foram a Rede Intertv (32,8), a Rede Record (6,64) e o SBT (3,47). Nas regiões Norte e Noroeste, a Rede Intertv (29,79), a Rede Record (18,67) e o SBT (3,70). E, por fim, na Região Serrana, a Rede Intertv (33,27), o SBT (4,57) e a Rede Record (3,52). Nesse último dado da Região Serrana, esclarece-se que a Rede Record transmite o telejornal produzido na capital, no Rio de Janeiro, e não o telejornal regional feito em Campos dos Goytacazes. A partir dessa análise e critério exposto, optou-se pelo estudo dos telejornais do RJ Intertv 1ª Edição, da Rede Intertv, com sede em Cabo Frio, e do Balanço Geral, da Rede Record, com sede em Campos dos Goytacazes.

4.3.2 Seleção da amostragem da CT&I e tematização das notícias nos Telejornais Regionais

Na observação dos telejornais, a pesquisa levou em consideração as mensagens verbais e os gêneros do telejornalismo, explicados no capítulo 2, páginas 56 e 57, (*nota simples, nota coberta, nota pé, cabeça do apresentador, reportagem, entrevista, entrada ao vivo do repórter, escalada, tesar, passagem de bloco, satndy up, povo fala, áudio tape e editorial*). Para cada gênero do telejornal foi classificado um tema. É importante explicar ainda que durante essa classificação, a pesquisa estabeleceu os seguintes critérios:

- A *cabeça do apresentador* para chamar uma *reportagem* não precisou ter o mesmo tema para a *reportagem* ou *nota pé*;
- Considerou-se que em uma *nota simples* tivesse mais de um tema apenas se a informação dada mudasse bruscamente para outra. Isso porque o estudo percebeu que na verdade havia duas *notas simples* lidas seguidamente e não uma *nota simples* com dois temas diferentes. Exemplo: uma *nota simples* sobre a previsão do tempo na qual o apresentador emendou como a informação de um buraco de rua. Reparem que foram verificados dois temas: Meteorologia e Comunidade e Serviço, respectivamente;
- A *passagem de bloco* (a chamada de *reportagens* para o próximo bloco) foi desprezada na contagem deste estudo;
- A *escalada* e os *teaser* também não foram considerados na coleta de dados;

- Por uma questão de critérios metodológicos, as notícias sobre as datas comemorativas, de uma maneira geral, foram identificadas como Curiosidade.

Assim, realizou-se a Análise de Conteúdo em dois momentos. Primeiro foram identificadas as notícias sobre CT&I por quatorze palavras-chave, como mostra a Tabela 5:

Tabela 1- Relação do número de notícias coletadas entre 01/07 e 31/07/2012.

	RJ Intertv 1ª Edição	Balanço Geral
Ciência	0	0
Tecnologia	0	1
Bem-estar	0	0
Desenvolvimento	0	1
Qualidade de vida	0	2
Pesquisa	5	4
Curiosidade	0	2
Estudo	2	0
Científico	0	0
Investigação científica	0	0
Descoberta	1	1
Inovação	0	0
Inclusão social	0	0
Universidade	3	0

Fonte: Acervo da autora.

O estudo também classificou as demais notícias dos telejornais por outros temas. Para a elaboração desse ranking temático, o trabalho buscou exemplos de outros estudos acadêmicos para orientar a classificação das categorias temáticas exibidas pelos telejornais. O embasamento teórico foi encontrado nos trabalhos de Lopes (1999) e Soares (2002) que elaboraram uma lista das categorias temáticas dos principais assuntos exibidos pelos noticiários. Para esta pesquisa, a lista de temas foi adaptada e modificada, como se explica a seguir:

- *Meio Ambiente*: assuntos que envolvem a questão ambiental, como poluição, mortandade de peixes, preservação de áreas, criação de parques naturais, entre outros;
- *Culinária*: assuntos sobre a culinária de um modo geral, como preparação de receitas e dicas de gastronomia;
- *Comportamento*: assuntos relacionados às ocorrências comuns na cidade ou na vida das pessoas que tem como principal enfoque o comportamento humano ou animal;
- *Moda*: assuntos sobre roupas e acessórios;
- *Economia*: este tema pode estar relacionado a outros assuntos como comercialização da safra e venda de produtos. O que é considerado neste caso são assuntos que alteram economicamente a vida das pessoas, como aumento da gasolina, do pão, dos juros bancários e das tarifas públicas;
- *História*: assuntos com enfoque no desenvolvimento do homem no tempo, analisando os processos históricos, personagens e fatos para poder compreender determinado período histórico, cultura ou civilização;
- *Educação*: temas relacionados com ensino, escolas, aulas, cursos de graduação e pós-graduação, vestibular, congressos, seminários, entre outros;
- *Religião*: assuntos com enfoques exclusivos em temas religiosos;
- *Curiosidade*: fatos sem repercussão social, mas que podem ser notícia porque são curiosos;
- *Meteorologia*: informações sobre a previsão do tempo ou assuntos relacionados às mudanças climáticas;
- *Emprego, Cursos e Concursos*: assuntos relacionados à inserção do trabalhador no mercado de trabalho, como dicas de emprego, curso ou concurso;
- *Política*: assuntos ligados às ações dos governos estadual, federal, municipal, além de matérias sobre partidos, eleições, votação de leis, debates na Assembleia Legislativa e na Câmara Municipal;
- *Esportes*: assuntos sobre todo tipo de esporte, como futebol, natação, judô, tênis e outros, incluindo informações sobre competições estaduais, locais ou nacionais;

- *Medicina e Saúde:* informações que atingem diretamente o setor de saúde. Vacinações, epidemias, funcionamento e superlotações de hospitais, descobertas médicas, entre outros assuntos da área da saúde;
- *Comunidade e Serviço:* assuntos relacionados a manifestações de indivíduos que expressem interesses comuns e necessidades mais urgentes por melhores condições de vida, na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa, além de informações que ampliem a participação cidadã;
- *Transporte, Trânsito e Acidentes:* assuntos relacionados diretamente com o fluxo de trânsito das cidades. Tudo que se refira ao movimento de carros, ônibus pedestres, mudanças de itinerários, desvio ou alterações de vias públicas, qualquer tipo de acidentes nas rodovias, cidades, incêndios;
- *Política e Segurança:* assuntos policiais ou relacionados com segurança, como assaltos, assassinatos, sequestros, delegacias;
- *Arte, Cultura e Eventos:* eventos musicais, exposições, shows, palestras, lançamentos de livros, comemorações de datas, desfiles, solenidades militares, entre outros assuntos relacionados ao tema;

Assim, o RJ Intertv 1ª Edição e o Balanço Geral apresentaram os seguintes temas, como mostra a Tabela 6:

Tabela 2- Relação do número de notícias coletadas entre 01/07 e 31/07/2012.

Temas	RJ Intertv 1ª Edição	Balanco Geral
Política	67	34
Medicina e Saúde	81	40
Arte, Cultura e Eventos	125	32
Meio Ambiente	4	5
Esportes	71	149
Transp., Trânsito e Acid.	85	60
Moda	7	0
Economia	9	14
Religião	15	0
Polícia e Segurança	110	127
Educação	13	8
Meteorologia	37	17
História	12	0
Curiosidade	31	11
Comportamento	7	22
Culinária	4	0
Emprego, Cursos e Concursos	66	16
Comunidade e Serviço	83	75

Fonte: Acervo da autora.

Para esta pesquisa, um dos pontos mais complexos na identificação das notícias por tema foi a escolha do assunto abordado pela matéria. Em alguns casos, a notícia deu margem para a escolha de mais de um tema, mas por uma questão de critério metodológico optou-se pelo tema predominante, ou seja, o que se sobressaiu em relação aos demais.

Posteriormente, as matérias de CT&I foram classificadas (*Pesquisa como foco, Pesquisa como referência, Evento científico, Curiosidades, Pesquisa como coadjuvante e Especialista-opinador*) e categorizadas (*Ciências Exatas e da Terra, Ciências Biológicas, Engenharias, Ciências da Saúde, Ciências Agrárias, Ciências*

Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Linguísticas, Letras e Artes), conforme explicado no capítulo 2. Foram apontados outros aspectos das notícias de CT&I, como origem da pesquisa, nacionalidade da pesquisa ou do pesquisador citado, tempo de duração das matérias e localização das notícias no telejornal.

4.3.3 Seleção dos entrevistados jornalistas, assessores de imprensa e pesquisadores

Os jornalistas selecionados foram os gestores do jornalismo das emissoras. A pesquisa entrevistou o Diretor de Jornalismo da Rede Intertv, Luiz Veiga e o Gerente de Jornalismo da Rede Record, Vicente Vetromille, pois enquanto gestores do jornalismo nas empresas têm conhecimento sobre o funcionamento geral da produção de notícias, a organização de trabalho nas emissoras e decidem o que vai *ao ar*. As entrevistas foram realizadas em junho e julho de 2012, respectivamente, com a Record e Intertv.

Para a escolha da assessoria de imprensa, optou-se pela Gerência da Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Diretoria de Informação e Comunicação (DIC) da UENF pela universidade ser um dos maiores celeiros de pesquisadores da área de cobertura das emissoras analisadas e uma das principais instituições de pesquisa pública do Brasil. Segundo o mais novo e abrangente indicador de qualidade desenvolvido pelo Ministério da Educação (MEC), a UENF está entre as 12 melhores universidades brasileiras⁵⁰. O Índice Geral de Cursos da Instituição (IGC) combina parâmetros de avaliação dos cursos de graduação, mestrado e doutorado e traduz o resultado numa pontuação. Numa escala de 0 a 500, a UENF obteve 377 pontos. Foi a única universidade estadual na lista das 12 instituições com a melhor colocação no ranking pelo MEC. No ranking das melhores universidades do Estado do Rio de Janeiro, a UENF obteve a liderança com uma nota de 3,92, correspondente à faixa 4 do Índice Geral de Cursos (IGC) do Ministério da Educação (MEC). No ranking nacional, a UENF ficou atrás da Universidade Esta-

⁵⁰ Disponível em: <http://www.uenf.br/Uenf/Pages/Reitoria/Informe/?modelo=1&cod_pag=433&id=1187971841&np=&p=1&grupo=ASCOM>. Acesso em: 30 dez. 2012.

dual de Campinas (Unicamp), ou seja, é a segunda melhor instituição estadual do país.

De acordo com a assessoria de imprensa, a UENF foi Implantada em 1993 sendo a primeira universidade do Brasil onde todos os docentes têm doutorado e dedicação exclusiva. Aos 19 anos, ocupa a 62^a posição entre as melhores universidades da América Latina, segundo o ranking da Agência Scimago Institutions. A UENF possui cerca de cinco mil alunos distribuídos entre 18 cursos de graduação e 14 programas de pós-graduação, sendo dez com mestrado e doutorado. Devido a esse cenário promissor na área de pesquisas, este trabalho realizou uma entrevista com a Gerente da ASCOM da DIC da UENF, Fúlvia Maria D'Alessandri Muylaert.

Segundo Muylaert, a Assessoria de Comunicação da UENF é responsável por coordenar o fluxo de comunicações internas e externas da instituição, sugerindo diretrizes às instâncias superiores e executando a política de comunicação definida pela instituição. No cotidiano, a assessoria interage com os diversos segmentos da mídia local, regional e nacional e articula os contatos com pesquisadores, autoridades e demais membros da comunidade universitária. Atualmente a assessoria está estruturada nos seguintes subsetores: Jornalismo/Assessoria de Imprensa; Publicidade/Editoração Eletrônica; Cerimonial; e Projetos Especiais. Entre suas atribuições específicas estão à edição da revista *Nossa UENF*, do *Informativo da UENF*, do boletim *ASCOM Informa*, do *Blog Ciência UENF* e a atualização do *Portal da UENF*, além de sugestões de pauta e atendimento a solicitações da imprensa. Também são de responsabilidade da assessoria a programação visual dos mais variados produtos gráficos ou editoriais da UENF (folders, cartazes, sites, peças publicitárias, entre outros), a organização de cerimônias de formatura e de outros eventos e ainda a elaboração de projetos estratégicos para a instituição. Há dez anos na instituição como técnica de nível superior em jornalismo na instituição, Muylaert explicou como funciona o sistema de trabalho na intermediação entre jornalistas e pesquisadores, relatou as principais dificuldades na DC e apontou desafios a serem superados para que haja a compreensão pública do tema. É importante esclarecer que a entrevista foi por e-mail respondido em agosto de 2012.

Por fim, para fechar o ciclo de entrevistas com os principais atores envolvidos no processo de DC nos telejornais regionais, considerou-se fundamental ouvir os pesquisadores. Para isso, adotou-se o seguinte critério. Nas reportagens sobre CT&I

do mês de julho de 2012, período que houve a Análise de Conteúdo do RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral, foram selecionados os pesquisadores e autoridades que falaram sobre os estudos divulgados. Foram eles:

- Paulo Sanguedo, economista (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);
- Carlos Frederico Veiga, presidente em exercício da ASFLUCAN (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);
- Alaécio Pantaleão, administrador (Cabo Frio, Rio de Janeiro);
- Fabiana Aguiar, psicopedagoga (Macaé, Rio de Janeiro);
- Sérgio Prado, representante da União das Indústrias de Cana-de-açúcar (Ribeirão Preto, em São Paulo);
- Luiz Symanski, arqueólogo da Universidade do Paraná (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);
- Dálcio Ricardo de Andrade, professor da UENF (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);
- Fernanda Gripp, SEBRAE (Nova Friburgo, Rio de Janeiro);
- Roberto Rosendo, economista (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);
- Oscar Lara, infectologista (Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro);

Diante dessa lista de entrevistados, optou-se pelos profissionais que falaram sobre a pesquisa desenvolvida por eles ou pelo centro o qual fazem parte. Outro critério foi os entrevistados que integram um centro de pesquisa local da área de cobertura dos veículos analisados, no caso as regiões Norte, Noroeste, Serrana, dos Lagos e Baixada Litorânea do Estado do Rio de Janeiro. Quem se encaixou nessas opções metodológicas foi o pesquisador e professor titular da UENF, Dálcio Ricardo de Andrade. Andrade possui graduação em Ciências Biológicas pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Machado (1971), Graduação em Pedagogia pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Machado (1976), Mestrado em Morfologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (1980) e Doutorado em Morfologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (1990). Aposentou-se como professor titular na Universidade Federal de Viçosa (1995) e atualmente é professor da UENF com experiência na área de Recursos Pesqueiros e Engenharia de Pesca atuando, principalmente, em Piscicultura e Reprodução de Peixes Teleósteos.

A pesquisa realizada pelo professor Andrade na UENF é voltada para a produção de peixes envolvendo os peixes alimentos e ornamentais. Segundo o pesquisador, o objetivo

deste estudo é aperfeiçoar a reprodução de tal forma que possa haver uma oferta regular para que sejam criados em cativeiros ou usados em projetos de repovoamento. De acordo com o professor Dálcio, esse núcleo de pesquisa é formado por dois pesquisadores, um técnico de nível superior e uma população flutuante de alunos de pós-graduação.

5. A ANÁLISE DE DADOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS TELEJORNALIS REGIONAIS DO INTERIOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: RJ INTERTV 1ª EDIÇÃO E BALANÇO GERAL

5.1 A rotina de trabalho nas redações

Nos últimos anos, apesar dos telejornais terem mostrado um pouco mais os bastidores das notícias, a maioria dos telespectadores não tem uma noção exata do que acontece por trás das câmeras. Como acertadamente disse Pachler (2006), “a televisão é feita de gente”. E o resultado do telejornalismo depende do sucesso da equipe. Para explicar esse mundo ainda estranho para muitos, principalmente o das afiliadas que possuem uma rotina específica, este capítulo aborda como é o dia a dia das redações e o esquema de organização dos telejornais RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral. É interessantes analisar o caso das afiliadas que contam com uma equipe reduzida e com um aparato tecnológico que nem sempre atende às necessidades do jornalismo. Este estudo observa ainda que a alta rotatividade de profissionais nas empresas, a falta de qualificação e experiência dos profissionais para lidarem com assuntos específicos, como a CT&I, muitas vezes, colocam em risco a DC no telejornalismo.

Nas afiliadas estimar a quantidade de funcionários que trabalha no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral não é simples. Primeiro porque envolve a divisão de tarefas que não é precisa a ponto de separar os profissionais por telejornal. São poucos os que se dedicam exclusivamente aos telejornais do meio-dia. Dependendo do horário, da escala, do cargo ou da necessidade, os funcionários são recrutados para outras tarefas. Apesar de cada um ter uma função mais ou menos pré-estabelecida, na prática a atividade está sujeita à mudança. Por exemplo, caso falte um funcionário, como a equipe é reduzida, pode haver uma reorganização de funções no grupo. Outro ponto que dificulta essa quantificação de funcionários e a especificação por cargos é alta rotatividade de profissionais que, muitas vezes, saem das afiliadas em busca de salários maiores nas capitais. Soma-se a isso, ao fato da Intertv e da Record terem passado em 2012 por uma fase de intensa de mudança no quadro profissional para aumentar a quantidade e a qualidade da programação.

Em meio a essas indefinições, esta pesquisa faz uma estimativa dos profissionais contratados pelo jornalismo. Em 2012, segundo os responsáveis pelas afiliadas, na Intertv eram cerca de 80 funcionários do jornalismo distribuídos em oito programas. Na Rede Record eram 24 funcionários do jornalismo que atuavam em dois programas. Essa diferença de números entre as empresas deve-se, entre outros fatores, a organização das empresas. Na Record, diferente da Intertv, o editor de imagem, cinegrafista, auxiliar de cinegrafista, operador, entre outros profissionais estão sob a responsabilidade do setor operacional e não do departamento de jornalismo. Por isso, essa discrepância nos números.

A estrutura editorial do jornalismo do RJ Intertv 1ª Edição é composta por: diretor de jornalismo, coordenador de jornalismo, coordenadores de produção, repórteres, cinegrafistas, produtores, editores de imagem e editores de texto. Na Record, o Balanço Geral conta com: gerente de jornalismo, coordenadores de produção, editores de texto e repórteres. Nesse ponto, chama-se a atenção para a organização de trabalho e a logística da produção da notícia. Como as equipes são reduzidas, diversos profissionais sofrem acúmulo de funções e precisam correr, e muito, para colocar a notícia a tempo nos telejornais. Na Intertv, por exemplo, o cinegrafista exerce as funções de motorista e auxiliar de cinegrafista. Na Record, os coordenadores de produção fazem a função de produtor, pauteiro e chefe de reportagem. Isso sem contar que, de uma maneira geral, quando faltam repórteres, os produtores ou editores dobram a jornada muitas vezes.

Em relação à produção de notícias no telejornalismo, Gleiser (1983, p.40) diz que “há um jogo dialético específico da TV entre o formato e a produção de notícias e que se diferencia dos processos específicos de produção das outras mídias.” Salvo algumas peculiaridades, como as diferenças de nomes dos cargos e de distribuição de tarefas, a base da rotina de produção é a mesma entre a Intertv e a Record. Segundo Bergamo (2011), as atividades no telejornalismo são divididas da seguinte forma:

(...) há uma equipe de escuta e produção, responsável pela leitura de jornais, escuta de rádio e atendimento de telefonemas da comunidade sugerindo notícias; há equipes de reportagem, constituídas basicamente por um repórter, um *cameraman*, um operador de áudio e um motorista que chegam, pegam a pauta do dia, veem para onde foram designados, e só voltam depois com a matéria bruta; uma equipe de editores, responsável por pegar as matérias brutas e editá-las para que fiquem prontas para aparecer no telejornal; e os editores-chefes, com quem são discutidas as pautas, as reportagens e os cortes nas edições. Essa matéria bruta é composta por um conjunto de imagens, entrevistas e narrações do repórter que chega muitas vezes a ter 30 minutos. Esse material é passado para o editor de matérias, que fará o arranjo do texto e das imagens até que estejam preparados para entrar no telejornal. (BERGAMO, 2011, p.4),

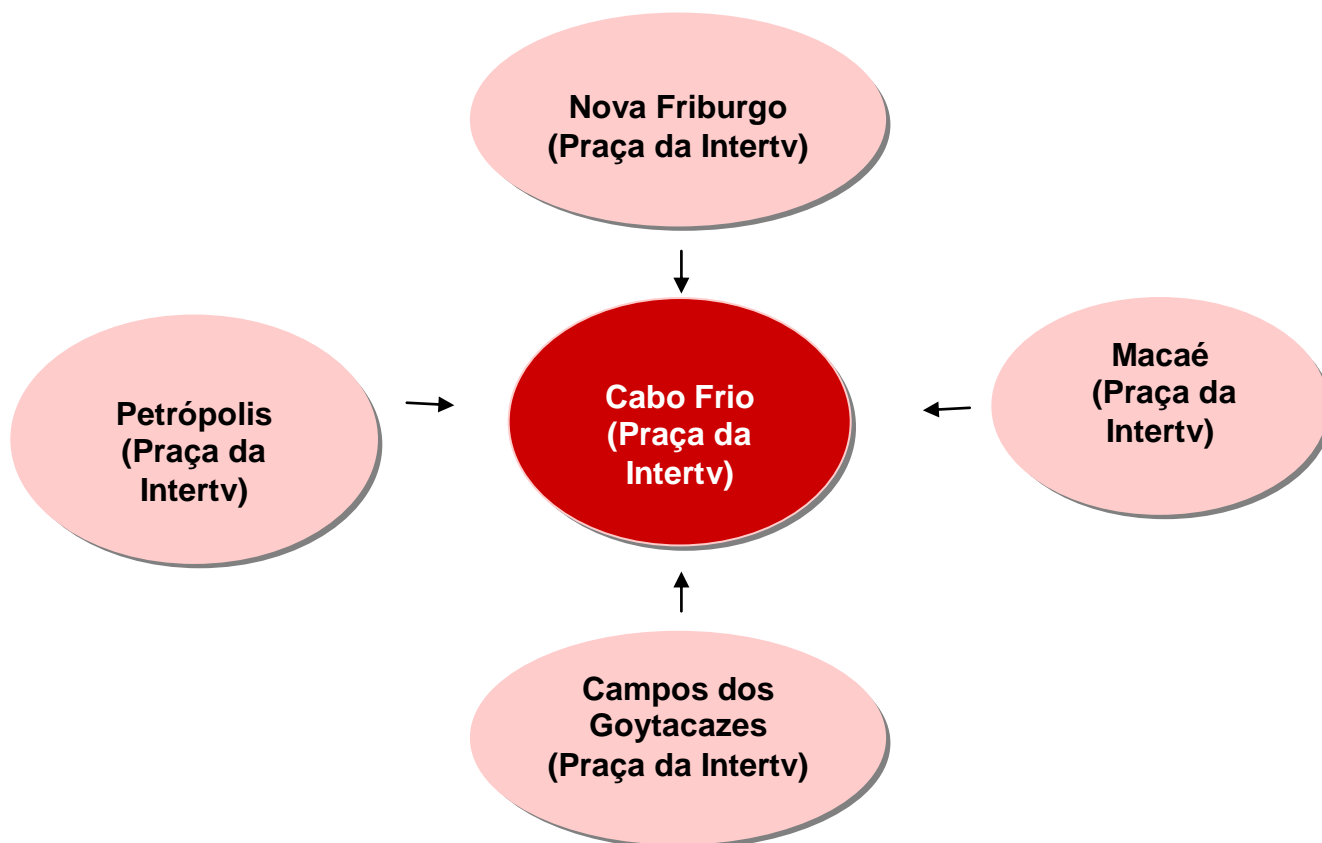
Ou seja, existe uma gama de profissionais envolvidos no telejornalismo para captar, processar e apresentar a informação. Sobre essa produção contínua e acelerada, o Diretor de Jornalismo da Intertv, Luiz Veiga, reforçou a importância da agilidade das equipes.

(...) matéria boa é que vai ao ar. Se o assunto é bom, o assunto é do dia, tem que ir ao ar alguma coisa. (...) Se o repórter quiser ficar na rua, adorando a pílula demais, passar do horário de chegar... "Se eu demorar mais um pouquinho fica nota dez". Então você vai ter que colocar no ar com nota nove. Se ela for dez, ela não entra no jornal. Então, às vezes, você puxa uma pessoa que teria que falar para o *ao vivo*. Assim, você consegue dar uma dimensão do que está acontecendo na cidade, sem abrir mão do conteúdo.

Arbex (2000, p.68) defende que "para esses profissionais, pressionados pelo ritmo industrial de produção de notícias e com poucas oportunidades de refletir sobre essas questões, a mídia funciona mais ou menos como um espelho neutro, sobre o qual a realidade inscreve os seus traços". Como as equipes são enxutas, a correria é ainda maior. Trazendo essa análise à luz desta pesquisa, como as matérias sobre CT&I exigem mais tempo de produção e captação de imagens que outras, como as matérias de buracos de rua, por exemplo. E por não serem uma prioridade, em relação aos factuais (as matérias que aconteceram no dia e não podem ser guardadas para ser colocadas no dia seguinte, como os acidentes de carros e apreensões de drogas), a DC fica prejudicada. Ou seja, se teve um acidente e uma equipe está na gravação de uma matéria de CT&I, como nem sempre tem outra equipe disponível na rua naquele momento, a gravação é interrompida e precisa ser remarcada.

Compreendido esse funcionamento básico dos telejornais e como as notícias de CT&I estão inseridas nesse contexto, chama-se a atenção para as outras

particularidades que moldam o sistema de trabalho. Uma delas é o esquema de cobertura do jornalismo. A afiliada da Globo, a Rede Intertv, tem sede em Cabo Frio, mas tem praças em Campos dos Goytacazes, Petrópolis, Nova Friburgo e Macaé, como mostra o Fluxograma 1:



Fluxograma 1 - Esquema de cobertura jornalística da Intertv com as praças para o RJ Intertv 1ª Edição. Fonte: Acervo da autora.

As praças (Campos dos Goytacazes, Petrópolis, Nova Friburgo e Macaé) enviam as informações e matérias para serem editadas em Cabo Frio, onde o jornal é apresentado. Isso exige organização das equipes. É preciso estabelecer os horários de gerações das praças e edição das matérias para não haver “congestionamento”. Além disso, as reportagens precisam estar disponíveis para a geração o mais cedo possível para que haja tempo hábil de edição.

Sobre a produção da notícia e organização das equipes é interessante detalhar ainda que os textos dos repórteres, independente da praça onde trabalham, são corrigidos pelos editores de texto de Cabo Frio para que possam ser gravados pelo repórter e gerados com as imagens da matéria. Essa correção do texto é feita

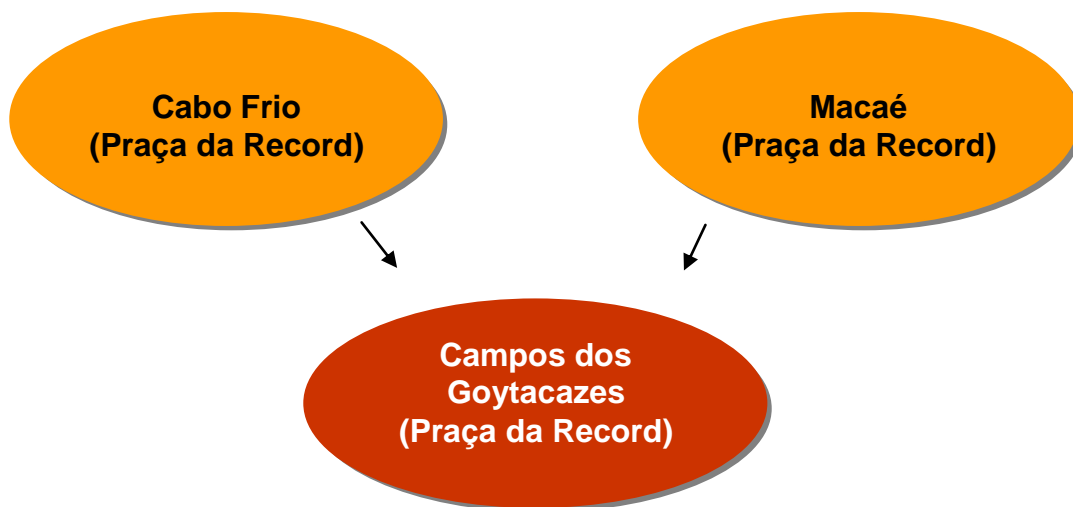
em um sistema chamado *Inews*. O *Inews* é um programa de banco de dados utilizado para comunicação interna e pesquisa de informações pelos funcionários da Rede Intertv. Por exemplo, o repórter de uma praça digita o texto e o editor consegue visualizá-lo *on line* e fazer as correções. Todo o conteúdo dos telejornais fica arquivado no *Inews* e pode ser acessado por qualquer jornalista da empresa. Para isso, basta digitar palavras-chave ou ir direto ao ícone de interesse. É um programa de busca do jornalismo, como mostra a Figura 5 abaixo:



Figura 5- Sistema *Inews* utilizado pela Intertv. Fonte: Sistema *Inews*.

Em síntese, as informações do lado esquerdo da tela do computador são as pastas onde são guardadas as informações. Na parte superior, existe um correio onde os funcionários comunicam-se *on line*. A parte central em amarelo aponta onde o material que está sendo visualizado/ digitado/ corrigido está localizado no jornal. E por fim, na parte inferior da tela, está o texto. O Balanço Geral também utiliza um sistema parecido para auxiliar na comunicação interna dos funcionários, só que se chama *Anews*.

O esquema de cobertura da Rede Record segue um modelo diferente da Intertv, como mostra o Fluxograma 2:



Fluxograma 2- Esquema de cobertura jornalística da Record para o Balaço Geral. Fonte: Acervo da autora.

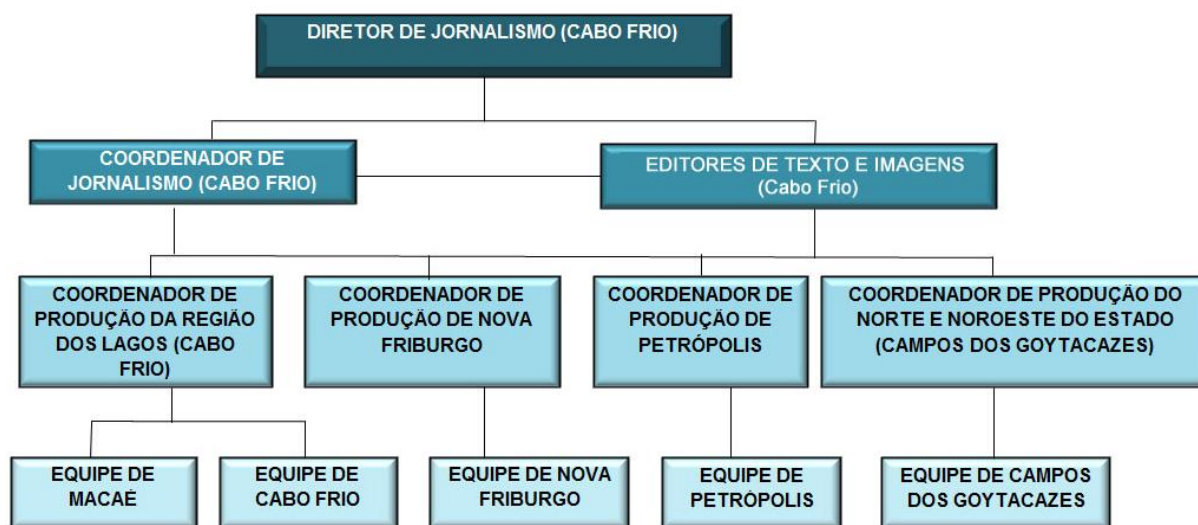
A Record tem sede em Campos dos Goytacazes e possui praças em Cabo Frio e Macaé. Diferente da Intertv, o jornalismo da Record não cobre a Região Serrana.

As informações e matérias das praças (Cabo Frio e Macaé) são geradas para sede (Campos dos Goytacazes) onde o jornal é apresentado. Outra diferença da Intertv é que o material das praças para o Balaço Geral é enviado editado.

Em relação à rotina do RJ Intertv 1ª Edição, Veiga resumiu o jornal do meio-dia assim:

O que acontece, todos os dias, depois da edição que vai ao ar, (...) a gente faz uma reunião de avaliação do jornal do dia e imediatamente a gente faz uma reunião para definir como vai ser o jornal do dia seguinte. Nessa reunião, todas as nossas cinco praças apresentam o cardápio do que vai ter do dia, e aí a gente vai decidir qual vai ser o espelho do jornal. Quem define isso é a chefia de redação de Cabo Frio, que a coordenadora de jornalismo com os editores dos telejornais. Nessa reunião vamos falando com as produções de todas as praças. Então as produções vão ter que correr atrás do dia seguinte. Dentro do assunto apresentado, o cardápio é escolhido e, às vezes, fica em aberto e à tarde vai definindo. À tarde vai aprovando outras sugestões que implica, às vezes, em pela manhã haver mudanças. Porque acordamos em um dia que não era para ter greve e tem greve, por exemplo. Então a gente vai ter que cair com o que estava previsto para fazer a greve. E tudo isso, no nosso modelo, passa por uma conversa da Praça de Cabo Frio. (...) Qualquer alteração do RJ 1 passa por Cabo Frio.

Para facilitar a compreensão, observe o Organograma 1:

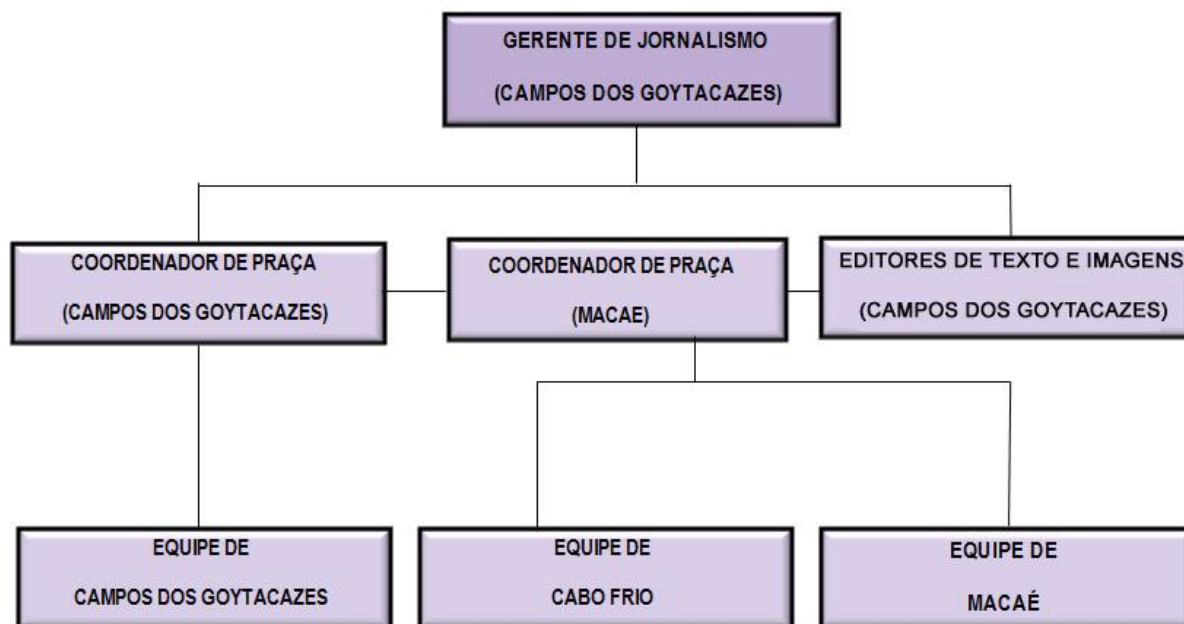


Organograma 1- A produção do RJ Intertv 1ª Edição. Fonte: Acervo da autora.

As equipes mostradas acima são formadas por repórteres, cinegrafistas e produtores. Estrategicamente, estão posicionadas nas áreas de cobertura da afiliada para dar suporte a sede. Para facilitar o tráfego de informações, cada região tem uma coordenação de produção que é responsável pelo gerenciamento das equipes (cinegrafistas, repórteres e produtores). Assim, a comunicação fica centrada nesses profissionais que passam as informações para a sede e podem coordenar as atividades das equipes para atender as demandas do RJ Intertv 1ª Edição.

Em relação à linha editorial, seja na Intertv ou Record, quem é responsável pelo conteúdo é o editor-chefe. O editor-chefe possui editores de texto e imagem para ajudá-lo nessa empreitada. Esse trabalho é feito em comunhão com o coordenador de jornalismo que exerce a função de chefe de reportagem. O coordenador de jornalismo é responsável pelos coordenadores de produção das praças e, conseqüentemente, pela logística do funcionamento de todas as equipes. Como existem outros jornais na empresa, o coordenador de jornalismo cuida para que todos os programas sejam atendidos, não beneficiando apenas um único telejornal com conteúdo.

No Balanço Geral, a organização está simplificada no Organograma 2:



Organograma 2- A produção do Balanço Geral. Fonte: Acervo da autora.

Na Record, a função de chefia de reportagem é exercida pelos coordenadores de praça. É importante detalhar ainda que no caso da Record, as equipes de Campos, Cabo Frio e Macaé englobam produtor, repórter, cinegrafista, auxiliar de cinegrafista, motorista e editor de imagem. Ou seja, os editores de imagem estão na sede e nas praças, o que facilita e agiliza o trabalho, principalmente, dos profissionais da sede. Mesmo assim, para o Gerente de Jornalismo da Rede Record, Vicente Vetromille, a principal dificuldade enfrentada pelo telejornalismo é a falta de editores.

Temos poucos editores de imagem e poucos editores de texto. Então isso acaba atrapalhando um pouco a equipe. Por exemplo, uma matéria que não deu tempo de editar vira *link* ou vira uma *cabine* ou vira um *locc off*. Ao passo que você vê que na Intertv, você tem quatro editores de imagem e quatro que vão trabalhar no jornal. Então todos eles ganham acúmulo. Aqui nós temos dois editores de imagem, agora é que nós temos mais um que ajuda a editar, então são três. A nossa diferença é que a Record é maior, mas a Intertv ganha porque tem mais editores suficientes para fazer uma boa edição.

Segundo Cook (2011, p.1), a produção da notícia pode ser entendida como um “processo coletivo definido pelas rotinas do jornalismo como instituição e pelas escolhas implícitas nessas rotinas, que são aceitas e reproduzidas no cotidiano de produção da notícia”. Para esta pesquisa, também é a rotina de trabalho das

afiliadas e a organização nas redações, o que remete a confirmação da Teoria do *Newsmaking*, que determinam as informações noticiadas pelos telejornais. Em relação da organização da equipe para produzir as matérias sobre CT&I Vetromille disse que

Não temos nem gente capacitado para ser setorizado. Na Globo Rio, por exemplo, eu sei que tem gente que fica especializado na Fundação Getúlio Vargas, no IBGE, vira e mexe você vê que tem uma materinha sobre o assunto. Aqui é impossível ter um setor que seja setorizado porque tem pouca gente.

E isso, é claro, reflete nos telejornais, como será mostrado ao longo desta dissertação.

5.2 O perfil, o público e o interesse dos telejornais pelas notícias de CT&I

O Balanço Geral e o RJ Intertv 1ª Edição são telejornais que passam na hora do almoço e, por isso, precisam atrair a atenção de um público heterogêneo e pulverizado. O Diretor de Jornalismo da Intertv, Luiz Veiga, afirma que

É um tempo muito grande e difícil, pois tem um público heterogêneo. Você faz um jornal que tem muita criança na sala, tem muita dona-de-casa. Então você tem que temperar o telejornal com notícia e também e com entretenimento para que você consiga manter a audiência positiva.

Embora haja essa grande variedade de público, gostos e interesses, a Intertv e a Record fazem um jornalismo voltado para um público-alvo. É importante então que se saiba quem é o público para que se possa compreender a dinâmica dos assuntos priorizados nos telejornais. Durante as entrevistas para este trabalho, Veiga e Vetromille conversaram sobre a pesquisa do Ibope de 2011 e aproveitaram para explicar sobre o perfil dos jornais do meio-dia.

Segundo os responsáveis pelos departamentos de jornalismo da Intertv e Record, nos últimos dez anos, aproximadamente entre 2002 e 2012, os telejornais do interior do Estado do Rio de Janeiro sofreram avanços. Houve transformações que alteraram a concepção dos telejornais em apresentar as notícias. Veiga contou que

(...) as pessoas identificavam nas pesquisas que o apresentador sentado era uma coisa muito distante. Apareceu até comentários assim “nossa, ela tem perna”, “ela anda”, como se fosse um robô que tivesse apresentado o telejornal. Então levantar, interagir um pouco mais, tem uma troca, de um apresentador olhar para o outro, melhorou bastante. Embora o público também ache que o apresentador não tem que ficar de pé o tempo todo. Então tem que temperar esse formato. O nosso jornal é mais conversado. O formato que a gente propõe é com duas pessoas. A gente observa que as pessoas gostam depois da matéria uma observação, não é um editorial. Mas ela espera um comentário. E ela se identifica muito quando o apresentador se coloca como um cidadão também.

Diferente do RJ Intertv 1ª, o Balaço Geral segue com um apresentador e, se comparado ao telejornal da Intertv, é muito mais conversado e descontraído para este trabalho. Permite, por exemplo, que o apresentador interaja com o telespectador por meio de brincadeiras e premiações. Vetromille enfatizou que o Balaço Geral é:

(...) um jornal na verdade com cara de programa. É um jornal que leva a notícia ao ar, mas tem entretenimento. Então essa é a proposta do Balaço Geral. Ser um jornal diferente dos outros, que seja um jornal leve e ao mesmo tempo sério.

Em contrapartida, Veiga disse que o RJ 1ª Edição

(...) é um jornal de notícias. A gente segue uma linha que a notícia segue uma prioridade. A gente não quer fazer uma revista no RJ 1. A gente entende que a população precisa saber naquele horário de meio-dia, o que foi notícia na cidade. O que de principal aconteceu ali. Então segue o princípio do que é mais importante ali que é o factual relevante.

De uma maneira geral, observa-se que o jornalismo das afiliadas adaptou-se as tendências das linhas editoriais das emissoras e, claro, as percepções sobre as preferências do telespectador com base na audiência. A meta das afiliadas é fazer com que os telejornais se aproximem ao máximo da realidade do público, fazendo com que os noticiários sejam muito mais que uma opção do telespectador. O objetivo é fazer o jornal seja um amigo, companheiro ou parente (VIZEU, 2008) que passa uma informação interessante. Acerca dessa relação com o público, Veiga explicou que houve não só uma mudança na maneira da abordagem dos jornalistas, mas também na forma de produzir a notícia.

O repórter não é apenas uma pessoa que está distante do fato. Ele está também vivendo aquilo ali com a comunidade. Inclusive a Globo está com uma aproximação tão grande, em alguns lugares, que chegou ao ponto de você deixar os repórteres morando em algumas comunidades dentro da casa das pessoas. Em vez dela ir para lá e colocar o repórter e o cinegrafista em um hotel, eles levam uma equipe para aquela comunidade e a equipe passa a acompanhar a rotina daquela família.

Segundo Veiga e Vetromille, a Intertv e a Record seguiram as tendências dessa “nova maneira” de fazer jornalismo. Houve mais agilidade e mobilidade de cobertura, principalmente, com o aumento do número de funcionários e com a chegada de equipamentos mais modernos. Apesar de não ser ainda o ideal para o jornalismo, segundo os gestores, houve mudanças significativas nas empresas. De acordo com Vetromille, a quantidade de funcionários.

Quase dobrou porque nós tivemos contratações em Campos, criações de novos cargos, contratação de novos repórteres. Nas praças de Cabo Frio e Macaé, lá nós tínhamos um repórter. Hoje nós temos dois em Cabo Frio e dois em Macaé. Dois produtores em Cabo Frio e dois produtores em Macaé.

Veiga citou o ano de 2011 como decisivo nas mudanças dentro da empresa.

Além de ter o jornal centralizado em Cabo Frio, a gente conseguiu regionalizar os telejornais aqui do grupo. A gente passou a ter no final de 2011 o jornal para Campos, à noite, e um jornal para Friburgo. Que são coisas que tendem a potencializar a nossa participação nas comunidades e a aumentar a audiência inclusive para outros telejornais. Você tem RJ 2, você também chama para o RJ1.

Além disso, explicou que atualmente o número de matérias editadas no dia para o jornal é maior que há alguns anos devido ao crescimento no número de equipes. “A gente tinha muita matéria de gaveta que era feita um dia anterior. Às vezes, o burburinho do dia era desconsiderado e virava uma nota em vez de virar uma reportagem”, disse Veiga. Para Vetromille, o ano de 2008 é que foi de grandes conquistas. “A gente arreventou. A equipe estava toda feliz!”, brincou, ao recordar que a afiliada tinha atingindo uma audiência. Entre as novidades estavam “mais matérias, mais links, mais praças”, disse o gestor de jornalismo da Record.

Houve uma mistura de profissionais seniores e juniores em ambas as afiliadas, o que para Veiga, foi um dos fatores que motivou as grandes mudanças na empresa. “A pessoa nova chega sem experiência, mas chega com muita vontade de experimentar e se desafiar. Então, quando você consegue ter no grupo pessoas mais seniores e mais jovens, você vai conseguir dar uma oxigenada na equipe”.

Apesar de existir uma carência de números confiáveis capazes de identificar o percentual e o perfil da população brasileira dos telejornais (COUTINHO, 2003), a Intertv e a Record citam a *classe C*⁵¹ como predominante nos telejornais do meio-dia e demonstraram um enorme interesse pela *classe A*. Veiga comentou que a *classe A* qualifica a audiência e, por isso, agrada aos anunciantes e conseqüentemente as emissoras. Segundo o diretor de jornalismo da Intertv, de acordo com a pesquisa do Ibope, o RJ Intertv 1ª Edição teve uma audiência do *público C* expressiva e “as *classes D e E* são um pouco menores, embora no todo a gente tenha uma audiência maior e no *D e E* tende a ser um pouco menor. *A e C* seriam maior no caso”, afirmou. Já Vetromille apontou que mesmo período da pesquisa da Intertv, o Balanço Geral teve 70% do público *C e D*. “Fica nessa faixa *C e D*, *A e B*. *A* teve 30%”. Assim, baseados nesses dados, as afiliadas fazem um telejornal com enfoque na *classe C* e “de olho” na *classe A*.

Quando questionados sobre os principais temas⁵² priorizados nos jornais do meio-dia, apesar do diretor de jornalismo da Intertv ter explicado que o telejornal não defende um tema e sim um factual relevante, ambos citaram *Polícia e Segurança e Comunidade e Serviço* como assuntos com forte apelo nos noticiários. A Intertv incluiu *Transporte, Trânsito e Acidentes* e a Record acrescentou *Esportes*. Veiga explicou que a escolha dos temas segue os critérios, é claro, dos *valores de notícia*, mas também do interesse do público que acompanha o telejornal.

A população quando você faz qualquer tipo de pesquisa, geralmente a questão da segurança pública é apontada como uma das principais preocupações. (...) A gente tendo a pesquisa, a gente tende a direcionar um pouco a cobertura, dentro do que é a preocupação. Então vamos tentar entender um pouco mais as causas da violência. Então você tem os crimes mais fortes, você tem os julgamentos, que são os casos que a gente fica na cola também, tem toda uma movimentação.

Vicente corrobora e acrescenta que

⁵¹ O IBGE (2010) divide as categorias das classes sociais de acordo com a renda familiar mensal. A *classe C* é composta de famílias com renda entre R\$ 1.200 e R\$ 5.174. Estão na *classe E* as pessoas com renda de até R\$ 751. Na *classe D* figuram as famílias que recebem entre R\$ 751 e R\$ 1.200 por mês. Já a *classe B* inclui pessoas com renda familiar entre R\$ 5.174 e R\$ 6.745. Qualquer família que ganhe mais do que isso por mês é considerada *classe A* pelo IBGE.

⁵² Na entrevista foram apresentados: Culinária; História; Religião; Moda; Meio Ambiente; CT&I; Educação; Curiosidade; Economia; Emprego, Cursos e Concursos; Meteorologia; Comportamento; Arte, Cultura e Eventos; Política; Medicina e Saúde; Transporte, Trânsito e Acidentes; Comunidade e Serviço; Polícia e Segurança; Esportes. Foi aberta a possibilidade de citar outro tema.

A Polícia e Segurança estão em primeiro lugar porque é factual. É um assunto que as pessoas gostam de ver. Não tem jeito, você pode abrir um belo jornal com uma matéria de economia, mas se você colocar uma grande operação todo mundo quer saber o que é.

Em relação ao interesse sobre os assuntos de CT&I, ambos disseram que fazem DC, mas não é um assunto prioritário. O diretor de jornalismo da Intertv explicou da seguinte forma:

Na minha avaliação você tem que dar a CT&I no dia a dia do jornal, mas ela não é uma prioridade no nosso esquema de cobertura. Mas temos sim interesse em saber o que as faculdades estão produzindo, principalmente as federais, de conteúdo. Agora também aqui entra o critério da curiosidade (...) e a questão da utilidade da pesquisa. (...) O público quer coisas que tenham utilidade na vida dele. (...) É até um pedido nosso e a Globo tem isso, dentro dos próprios princípios editoriais, de incentivar o meio ambiente, a saúde, e a propagação de boas ideias.

Para tentar quantificar o grau de interesse do Balanço Geral e RJ Intertv 1ª Edição nas notícias ligadas à CT&I, este trabalho apresentou uma escala de 1 a 10 aos gestores de jornalismo, sendo 1 pouco interesse e 10 muito interesse. Apesar de não ser uma prioridade, Veiga apontou 10, mas fez uma ponderação. “Pelo bom assunto. A CT&I pode abrir um jornal nosso”, garantiu. Vetromile manifestou que embora goste do tema, disse que o grau de interesse do Balanço Geral é 5.

Em geral, ambos defendem que os jornais são comunitários. Mas é preciso esclarecer que há visões distorcidas sobre a comunicação comunitária. Segundo Peruzzo (2011), não basta o veículo ser local e abordar sobre as coisas do lugar e “gozar de aceitação pública” para ser comunitário. De acordo com Peruzzo (2011),

A comunicação comunitária que vem sendo gestada no contexto dos movimentos populares **é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns. É sem fins lucrativos e se alicerça nos princípios de comunidade**, quais sejam: implica na participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; na propriedade coletiva; no sentido de pertença que desenvolve entre os membros; na corresponsabilidade pelos conteúdos emitidos; na gestão partilhada; na capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; no poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura. Portanto, é uma comunicação que se compromete, acima de tudo, com os interesses das “comunidades” onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania. (PERUZZO, 2011, p.6, grifo nosso)

Contudo, Peruzzo (2011) percebe que é válido apropriar-se desse espaço reservado às práticas associativas comunitárias para ampliar o número de emissores para democratizar a comunicação para que seja cidadã.

5.3 Os temas divulgados pelo RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral

Embora os responsáveis pelo jornalismo da Intertv e Record tenham apontado o perfil e os temas mais divulgados pelos telejornais do meio-dia, esta pesquisa fez uma investigação por meio de Análise de Conteúdo para saber se de fato é o que acontece na prática. Com base nos dados coletados em julho de 2012, os telejornais apresentaram os seguintes resultados expostos na Figura 6:

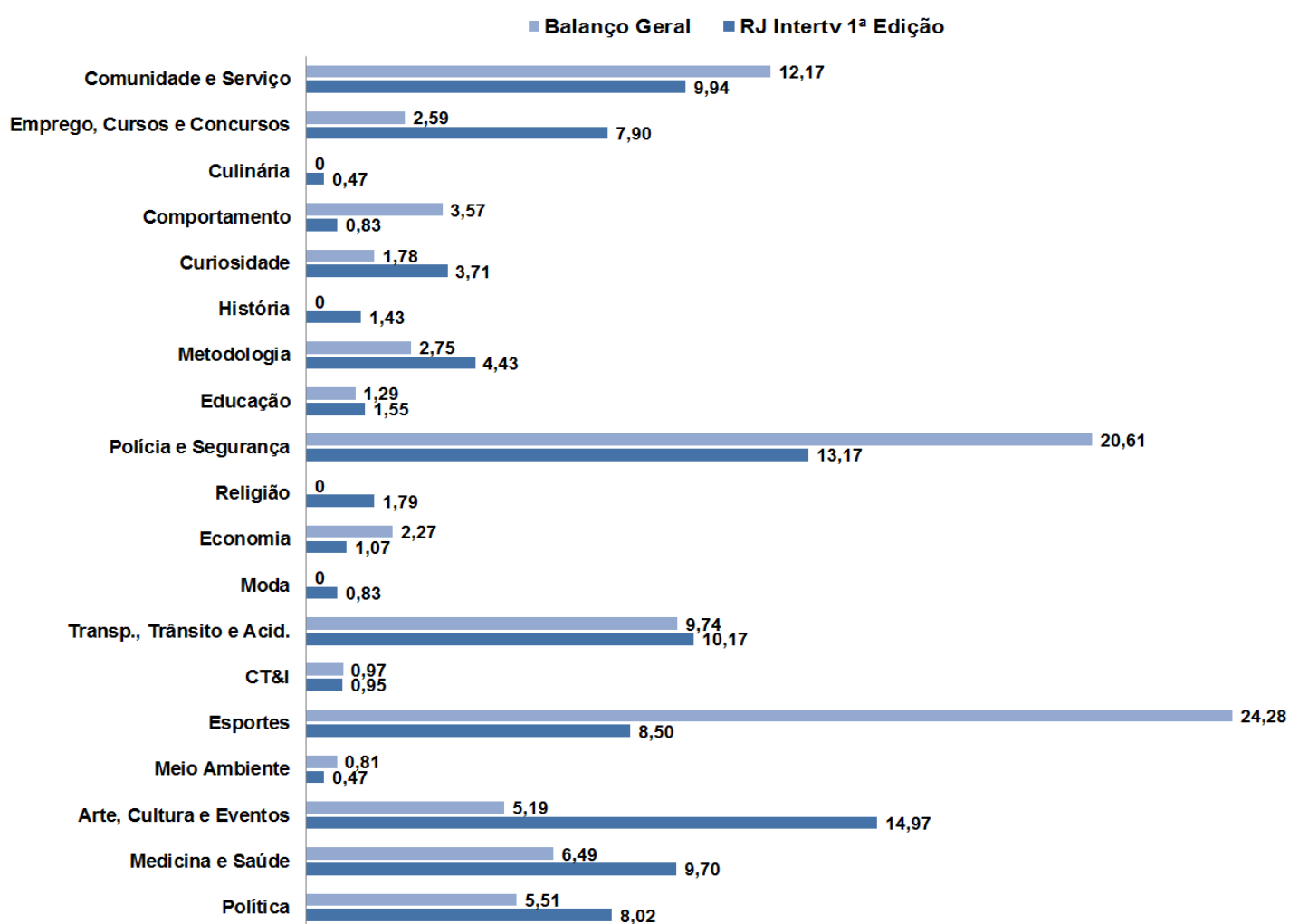


Figura 6- Classificação por temas dos telejornais do meio-dia, da Rede Intertv e Rede Record, dos dados coletados no mês de julho de 2012 (%). Fonte: Acervo da autora.

Este trabalho chama a atenção para o fato de apesar do RJ Intertv 1ª Edição ter aproximadamente 45 minutos de duração e o Balanço Geral ter 1 hora e 15 minutos, a Intertv obter 835 temas enquanto a Record teve 616. Para esta pesquisa, um dos principais fatores que levou o Balanço Geral a exibir menos temas em relação ao outro, apesar do tempo de duração ser maior, deve-se ao formato do programa. No Balanço Geral o apresentador conversa bem mais tempo sobre a mesma notícia que a Intertv. As reportagens geralmente seguem esse padrão mais conversado e acabam que são maiores que no RJ Intertv 1ª Edição.

5.4 A seleção das notícias de CT&I e tematização das demais nos Telejornais Regionais

A Análise de Conteúdo apresentou dados diferentes dos apontados pelos responsáveis pelos jornalismo da Intertv e Record. Apesar do Diretor de Jornalismo da Intertv, Luiz Veiga, ter indicado que no RJ Intertv 1ª Edição os temas *Polícia e Segurança*; *Comunidade e Serviço*; *Transporte, Trânsito e Acidentes* possuem prioridades, o que teve mais destaque no jornal no mês de julho de 2012 foi *Artes, Cultura e Eventos* (14,97%), como mostra a Figura 7:

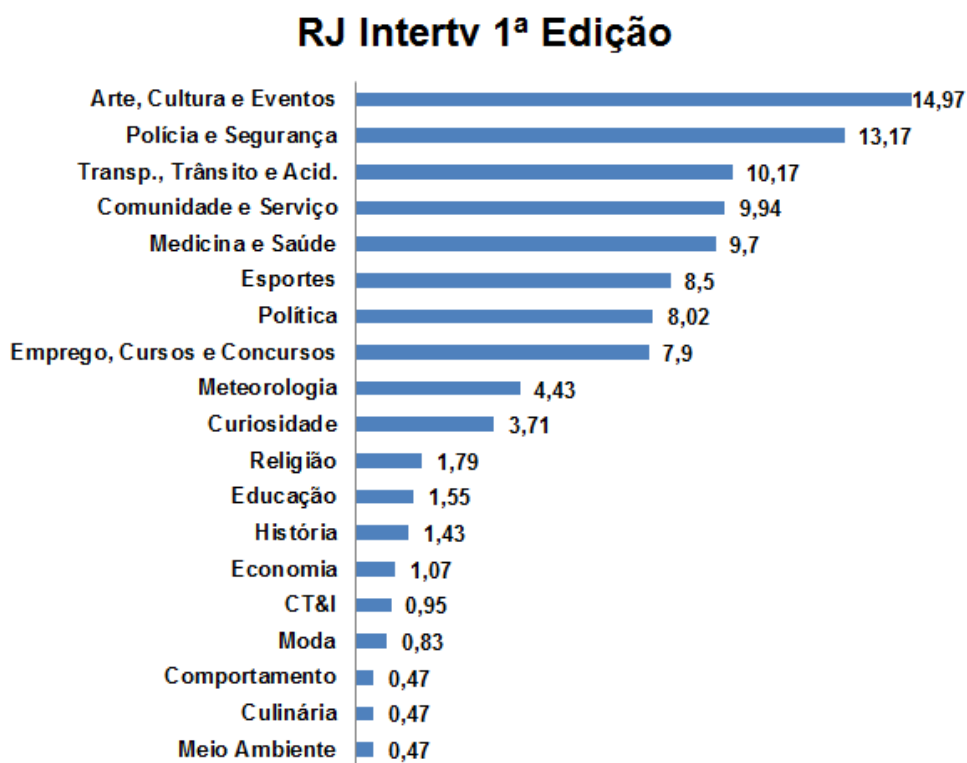


Figura 7- Temas divulgados pelo RJ Intertv 1ª Edição em julho de 2012 (%). Fonte: Acervo autora.

Este trabalho verificou que a frequência do tema foi potencializada devido a um quadro do programa, o *Agenda Cultural*, que passa no final do jornal de sexta-feira. Na sequência dos temas mais divulgados, vieram *Polícia e Segurança* (13,17%), *Transporte, Trânsito e Acidentes* (10,17%) e *Comunidade e Serviço* (9,94%). No RJ Intertv 1ª Edição, os assuntos menos divulgados no RJ Intertv 1ª Edição foram: *Meio Ambiente* (0,47%) e *Culinária* (0,47%). O tema *Meio Ambiente* que traz informações como a educação ambiental não teve qualquer tipo de destaque nos noticiários. Apesar de não ser o foco deste trabalho, esse fato chamou a atenção, pois o assunto é atual e fundamental para a conscientização da população sobre a importância individual e coletiva da preservação do meio ambiente.

No Balanço Geral, o tema mais divulgado foi *Esportes* (24,28%), como mostra a Figura 8:

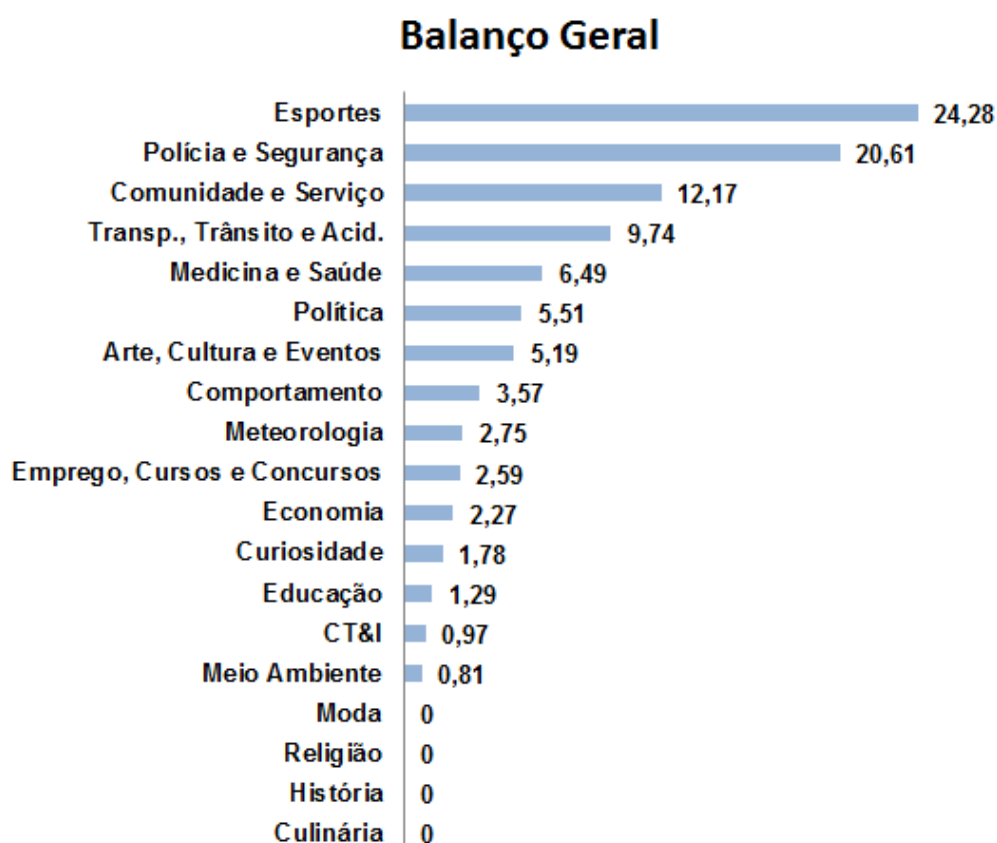


Figura 8- Temas divulgados pelo Balanço Geral em julho de 2012 (%). Fonte: Acervo da autora.

Na Record, o perfil do jornal apresentado pelo Gerente de Jornalismo, Vicente Vetromille, foi mais fiel nesse sentido. Na entrevista apontou em ordem *Polícia e*

Segurança; Comunidade e Serviço; Esporte. De fato, o *Esporte* está entre os temas mais divulgados pelo o jornal sendo inclusive dada uma atenção maior aos atletas e times da área de cobertura da empresa. Em sequencia vieram *Polícia e Segurança* (20,61%) e *Comunidade e Serviço* (12,17%). Os assuntos que não foram abordados pelo jornal foram *Moda* (0%), *Religião* (0%), *História* (0%) e *Culinária* (0%).

Observa-se que, com exceção de *Artes, Cultura e Eventos*, por causa do quadro da Intertv, e *Esportes*, da Record, as afiliadas apresentaram rankings temáticos parecidos. Na opinião de Souza (1992), que fez uma pesquisa de acompanhamento em quatro telejornais nacionais (Jornal Nacional/ TV Globo, Jornal da Manchete; Rede Manchete, TJ Brasil/ SBT e Jornal Bandeirantes/ Rede Bandeirantes) durante um mês, os telejornais de todas as redes segue a um mesmo padrão de notícias. De acordo com Souza (1992, p.17 e18), “dão praticamente um mesmo peso, espaço e tempo para os mesmos temas, é como se houvesse uma agenda escolhida”.

Outro fato que chamou a atenção deste estudo durante a comparação entre os telejornais é que o RJ Intertv 1ª Edição abordou sobre todos os temas elencados por este trabalho. Para esta pesquisa, esse dado aponta que o jornal da Intertv mostra mais variedades que o Balanço Geral.

Em relação à *CT&I*, foco desta dissertação, o tema ocupou o 15º lugar no ranking do RJ Intertv 1ª Edição e 14º lugar no Balanço Geral. Não houve muita discrepância entre os dados das afiliadas, como mostra a Figura 9:

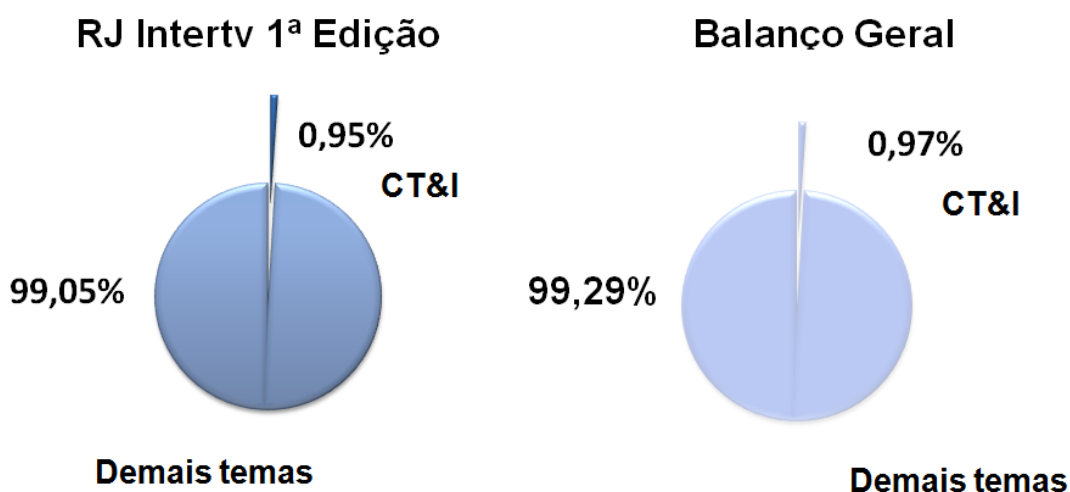


Figura 9- A presença da CT&I nos telejornais. Fonte: Acervo autora.

Segundo a Análise de Conteúdo, das 42 horas de telejornalismo do meio-dia da Record e Intertv foram destinados menos de 1% às notícias sobre CT&I. Juntas, as notícias das afiliadas sobre o tema levaram aproximadamente 25 minutos, em julho de 2012. Isso pela análise quantitativa, pois na análise qualitativa a situação é ainda mais preocupante.

5.4.1 Análise qualitativa da divulgação científica nos telejornais

A Análise de Conteúdo do mês julho de 2012 identificou um total de 22 palavras-chave. Ao todo, foram 15 matérias. Em algumas, houve o aparecimento de mais de uma vez de uma palavra-chave.

Em relação ao gênero, as matérias de CT&I apresentaram o resultado da Figura 10:

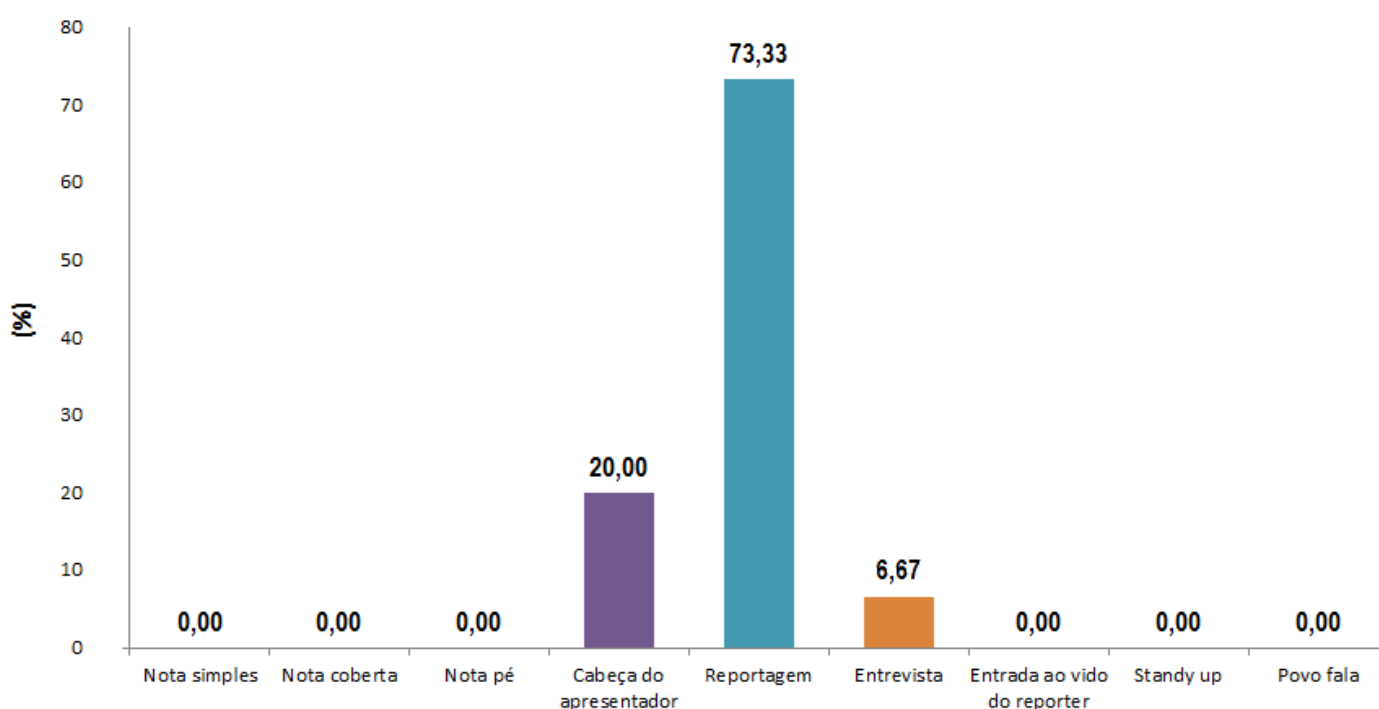


Figura 10- Os gêneros informativos de CT&I no RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral de julho de 2012 (%). Fonte: Acervo da autora.

Identificou-se que as matérias de CT&I quando aparecem nos telejornais são divulgadas mais em forma de reportagem (73,33%). Esse gênero, considerado por Rezende (2000) o mais completo do telejornal (texto, imagens, presença do apresentador, do repórter e entrevistados), chama a atenção para a necessidade que a imagem tem na televisão quando o assunto é CT&I. Apesar de ser meio que um pré-requisito do veículo na exibição da notícia, percebe-se que na DC isso é mais acentuado. Esse resultado da Figura 10 corrobora com os dados coletados nas entrevistas com os responsáveis pelo jornalismo da Record e da Intertv. Vetromille quando questionado sobre quando a CT&I viram notícia respondeu que

Quando você consegue ver a matéria, consegue ver a imagem. Porque, às vezes, você pode ter alguma coisa muito técnica. Mas geralmente eu pergunto: que imagem a gente vai ter? Eu gosto muito desse assunto. A gente fez uma vez uma matéria muito boa. Mas tem que ter imagem.

Veiga concordou Vetromille e reforçou que a notícia de CT&I

(...) precisa de imagem para contar a história. Pode ser uma pesquisa maravilhosa, mas se for apenas pesquisa, não tiver imagem, ela vai ser uma nota ou uma entrevista no telejornal. Não vai virar uma reportagem. Não tem como eu transformar em uma reportagem. Para o jornal pode ser uma reportagem maravilhosa, mas para a televisão ela não vai ser. Então tem que saber o formato que aquilo vai ter, de acordo com a imagem que vai proporcionar para que a gente faça. Se você tem lá um contexto de laboratório, você vai ter que ir lá e mostrar o laboratório. Se for uma coisa só teórica fica mais difícil de você traduzir. Ou vai fazer uma arte para contar essa história ou vai ter que viajar para fazer isso, como é que eu conto essa história?

Os recursos gráficos, como a Computação Gráfica, são paliativos para a falta de imagem, mas como as afiliadas possuem limitações de recursos materiais e humanos, não é tão simples fazer uma arte mais elaborada para o mesmo. Por isso, afirma-se que as pesquisas locais quando não tem imagens ficam desfavorecidas nos telejornais regionais.

Em uma análise mais detalhada nas entrevistas dos especialistas, verificou-se que nem sempre os entrevistados compartilham o conhecimento científico com a população. A entrevista apontada na Figura 10 foi realizada pelos apresentadores da Intertv sobre a difícil tarefa de conciliar a dupla jornada (trabalho e estudo). O administrador de empresas convidado conversou por 2 minutos e 44 segundos sobre algo que é senso comum: de ter uma agenda e força de vontade para

conseguir dar conta das tarefas. Um dos apresentadores até brincou e disse: “A pergunta de um milhão de dólares: como administrar o tempo para encaixar tudo isso? Tem que ter agenda?”, o entrevistado respondeu:

Pois é, tem que ter uma agenda, né?! O tempo hoje é muito dinâmico, o mundo hoje é dinâmico. A gente tem toda a pressão do mundo por trabalhos, por metas, né... e a pessoa que trabalha e estuda precisa ter realmente esse plano. O que ele quer ser, como ele quer ser, como quer ser visto e onde quer estar daqui a um determinado tempo. E fazer isso de forma que priorize as suas atividades. Ao priorizar as suas atividades evidentemente que ai vai ser possível o que tem que fazer primeiro. É trabalhar, é estudar? Como que ele encaixa? É renuncia, não é?! Eu sempre falo que tudo isso é renúncia

Por isso, apesar dessa entrevista ter sido identificada na Análise de Conteúdo como uma matéria de CT&I, em uma análise mais detalhada verificou-se que a notícia não é de DC. E essa não foi a única. Das 15 matérias de CT&I, quase a metade (46,66%) não atendeu as definições conceituais dos termos. Ou seja, o déficit de DC nos telejornais regionais é ainda maior do que o apontado na análise de conteúdo deste trabalho.

Em relação à categorização por áreas de conhecimentos abordadas, referentes às Grandes Áreas do Conhecimento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-CNPq, as 15 matérias apresentaram os resultados que estão na Figura 11:

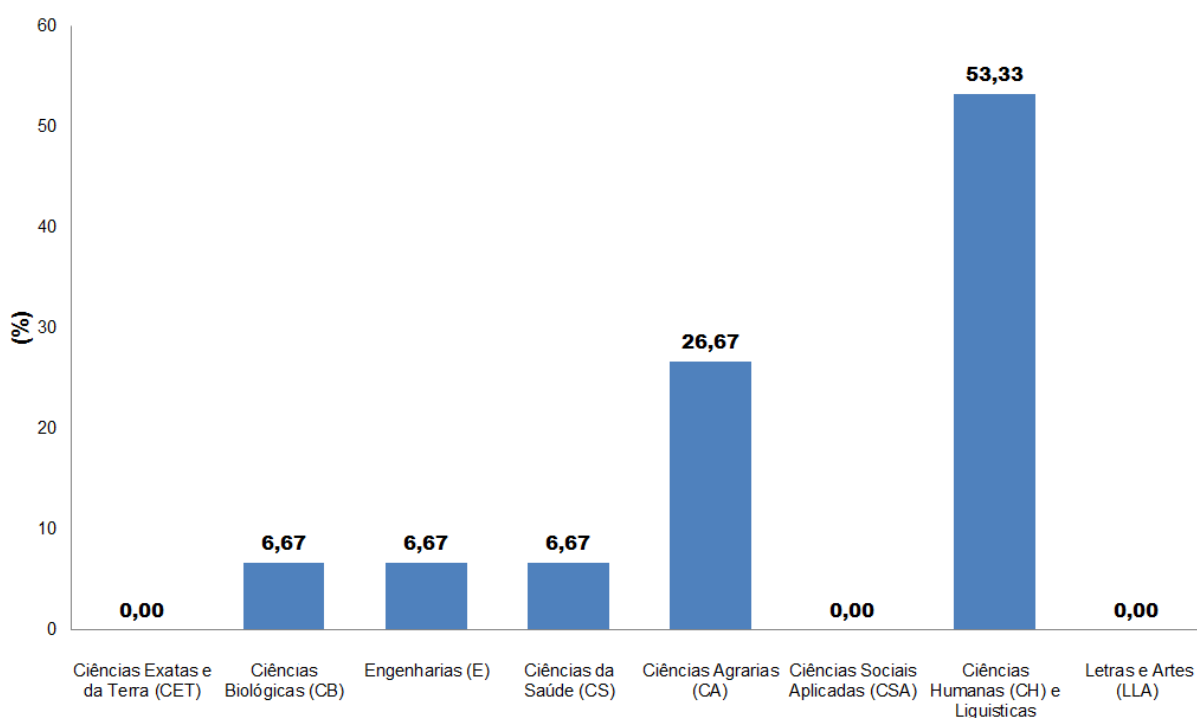


Figura 11- A categorização das matérias de CT&I. Fonte: Acervo da autora.

Mais da metade dos assuntos (53,33%) de CT&I é de Ciências Humanas e Linguísticas. Em contrapartida, outras Ciências, como *Exatas e da Terra, Sociais Aplicadas e Letras e Artes* não apareceram nos telejornais em julho de 2012. Para este trabalho, a falta de imagem das pesquisas para colocar na televisão pode ter influenciado nesse resultado. A questão da linguagem adequada para o veículo pode ser outro fator. O diretor de jornalismo da Rede Intertv disse que os pesquisadores e assessores precisam fazer o seguinte questionamento: “Como é que eu traduzo essa pesquisa, para um veículo de TV aberta, de forma que essa pesquisa fique interessante, de forma que quem assista se sinta informado e veja uma utilidade naquilo cotidiano?”, explicou Veiga. Para esta pesquisa, as habilidades inerentes à profissão, como a facilidade de se expressar em público, podem influenciar a DC. Pesquisadores das áreas de humanas geralmente têm facilidade de comunicação oral, se comparados aos de Exata, por exemplo. É claro que existem outros fatores para que a CT&I vire notícia, mas a imagem e a linguagem são as principais para este trabalho devido à importância que os responsáveis pelos telejornais deram a elas nas entrevistas.

Em relação à classificação, que segue a proposta de Gomes *et al.* (2009) das matérias de CT&I, explicado no capítulo 2, páginas 57 e 58, teve a seguinte distribuição que está na Figura 12:

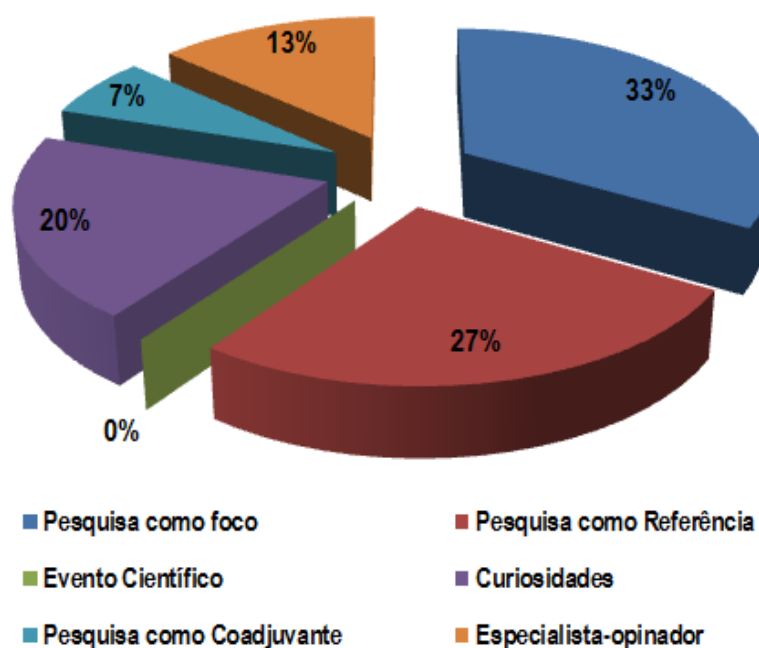


Figura 12- A classificação das matérias de CT&I. Fonte: Acervo da autora.

A *Pesquisa como Foco*, cujo principal objetivo é a investigação acadêmica desenvolvida nas universidades e instituições de pesquisa, ficou em primeiro lugar com 33%. É interessante observar que apesar de existir uma ideia que a CT&I aparecem quando são curiosidades, este trabalho verificou que a *Pesquisa como Foco* sobressaiu em relação às demais formas de divulgação. Ou seja, pelo menos na coleta de dados deste trabalho, o tema não aparece na televisão só quando intriga os telespectadores. Mas observou-se que, apesar de Gomes *et al.* (2009) dizerem que é comum o uso de números e infografias nesse tipo de pesquisa, a maioria das matérias não apresentou recursos para facilitar a compreensão pública Ciência. Além disso, nenhuma das *Pesquisas em Foco* mostrou as fases do processo científico, nem a metodologia adotada.

É importante reforçar que o conhecimento científico difere dos demais conhecimentos (popular, filosófico e teológico) pela metodologia que chega aos resultados. Por isso, sem Ciência não há metodologia. Assim, questiona-se até que ponto então os telejornais fazem DC. Em uma matéria, por exemplo, exibida no dia 20 de julho de 2012 sobre um medicamento para a prevenção da Aids, no primeiro Bloco do Balanço Geral, a repórter falou na *passagem*:

Recentemente os Estados Unidos aprovaram mais uma *descoberta* científica: o uso do medicamento truvada como forma de prevenção contra a doença. A droga já é usada desde 2004 no país e na Europa, mas as pesquisas apontam que o remédio pode prevenir novos contágios em pessoas saudáveis.

Logo em seguida teve o *off*:

Este infectologista que já prescreveu o medicamento fala sobre a pesquisa.

E, posteriormente, um infectologista de Campos dos Goytacazes disse:

Foram feitos estudos em homossexuais em que se comprovou uma redução na transmissão de 44% a 75 % em pacientes pertencentes a um determinado grupo de risco no caso homossexuais, com sexo não seguro.

Mas a reportagem não explicou qual foi a instituição responsável pela pesquisa e o trabalho da equipe até chegar à descoberta, ou seja, a metodologia.

Para este trabalho, essas informações são fundamentais na DC para elevar o nível de compreensão pública sobre o tema.

Continuando a análise da Figura 12, o segundo tipo de pesquisa mais divulgada pelas afiliadas foi a *Pesquisa como Referência* (27%). Nesse caso, a matéria aproveita o tema discutido anteriormente para fazer uma nova abordagem sobre um aspecto da realidade relacionada ao estudo. As matérias de CT&I classificadas como *Curiosidades* (20%) ficaram em terceiro lugar nos telejornais. Uma delas foi exibida no dia 17 de julho de 2012, no segundo bloco do RJ Intertv 1ª Edição, sobre um pirarucu de 70 quilos e um metro e noventa de comprimento. O peixe foi encontrado em uma lagoa da localidade de Três Vendas, em Campos dos Goytacazes. O professor e pesquisador da UENF, Dálcio Ricardo de Andrade, falou em dois momentos da reportagem. No início explicou o motivo pelo qual o peixe que não costuma ficar em águas paradas.

Era de algum piscicultor que queria criar ou engordar um pirarucu e importou esse peixe, trouxe esse peixe, comprou esses alevinos ou até mesmo comprou reprodutores para produzir alevino, porque o preço do alevino desse peixe é muito alto, em torno de 10 reais cada um ainda pequeno. É uma carne que chega a atingir 30, 40 reais o quilo. Então, certamente, esse peixe estava em algum tanque de piscicultura e com as cheias, ou alguma enchente, deve ter feito com que esse peixe saísse e viesse para o rio. E do rio ele veio para a lagoa porque esse peixe aqui não fica no rio. E fica mais em águas paradas.

E no final da reportagem.

A gente ouviu o próprio pescador dizendo que tinha muito peixe antigamente nesse lago, não é? Nessa lagoa. E hoje em dia se consegue pegar muito pouco. Certamente isso é uma das causas quando entra um predador assim, que não tem outro que preda ele, e ele fica muito a vontade para comer o tanto que ele quiser. E isso pode ser mais do que o ambiente suporta.

Para este trabalho, o pesquisador surgiu como a voz da Ciência, interpretando fatos do dia a dia e oferecendo soluções aos problemas estruturais da sociedade. Uma das questões levantadas por este estudo é a exposição de uma única visão dos fatos. A Ciência é contraditória e polêmica por natureza. Essa visão do pesquisador como verdade, que tem explicação para tudo e ainda traz soluções para população, não retrata a Ciência que está sujeita a erros. É preciso de mais de um especialista para falar do assunto e mostrar outros ângulos do assunto.

Durante a reportagem, verificou-se ainda um erro de português no crédito do pesquisador. Na matéria estava “Dálcio Ricardo, professor em piscicultura UENF” e não piscicultura. Erros como este chamam a atenção de um público qualificado e prejudicam a imagem e a credibilidade do veículo de comunicação.

Mas o que será que o pesquisador achou da matéria que foi entrevistado?

5.4.2 A visão do pesquisador entrevistado pelo RJ Intertv 1ª Edição

O pesquisador e professor titular da UENF, Dálcio Ricardo de Andrade, comentou sobre a reportagem que foi ao ar. Apesar de não ter observado erros e distorções na matéria, disse que muitos pesquisadores ficam inseguros e receosos quando são convidados pela imprensa. “Um simples erro compromete tudo! Aí o pesquisador se retrai da próxima vez”, acredita. Andrade falou ainda que, de uma maneira geral, o pesquisador

(...) é muito cauteloso em divulgar o que tá acontecendo, mesmo porque o que tá acontecendo precisa de um prazo maior para ser validado, para ser confirmado. Então, muitas vezes ele fica esperando ter uma certeza tão grande que ele não vá ter nenhum erro em dizer que ele obteve tal produto. Mas eu acho que é mais válido dizer que existe um processo para obtenção de tal produto.

Em relação à reportagem sobre o pirarucu, disse que esperava que o assunto fosse abordado no aspecto científico, com informações profundas para a população.

Acho que faltou repassar o que eu comentei com eles sobre aspectos da fisiologia da reprodução desse peixe, como vai ser a vida desse peixe aqui na nossa região, o que pode acontecer em termos da reprodução dele aqui e como ele iria afetar esse meio ambiente. **O impacto dele, com o embasamento científico disso para que a população conhecesse qual é a capacidade de reprodução desse peixe, o dano que pode causar, e isso foi um pouco cortado, a repórter falou, mas de forma superficial.**
(grifo nosso)

O pesquisador afirmou ainda que, de uma maneira geral, o telejornalismo deixa a desejar na DC.

Ele busca apenas uma explicação pontual para o que ele está curioso, mas ela não divulga o entorno dessa situação. Na Ciência não dá para eu dizer simplesmente que isso aqui é verde. Tenho que dizer que isso aqui é verde e o motivo pelo qual ele reflete a luz de uma determinada maneira. Tem que explicar! (grifo nosso)

Ao ser questionado por esta pesquisa sobre a DC nos telejornais, retrucou com outra pergunta: “Você poderia me dizer de todas as mídias que você conhece aquela que tem na sua divulgação, no seu trabalho, um espaço para a Ciência? Que saia rotineiramente?”. Na visão do pesquisador a imprensa não mostra a metodologia de pesquisa e o contexto. Para o pesquisador, a forma de abordagem da imprensa é superficial e recortada e, por isso, precisa ser repensada principalmente devido à capacidade que os telejornais têm de formar opiniões e inserir os assuntos na agenda pública e política (Hipótese do *Agenda-setting*). Prova disso, foi a repercussão do assunto na área de cobertura da Rede Intertv. O próprio professor da UENF disse que ficou surpreso com a quantidade de pessoas que vieram conversar com ele após a exibição da reportagem na emissora. Para o pesquisador, os cientistas e a assessoria de imprensa deveriam aproveitar mais estrategicamente essa exposição na mídia para fazer a DC. Para Andrade, muitos pesquisadores ainda não têm o hábito de fazer a DC. “Nós temos são contatos pontuais”, afirmou.

Segundo o pesquisador, o cientista tem um foco mais voltado para as pesquisas, produções e projetos de pesquisas restando pouco tempo para outras atividades, como a DC.

(...) ele não tem nem muita condição e nem muito hábito de divulgar o que ele tá fazendo até mesmo junto aos órgãos que o estão financiando. Ele vive brigando por financiamento a cada semestre, ele vive correndo atrás dos projetos dos seus alunos de pesquisas de mestrado, doutorado, de iniciação científica e de extensão. E ele não se organizou ainda, porque isso nunca foi uma tradição da academia, de ter uma organização de divulgação do que a pesquisa e tá fazendo. Isso envolveria também um espaço de tempo voltado para isso e envolveria uma aproximação maior do pesquisador com os meios de divulgação.

Na opinião do professor da UENF, embora haja essa falta de hábito e exista o receio de alguns pesquisadores em dar entrevistas, Andrade disse que de modo geral não se pode afirmar que os pesquisadores tenham uma resistência em atender a imprensa. Para ele, o que acontece é uma falta de sintonia nas agendas.

Muitas vezes, a mídia precisa ser atendida naquele horário e naquele horário o professor não pode. Uma vez, um veículo de comunicação me procurou para falar sobre problemas de pássaros. Eu marquei duas vezes com ela e por duas vezes ela não veio porque priorizou a política. Mas tudo bem, ela também precisava priorizar, era o momento que ela estava vivendo, né? Então, do mesmo jeito acontece com a gente, acontece com eles.

No caso da assessoria de imprensa, o professor da UENF elogiou o trabalho da assessoria de imprensa da instituição, mas disse que existem pessoas novas no local, a assessoria “tem um caminho ainda grande para percorrer e que precisa desenvolver mecanismos mais sofisticados, mais eficientes de relacionamentos não só com os professores, mas também de relacionamentos com as emissoras, com a mídia de forma geral”.

5.4.3 Das fontes às notícias: a assessoria de imprensa como intermediação entre mídia e a instituição de pesquisa

A produção da notícia começa pela busca de informação que irá render uma pauta para os telejornais. Além da procura diária em *releases* enviados pelas assessorias de imprensa, *sites*, jornais impressos, revistas, programas de rádio, os telejornais esperam que a interatividade com os telespectadores possa dar origem as sugestões de pautas. Nesse caso, o Diretor de Jornalismo da Rede Intertv, Luiz Veiga, disse que “quando a informação é boa, a gente faz a matéria no mesmo dia”, garantiu. Para este trabalho, é importante que os assessores, pesquisadores e o público saibam os meios mais eficientes de comunicação para que as sugestões virem notícias. O público pode sugerir matérias pelos portais, e-mails, telefones, cartas ou pessoalmente (seja na sede, nas praças ou com as equipes de reportagem). Mas afinal qual será o canal de comunicação mais eficaz com as emissoras de televisão?

Ao entrevistar os responsáveis pelo jornalismo das afiliadas e assessoria da UENF, esta pesquisa reparou que pode estar ocorrendo justamente falhas na comunicação. Sendo mais claro: as informações da instituição podem não estar chegando às emissoras. O Gerente de Jornalismo da Record, Vicente Vetromille, por exemplo, afirmou que a empresa não fica sabendo o que acontece dentro da UENF. “Acho que é um pouco falha da assessoria de comunicação de não passar

as coisas”, falou. A declaração é preocupante para esta pesquisa, pois antes do conhecimento científico chegar à população, precisa chegar à mídia.

A Gerente de Comunicação da Assessoria de Comunicação da UENF, Fúlvia Maria D’Alessandri Muylaert, contou que

No que se referem às TVs locais, todas recebem nosso material de divulgação e, por este motivo, **não costumamos ligar com frequência sugerindo pautas**. Eles recebem o material e quando se interessam por algum assunto, manifestam o interesse e a partir daí a gente dá todo o apoio para que a matéria possa ser feita. (grifo nosso).

A assessoria explicou que dispõe de outro canal de comunicação para o público e a mídia em geral. Desde o fim de 2011, “as matérias de divulgação científica estão sendo veiculadas principalmente através do Blog Ciência UENF⁵³”, explicou Muylaert. Mas ao contrário da estratégia de comunicação da UENF, Veiga destacou que o telefone é o meio mais eficaz de comunicação com a empresa.

Quando a gente fala em eficiência, o contato telefônico é melhor. E outra coisa que acontece muito, diante dos 300 e 400 e-mails por dia, o que eu falo muito, quando a gente estabelece um canal, **tem gente que acha que mandou um e-mail e está bom. Mas, às vezes, aquele e-mail que chegou, se a triagem falhou no dia, pode ser que seja um assunto bom.** Vamos supor até de uma pesquisa. Então o que eu acho importante, é ter esse contato pessoal das próprias assessorias e eu falo isso muito quando a gente tem reclamação que a informação não foi noticiada.

Por isso, este trabalho constatou que, independente da assessoria utilizar um canal de comunicação (seja em *site*, *blog* ou e-mail) com as afiliadas, é importante ligar para a redação para reforçar a sugestão de pauta. Mas isso não é tão simples, segundo a assessoria de imprensa da UENF. A gerente de comunicação da ASCOM da DIC da UENF explicou que a principal dificuldade enfrentada pela assessoria da instituição é a falta de mão-de-obra para dar conta da demanda.

Isso limita em muito nosso raio de ação. Como não há perspectiva de concurso para a nossa área, temos tentado soluções paliativas, como bolsas vinculadas a projetos de extensão. No entanto, as bolsas têm o inconveniente de só poderem ser renovadas uma vez, então em no máximo dois anos o bolsista tem que ser substituído.

Assim como nas afiliadas, a assessoria também possui uma escassez de funcionários para fazer a DC. A equipe que atua na área de comunicação da

instituição é formada por oito servidores, sendo que “um está em processo de transferência e o outro está engajado em um grande programa de Extensão da UENF, devendo ser transferido formalmente em breve”, disse Muylaert. Para a assessora, “pelo porte da Universidade, a equipe deveria ser muito maior, principalmente, no que se refere aos profissionais de comunicação”. Apesar das dificuldades, declarou que nos últimos dez anos a assessoria sofreu uma grande evolução. “(...) quando cheguei pra trabalhar não havia nem uma sala para a ASCOM. Ficamos ‘de favor’ num setor administrativo por algum tempo, tendo que dividir um único computador. Depois, conseguimos uma sala”, explicou.

Acerca do relacionamento com a Intertv e a Record, Muylaert contou que a falta de estrutura das afiliadas prejudica o relacionamento entre pesquisadores e jornalistas.

Embora o relacionamento seja muito amistoso, dificuldades de ordem técnica atrapalham. Refiro-me à falta de estrutura das emissoras, o que faz com que, por exemplo, entrevistas tenham que ser canceladas de última hora em virtude de algum acontecimento mais expressivo. Exemplo: acidentes prisão de quadrilhas. Não é raro termos que cancelar entrevistas por conta disso, o que logicamente causa certo desgaste nas relações entre o pesquisador e o veículo. (grifo nosso)

Esse descompasso das rotinas e agendas de trabalho foi inclusive mencionado pelo pesquisador e professor da UENF, Dálcio Ricardo de Andrade, como esta pesquisa mostrou no capítulo 5.

Em relação a DC nos telejornais RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral, a gerente de comunicação da ASCOM da DIC da UENF percebe que

(...) os telejornais locais seguem o modelo geral (notícias espetaculares). Mas o dia a dia da Ciência não é feito só de coisas bombásticas; isso acontece só de vez em quando. É o mesmo que ocorre no futebol, na política, na economia – áreas que têm uma divulgação mais encorpada nos veículos de comunicação. **Existe uma cobertura sistemática da imprensa para estas áreas, mesmo que não haja nada ‘espetacular’. É isso que deveria acontecer com a Ciência, mas não acontece.** Existe uma grande discussão em torno disso por parte daqueles que estudam a área de divulgação científica. Tudo isso está ligado a uma visão equivocada da Ciência, a qual temos a obrigação de consertar. Como? Fazendo uma cobertura que vá além da simples divulgação de resultados. É preciso mostrar ao público como a Ciência funciona, de que forma ela avança, abordando temas como política científica, controvérsias, riscos, incertezas etc. Portanto, precisamos de mais espaços (aumento de tempo e frequência, com certeza). (grifo nosso)

⁵³ Disponível em: <<http://uenfciencia.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 12 out. 2012.

Para Muylaert, comparando o Balanço Geral ao RJ Intertv 1ª Edição em relação a DC, “a Record demonstra um interesse um pouco maior, embora o interesse das duas seja baixo. Acredito que isso se deva ao fato da Intertv ter a obrigação de cobrir uma área maior, enquanto a Record se limita a Campos”, disse.

Outro ponto questionado à assessoria da UENF foi sobre a seleção dos pesquisadores para as entrevistas nos telejornais. Isso porque, de um modo geral, verifica-se um vício de fontes na mídia. Ou seja, observa-se que os mesmos pesquisadores dão entrevista aos telejornais. Sobre isso, Muylaert disse que essa “limitação” de entrevistados ocorre pelo seguinte:

Muitas vezes, dependendo do tema da matéria, há apenas um ou no máximo dois que podem falar sobre o assunto. Para quem está de fora, pode parecer cabível um biólogo falar sobre qualquer coisa dentro da Biologia. No entanto, cada cientista tem sua área específica e não se sente seguro em falar sobre aquilo que não domina. Havendo a possibilidade de escolha, damos preferência àqueles que demonstram mais facilidade em dar entrevistas. Ou seja, **aqueles que dominam mais a linguagem de divulgação científica e conseguem passar o conhecimento de um modo mais claro para o público leigo.** (grifo nosso)

Ou seja, existe uma pré-seleção de quem vai dar entrevista à mídia. Com isso, ao contrário do que muitos acham, a assessoria de comunicação também decide quem vai *ao ar*.

Após as entrevistas com os principais envolvidos na DC, este trabalho conseguiu identificar os principais desafios para elevar o grau de conhecimento público sobre a CT&I por meio dos telejornais.

6. OS PRINCIPAIS ENTRAVES E OS DESAFIOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS TELEJORNALIS REGIONAIS

Na avaliação deste trabalho, a carência de recursos materiais e humanos nas afiliadas e assessorias de imprensa é um dos principais entraves da DC nos telejornais regionais. Esses fatores somados à falta de prioridade do tema nos noticiários fazem com que a CT&I não tenham chances de ir *ao ar*. Como o material de DC é geralmente mais elaborado que outros assuntos e os jornalistas precisam cobrir o tempo do jornal, este estudo percebe que as matérias de CT&I são deixadas de lado. Ou seja, muito trabalho, pouco jornalista para fazer e um retorno que nem sempre é visualizado e reconhecido pela empresa e pela sociedade.

Mas a falta de estrutura pode ocasionar outros problemas. Como este trabalho apontou, as informações passadas pela assessoria podem não estar chegando à imprensa. Para o Gerente de Jornalismo da Record, Vicente Vetromille, curiosamente, há déficit de informação sobre as pesquisas para a imprensa.

Falta divulgação da própria instituição. Porque ninguém faz apuração de assessoria da UENF. Ninguém fica ligando para saber se tem alguma coisa. Surge quando alguém fala, quando sai em uma revista específica, um site local. (...) Lá na UENF tem tanto assunto bom, mas que não divulga.

Vetromille chegou até a sugerir, reparem bem isso, a criação de um canal de comunicação direto com os pesquisadores. “A gente não tem acesso aos pesquisadores. E nem as informações que estejam sendo desenvolvidas lá nas instituições porque ninguém tem tempo para ficar lá dentro. A UENF poderia terceirizar o serviço para esmiuçar mais a coisa”, falou. O Diretor de Jornalismo da Intertv, Luiz Veiga, ponderou que a falta de contato é culpa das duas partes: jornalistas e assessores. “A redação desconhece o que está sendo feito nas universidades e as universidades desconhecem o que tem de pesquisa sendo realizada de interesse para a divulgação”, disse. Veiga admitiu que trabalha na redação por reflexo, sobrando pouco tempo na correria do dia a dia para ir atrás de novas notícias.

Ninguém vai ser maluco, de ter boas pautas de Ciência e não divulgar. Agora nós temos que criar esses canais. Então preciso saber se existem pesquisas interessantes nessas áreas. Será que os pesquisadores estão tímidos em nos passar isso? Ou acham que não adiantam passar, que a gente não fazer?

Mas para o pesquisador e professor das UENF, Dálcio Ricardo de Andrade, o problema não é esse. Para Andrade,

O entrave é não existir um espaço rotineiro para a Ciência nesses telejornais. Segundo seria uma interação maior entre a academia de pesquisas e os órgãos de divulgação para até se programarem do que seria feito rotineiramente em termos de informação. O terceiro seria uma adequação mais com a visão do pesquisador do que com a visão do jornalista no aspecto científico. Quer dizer, conseguir mostrar aquilo que realmente o pesquisador acha importante em termos de Ciência e não aquilo que é o mais interessante de forma geral.

Nesse sentido, o pesquisador da UENF reconhece que falta um hábito do cientista em empenhar-se para que a DC de fato aconteça. Para este trabalho, não basta o pesquisador ser receptivo ou estar disponível para atender a mídia. É preciso mais que isso. É necessária uma proatividade para compartilhar o conhecimento científico. E isso envolve interesse e tempo. Segundo a Gerente de Comunicação da ASCOM da DIC da UENF, Fúlvia Maria D'Alessandri Muylaert,

Nesse sentido, o CNPq deu um passo importante há alguns meses, quando passou a considerar também as atividades de divulgação científica como algo importante nos currículos dos cientistas (e não só os artigos científicos que eles já costumam fazer). Isto é importante, pois muitos cientistas que gostam de divulgação científica, muitas vezes, deixavam de se dedicar a isso porque isso não contava. Existe um cenário altamente favorável à divulgação, com várias iniciativas do governo, e esta é uma delas. Os cientistas também têm que ser responsáveis por popularizar ao máximo a Ciência.

Para Muylaert, a visão dos jornalistas em relação à Ciência também precisa mudar. É necessário reconhecer o papel fundamental que ela desempenha na sociedade.

E, com isso, não falo apenas de aspectos positivos, mas também de suas consequências negativas. A forma como a Ciência é mostrada na escola e na mídia ajuda a reforçar ideias como, por exemplo, a de que a Ciência avança graças à genialidade de determinadas pessoas (os cientistas), que o conhecimento científico surge aleatoriamente (e não como consequência de investimentos direcionados para áreas específicas, para atender finalidades específicas, seja da iniciativa privada quanto do poder público), entre outras.

Esta pesquisa verificou que as matérias de CT&I nos telejornais regionais possuem erros de DC, principalmente, por não respeitar os conceitos básicos dos termos. Por exemplo, a Ciência está baseada na metodologia e precisa ser contextualizada. Isso deve ser respeitado e mostrado durante a DC. Muitas vezes também as palavras Tecnologia e Inovação são usadas inadequadamente, com conceitos equivocados sobre os termos, prejudicando a compreensão da sociedade sobre o assunto. Na reportagem, por exemplo, do dia 2 de julho de 2012, que saiu no quarto bloco do Balanço Geral, que fez parte da série de reportagens “A Força do Canavial”, a repórter fala:

Uma característica que dificulta o avanço do setor é a forma como a cana é produzida. Hoje na cidade há pelo menos oito mil produtores que plantam em pequenas áreas e em pouca quantidade, o que impede que a **tecnologia** chegue aos canaviais e torna o produto caro. (grifo nosso)

É preciso esclarecer que a Tecnologia é muito mais que uma máquina ou equipamento (ZANCAN, 2000), conforme explicado no capítulo 1. É preciso lembrar, como disseram Peiriço e Serra (2003), que:

Divulgar a Ciência não é simplesmente ensinar curiosidades sobre a vida e seres vivos, descrever maquinismos e leis da natureza, ou citar estatísticas. Subjacente a toda a descrição científica existe um sistema de valores e de posicionamentos éticos ou ideológicos, mesmo quando nessas descrições tudo isso parece estar ausente. (PEIRIÇO E SERRA, 2003, p. 150)

A falta de compreensão do jornalista sobre o assunto pode não só prejudicar a DC como excluir o assunto dos telejornais. E isso pode ser agravado quando a linguagem é acadêmica, de difícil entendimento para os jornalistas e para público, e faltam imagens para cobrir as matérias sobre CT&I. Os responsáveis pelo jornalismo das afiliadas disseram que o assunto pode até ser interessante, mas quando isso ocorre, o assunto passa a não ser atraente para o jornal.

Para este estudo, esses são os principais entraves e desafios a serem superados na DC dos telejornais para que a CT&I virem notícias. Por isso, esta dissertação postula que a DC é uma tarefa coletiva, aberta e em constante construção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Brasil, a DC vem ganhando espaço na agenda pública, mas diante dos resultados apresentados, verificou-se por análises que quem recorre aos telejornais regionais como única fonte para obter informações sobre a CT&I fica pobremente informado sobre o assunto. Apesar desta pesquisa não poder ser generalizada e ampliada a outras regiões do país, o trabalho serve como alerta e, principalmente, como fonte de reflexão para jornalistas, pesquisadores e o público em geral. Menos de 1% sobre CT&I nos telejornais não é suficiente para promover uma Compreensão Pública da Ciência e, muito menos, de mobilizar a sociedade no exercício da cidadania. Para este trabalho, é preciso criar um espaço rotineiro de DC nos telejornais, como *quadros* ou *colunas*, para que o tema tenha uma chance mais promissora de ir *ao ar* nos noticiários locais.

Conforme visto nesta dissertação, existem questões que dificultam a veiculação do assunto no jornal diário, como:

- A falta de recursos materiais e humanos das afiliadas e assessorias das instituições de pesquisa;
- O fato da DC não ser uma prioridade dos noticiários, na visão dos responsáveis pelos telejornais;
- Esse tipo de matéria requer mais tempo de produção e captação de imagens se comparado, por exemplo, aos factuais.

Por isso, a notícia de CT&I é eliminada, muitas vezes, no ventre das redações. E quando vai *ao ar*, são verificados problemas que colocam em risco a compreensão pública do tema.

Em uma análise mais aprofundada das matérias que abordaram sobre o tema no RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral, exibidas em julho de 2012, este trabalho identificou erros em relação à concepção, linguagem e abordagem. Do 1% veiculado, quase a metade (46,66%) não atendeu as definições conceituais dos termos CT&I. Identificou-se ainda:

- Erros de português. Exemplo: “psicultura” em vez de “piscicultura”;
- Ausência de informações relevantes. Exemplo: não citar a fonte da pesquisa e os órgãos de divulgação;

- Falta de contextualização dos dados apresentados e artes que ajudem a visualização de números, informações e pesquisas. Exemplo: na reportagem do pirarucu exibida pelo RJ Intertv 1ª Edição no dia 17 de julho de 2012.
- Visão parcial dos fatos. Exemplo: nas reportagens com entrevistas de pesquisadores, apenas um cientista fala sobre o assunto;
- Entrevistas com especialistas que não contribuem com o conhecimento científico. Exemplo: o administrador de empresa ao discutir sobre a dificuldade em conciliar os estudos com o trabalho ficou no senso comum.

Essas questões observadas apontam para uma fragilidade nos pilares da DC. Há uma carência de conhecimento qualificado nos jornalistas dos telejornais que, aliada a alta rotatividade das afiliadas, prejudica a compreensão dos profissionais sobre a CT&I. Outra consequência da constante mudança no quadro de funcionários é a dificuldade na formação de fontes. Ou seja, quando se criam laços entre pesquisadores e jornalistas, os jornalistas das emissoras saem da empresa. Esta pesquisa entende que, como não é possível controlar a rotatividade dos jornalistas nas afiliadas, é importante que a UENF desenvolva minicursos voltados para esse público. É preciso formar e informar os jornalistas para que esses multiplicadores de informação façam a DC de maneira a unir os elos entre as instituições de pesquisa e a sociedade.

Conforme foi exposto na pesquisa, existem também falhas na comunicação entre as afiliadas (Rede Intertv e Rede Record) e as assessorias (UENF). De um lado, as empresas de televisão reclamam da falta de divulgação das instituições de pesquisa. Do outro, a ASCOM da UENF contesta que isso ocorra. Percebe-se que o entrave pode estar nesse diálogo. É preciso reforçar o envio de informações em mais de um canal de comunicação. Não basta enviar um e-mail ou deixar disponíveis as informações em *sites* ou *blogs*, por exemplo. É fundamental que a assessoria entre em contato por telefone e converse com os jornalistas para checar se o material chegou por e-mail. Essa conversa mais personalizada é importante para fazer com que as afiliadas fiquem cientes do material enviado e para que desperte o interesse dos jornalistas para o tema.

Ao longo deste trabalho identificou-se um descompasso entre o jornalismo e a Ciência que está inerente à rotina da profissão. O tempo dos jornalistas é diferente dos pesquisadores. Enquanto os profissionais da notícia lutam para conseguir

chegar com a matéria a tempo de ser inserida no telejornal, os cientistas não se sentem pressionados com essa “correria”. Ao contrário, muitas vezes, percebem que a pressa pode induzir ao erro. Para este estudo não existe como equalizar frequências de origens e essências tão distintas, mas percebe-se que o interesse em promover a DC pode unir fazeres tão distintos. Esta pesquisa sugere que as instituições de pesquisa estimulem a DC por meio de homenagens e premiações internas para que tanto jornalistas quanto pesquisadores sejam estimulados à difusão do assunto.

Observa-se ainda que as habilidades e técnicas da área profissional também podem influenciar a DC. Curiosamente, mais da metade (53,33%) das matérias sobre o tema foi de *Ciências Humanas e Linguísticas*. Esse resultado quantitativo, quando contextualizado às análises qualitativas das entrevistas dos responsáveis pelo jornalismo, assinala que a capacidade de articulação da linguagem associada a outras aptidões do cientista pode fazer com que o assunto seja noticiado. E quem não tem facilidade de expressão? A solução seria contar com a contribuição da assessoria. Mas este trabalho identificou que nem sempre isso ocorre.

Além disso, esta pesquisa verificou na entrevista com a assessoria de imprensa da UENF que, apesar da quantidade de pesquisadores na instituição, “cada cientista tem sua área específica e não se sente seguro em falar sobre aquilo que não domina” e a assessoria “dá preferência àqueles que dominam mais a linguagem de divulgação científica e conseguem passar o conhecimento de um modo mais claro para o público leigo”. Isto é, além da seleção das afiliadas existe o filtro da assessoria. Mas este estudo chama a atenção para a importância da inserção de pesquisadores que não aparecem nos telejornais para evitar o vício de fontes. Perde-se, às vezes, entrevistados importantes sobre o assunto porque não conseguem falar de forma clara e simples.

Para este trabalho, a mídia e a assessoria podem ajudar mais expressivamente nesses casos. Todas as camadas da sociedade devem acumular esforços para ampliar as vozes da Ciência. Como sugestão, esta dissertação propõe a elaboração de um *Guia de Fontes* para as instituições de pesquisa. Assim, os jornalistas podem selecionar os entrevistados de acordo com suas necessidades e ampliar o leque de entrevistados para os telejornais. Em suma, nesse livro teria os contatos dos pesquisadores (nome do pesquisador, graduação, especialização, mestrado, doutorado, telefone de contato, e-mail e área de conhecimento) para que

os meios de comunicação façam matérias e divulguem para população. O índice seria organizado por temas e assuntos de interesse. Dessa forma, este estudo espera que a facilidade e a diversidade de fontes animem os jornalistas a fazerem a DC.

Além da facilidade de expressão do pesquisador, este trabalho mostrou que outro critério para exibição da matéria de CT&I é a imagem. Na visão dos gestores do jornalismo das afiliadas é um fator determinante para o assunto ir *ao ar*. A maioria (73,33%) das notícias veiculadas sobre o tema foi em forma de *reportagem*, ou seja, precisou de imagem para que fosse exibida. É preciso reforçar a ideia que quando os jornalistas conseguem imaginar a reportagem com imagens interessantes, a chance do assunto ser inserido no telejornal aumenta. Mas este trabalho sugere que a CT&I sejam pensadas também de outra forma, sem a imagem. Nem todas as pesquisas são fartas em imagens e, nem por isso, não merecem ser divulgadas. Com criatividade e ousadia, surgem alternativas interessantes. Exemplo: se a informação for extensa e não puder ser em nota, o repórter pode fazer um *plano sequência*⁵⁴ e entrevistar o pesquisador.

Esta dissertação também convida os leitores a pensarem sobre a hipótese que a televisão só tem interesse em notícias de CT&I quando estão relacionadas à curiosidade. Pelo menos neste trabalho as matérias mais divulgadas foram a *Pesquisa como Foco* (33%) cujo principal objetivo é a investigação acadêmica desenvolvida nas universidades e instituições de pesquisa.

Por fim, em vez de encerrar com algo conclusivo, corroborando com a própria essência da Ciência que é muito mais questionadora, termina-se este capítulo convidando a todos a refletirem sobre as seguintes questões:

- Os jornalistas e pesquisadores precisam repensar em novas formas de trabalho e relacionamento. As rotinas e as organizações de trabalho eliminam, muitas vezes, a CT&I dos telejornais;
- Cabe ao público participar dessa tarefa de cobrar das afiliadas informações sobre o que acontece nas universidades e instituições de pesquisa. Afinal, as emissoras são concessões públicas e as pesquisas são pagas com o dinheiro da população.

⁵⁴ A câmera acompanha a ação do repórter que explica a sequência de fatos.

- O Estado precisa criar Políticas Públicas que incluam a CT&I em telejornais. Não adianta colocar o assunto em programas com horários que a maioria das pessoas não assiste. Os noticiários são interessantes para esta pesquisa, entre outros motivos, porque atingem um público de massa, são espaços privilegiados de formação de identidades, de construção e interpretação da realidade e têm incidência sobre as agendas públicas e políticas.

Por fim, para tentar estimular as boas práticas de DC entre jornalistas e pesquisadores, esta pesquisa elaborou sugestões práticas para o fazer da CT&I nos telejornais. São elas:

- ✓ Os conceitos de CT&I devem ser respeitados e a DC deve ser fiel aos termos;
- ✓ As simplificações excessivas geralmente levam à má divulgação. Pouco tempo não é sinônimo de falta de explicação. O resultado da pesquisa é importante, mas a metodologia é fundamental. Não existe mágica, a Ciência requer metodologia para chegar ao resultado;
- ✓ Se tiver que “cortar” muito a matéria, reveja se é o caso de exibir o material em outro telejornal da emissora;
- ✓ A DC deve transmitir a imagem exata do que fazem os cientistas e de como o fazem, como eles se formam, trabalham e o que produzem;
- ✓ Pesquisador não trabalha sozinho. Existe uma equipe que deve ser mostrada ou mencionada na matéria;
- ✓ Avalie se o material local pode ser exibido no jornal de rede;
- ✓ O pesquisador tem que ser entrevistado com a roupa e o ambiente que trabalha. Um pesquisador com jaleco branco em um laboratório não pode ser um padrão imposto;
- ✓ Citar a fonte da pesquisa é fundamental;
- ✓ A contextualização da pesquisa é importante. É preciso localizar a informação no cenário político, econômico e social para que se possa entender o sentido da matéria. Além disso, mostre sempre como a pesquisa pode ajudar as pessoas. Aproxime-a com a realidade do telespectador;
- ✓ O trabalho de divulgação exige senso crítico e boa formação do emissor. Deve estar acompanhado de mostrar sempre o papel da Ciência e do cientista na sociedade;

- ✓ A Ciência é feita e controlada por seres humanos. Coloque emoção no texto, pois a Ciência não é “fria”. Os erros também devem ser mostrados;
- ✓ Deve-se evitar o jargão científico para que a informação seja compreensível por todos;
- ✓ Concisão, precisão, simplicidade e correção gramatical são as principais qualidades que tanto os jornalistas quanto os cientistas precisam ter;
- ✓ Cuidado com as palavras, na dúvida cheque. Parecido não é sinônimo;
- ✓ Não use “os especialistas” sem ter citado antes quem são esses especialistas. Erro comum entre os repórteres de televisão;
- ✓ Fontes: é preciso ampliar os contatos. Sites e e-mail não bastam! Visitas e conversas com pesquisadores e estudantes ajudam a evitar vício de fontes e ter novas ideias de matérias;
- ✓ Se possível, marque entrevista com mais de um pesquisador para fugir do “dono da verdade”. Lembre-se: a Ciência é polêmica e contraditória por natureza;
- ✓ Cada pesquisador tem uma linha de pesquisa, não use o entrevistado para resolver o problema de falta de fontes. Cheque para ver se o entrevistado é o pesquisador ideal para falar sobre o assunto;
- ✓ Duvide quando a fonte disser que é pioneira na pesquisa. Pesquise se o tema não foi divulgado antes;
- ✓ As imagens são fundamentais, mas com criatividade e boa vontade muitos problemas são resolvidos;
- ✓ Respeito com a fonte: se marcar uma entrevista e a reportagem tiver que ser desmarcada, avise. Caso envolva uma logística maior na marcação, como mais de um entrevistado no local, avise ao chefe de reportagem ou editor para resolver o impasse. Tente ao máximo não “furar” com o entrevistado;
- ✓ Avise como vai ser a reportagem para não ter problemas com o pesquisador. Questões como tempo de exibição, o foco, o que o pesquisador precisa levar na hora da entrevista, como vai ser gravado são algumas informações que devem ser passadas pela produção da reportagem.
- ✓ Questione a pauta sempre!
- ✓ Não tenha receio de usar mais de uma vez o entrevistado na matéria. O importante é ficar bem explicado;

- ✓ Não coloque a fala do entrevistado se estiver explicada no off. A sonora é um complemento;
- ✓ Na DC seja menos formal possível e ouse sempre;
- ✓ Tem que ser didático! Artes e outros recursos gráficos são sempre bem-vindos, principalmente, em pesquisas com números;
- ✓ Uso de analogias, metáforas, ironia e humor podem ser interessantes na DC.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. 2. ed. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1986.

ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (Org). **Comunicação e Indústria Cultural**. 5 ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

AGUIAR, Leonel de Azevedo. Critérios de noticiabilidade no jornalismo investigativo: um estudo preliminar. In: XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/15664601413775691653941453872101550614.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2012.

ALBAGLI, S. Divulgação Científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da informação**, v. 25, n. 3, p. 396-404, 1996.

ALBERGUINI, A.C. **A Ciência nos Telejornais Brasileiros** (O papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I). 2007. 300 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)- Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1996.

ALVES, Rubem. **Filosofia da Ciência**: introdução ao jogo e suas regras. São Paulo: Brasiliense, 2003.

ANDER-EGG, Ezequiel. **Introducción a las técnicas de investigación social**: para trabajadores sociales. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.

ANDRADE, Lacy Varella Barca de. **Iguarias na hora do jantar**: o espaço da Ciência no telejornalismo diário. 2004. 266 f. Tese (Doutorado em Ciências)- Programa de Pós-graduação em Educação, Gestão e Difusão em Ciências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <http://www.cciencia.ufrj.br/publicacoes/Dissertacoes/barca.pdf>. Acesso em: 20 set. 2010.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2002.

ARBEX, J.J. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

_____. **Telejornalismo**: mídia e história no contexto da Guerra do Golfo. Tese (Doutorado)- Departamento de História, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

ARONCHI, José Carlos de Souza. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Palavras incertas: as não do dizer. In: **Coleção Repertórios**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de Campinas UNICAMP, 1998.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. São Paulo: Ática, 1990.

BARBIERI, Jeverson José Benedito. Quando a ciência é notícia 2000: estudo comparativo entre os jornais Folha de São Paulo e Correio Braziliense. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2001. CD-ROM

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BARROS, Henrique Lins de. Museus e Ciência. In: SOUZA, C.M.; Marques, N.P.; Silveira, T.S. (Org.). **A Comunicação Pública da Ciência**. Taubaté (São Paulo): Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

BAUMAN, Sygmunt, May, Tim. Traçar fronteiras: cultura, natureza, Estado e território. In: _____. **Aprendendo a pensar com a sociologia**. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010, p. 201- 233.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.

BAZZO, W. A.; VON LINSINGEN, I.; PEREIRA, L. T. V. (Orgs.). **Introdução aos Estudos CTS (Ciência, Tecnologia e Sociedade)**, Madrid: OEI, 2003.

BENJAMIN, W. The Story Reflections on the Work of Nicolai Leskov. In:_____ **Illuminations**. London: Fontana, 1973, p.83.

BERELSON, Bernard. **Content analysis in communication research**. Glencoe: The Free Press, 1952.

BERGAMO, Alexandre. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. **Mana**, Rio de Janeiro, v.17, n.2, ago. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132011000200001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 out. 2012.

BLOTTA, Vitor Souza Lima. **A Comunicação Social no atual Estado democrático de direito**: para um novo controle social da informação. Trabalho de Conclusão de Curso orientado pelo professor Luis Francisco Aguilar Cortez e apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Católica de Campinas, 2005. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=377&Itemid=99999999>. Acesso em: 25 de out. 2012.

- BOBBIO, Norberto. **A Era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- _____. **O futuro da democracia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- BOURDIEU, Pierre. **Para uma sociologia da Ciência**. 2ª ed. Lisboa: Ática, 2008.
- _____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- BOSI, Alfredo *Dialética da colonização*. 3.ed. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- BRASIL. Constituição Federal de 1891. Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963. Aprova o regulamento dos serviços de radiodifusão. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12. nov. 1963. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 25 out. 2012.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Cidadania e Res Publica: a emergência dos direitos republicanos. **Revista de Filosofia Política- Nova Série**, Porto Alegre, vol. 1, p. 99-144, 1997.
- BUNGE, Mário. **Ciência e desenvolvimento**. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1980.
- CÁDIMA, Francisco Rui. **O fenômeno televisivo**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.
- CALDAS, Ruy de Araújo. A Construção de um modelo de arcabouço legal para Ciência, tecnologia e Inovação. In:_____. **Ciência, Tecnologia e Inovação: visões estratégicas. Parcerias Estratégicas**, 2010. Disponível em: http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias_estrategicas/article/viewPDFInterstitial/162/156. Acesso em: 02 de nov. de 2012.
- CALVO HERNANDO, Manuel. **Educación y comunicación, un doble desafio de nuestro tiempo**, 2004. Disponível em <<http://www.manuelcalvohernando.es>>. Acesso em: 10 dez. 2006.
- CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: LP&M, 1982.
- CARACA, João. A Comunicação em Ciência. In: SOUZA, C.M.; MARQUES, N.P.; Silveira, T.S. (Orgs.). **A Comunicação Pública da Ciência**. Taubaté, São Paulo: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.
- CARAÇA, Bento Jesus. A cultura Integral do Indivíduo: problema central do nosso tempo. In _____. **Conferências e outros escritos**. Lisboa: Tipografia Antonio Coelho Dias, 1978.
- CARVALHO, Ailton Mota de. Políticas sociais: afinal do que se trata? **Agenda Social**. Revista do PPGPS / UENF. Campos dos Goytacazes, v.1, n.3, set-dez 2007, p. 73-86.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 4 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- _____. **Cidadania: tipos e percursos**. Estudos históricos, Rio de Janeiro, n.18,1996.

CASASSUS, Juan. O estudo da desigualdade. In _____. **A escola e a desigualdade**. Juan Casassus. 2ed. Brasília: Líber Livro Editora, UNESCO, 2007, pp 37-58.

CHAUÍ, Marilena. Ideologia neoliberal e universidade. In: OLIVEIRA, Francisco; PAOLI, Maria Célia (Orgs.). **Os sentidos da democracia: políticas do dissenso e hegemonia global**. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 27-51.

_____. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CHOMSKY, N. **The Minimalist Program**. Cambridge, MA: MIT Press, 1996.

COHEN, B.C. The press and foreign policy. In BERELSON, B.R; JANOWITZ, M. (Orgs.). **Reader in Public Opinion and Communication**. New York: The Free Press, 1966.

COMPARATO, Fábio Konder. A nova cidadania. **Revista Lua Nova**, São Paulo, n ° 28-29, abr. 1993. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64451993000100005&script=sci_arttext>. Acesso em: 8 set. 2011.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Rev. Bras. Ciênc. Polít.**, Brasília, n. 6, dec. 2011. Disponível: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 out. 2012.

COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonathan. Dos personagens à incorporação do público: uma análise sobre o lugar do cidadão no telejornalismo. In VIZEU, Alfredo; PRCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

COUTINHO, Iluska. **Público e identidade no telejornalismo brasileiro**. In: SBPJOR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, VII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, nov. 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SBPJor, 2009. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/resumod.php?id=728>. Acesso: 03 nov. 2012.

_____. A busca por critérios editoriais em telejornalismo. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, set. 2003, BH. **Anais...** MG: Intercom, 2003. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/22100027085715797739185807449425447781.pdf>>

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio, a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1996.

CUNHA, A. G. da. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

DAGNINO, Renato; THOMAS, Hernán (orgs.) **Panorama dos estudos sobre Ciência, Tecnologia e Sociedade na América Latina**. Taubaté/SP: Cabral Ed. e Livraria Universitária, 2002.

DIAS, Cristiane; COUTO, Olivia Ferreira do. As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias. **Ling. (dis)curso**, Tubarão, v. 11, n. 3, Dec. 2011 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322011000300009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 fev. 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: _____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, p 62-83.

DUPAS, Gilberto. **Tensões contemporâneas entre o público e o privado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.

FADUL, Anamaria. **Indústria Cultural e Comunicação de Massa**. Disponível em: <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf>. Acesso em: 22 out.2012.

FAYARD, Pierre. **La Communication scientifique publique**. Lyon, Chronique Sociale, 1988.

FERNANDES, Adélia B. **Jornalismo, cidadania e direitos humanos**: uma relação reflexiva no espaço público. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador. **Anais...** Bahia: Intercom, 2002. CD- ROM

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Positivo, 2004.

FONTCUBERTA, Mar de. **ESTRUCTURA DE LA NOTICIA PERIODISTA**. Barcelona: ATE, 1981.

FLEURY, Sonia. **A expansão da cidadania**. In: VII CONGRESO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, Lisboa, Portugal, 8-11, 2002.

FRANÇA, Vera; ALMADA, Roberto. O acontecimento e seus públicos: um estudo de caso. **Contemporânea**, vol. 6, n.2, dez, 2008.

FRANCESCHINI, F. Notícia e reportagem: sutis diferenças. **Comum**, Rio de Janeiro, v.9, n.22, p.144-155, 2004. Disponível em: <<http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum22/Artigo6.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2009.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: 11º ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO/COMPÓS, 2002, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Compos, 2002. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2002/franciscato2002.doc>>. Acesso 15 de dez. 2012.

GERMANO, Marcelo Gomes; KULESZA, Wojciech Andrzej. Popularização da Ciência: uma revisão conceitual. **Caderno brasileiro de ensino de Física**, v. 24 nº 1, p 7-25, abr 2007. Disponível em: <<http://www.journal.ufsc.br/index.php/fisica/article/download/1546/5617>>. Acesso em: 01 nov. 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. SP: Atlas, 1999.

GIL, Fernando Bragança. Que Imagem da Ciência transmitiam os Museus do Século XIX?. In: SOUZA, C.M.; Marques, N.P.; Silveira, T.S. (Orgs.). **A Comunicação Pública da Ciência**. Taubaté SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

GLEISER, Luiz. **Além da notícia: o Jornal Nacional e a Televisão Brasileira**. 1983, 84f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)- Coordenação de Pós-Graduação, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: UFRJ, 1983.

GOMES, Angela de Castro. **A Invenção do Trabalhismo**. 2ªed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

GOMES, I.M.A.M; SALCEDO, D.A.; ALENCAR, L.B.. O jornal nacional e a ciência. **Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v.1, n.20, p. 15-33, janeiro/ junho 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/8413/6025>>. Acesso em: 21 set. 2010.

GOMES, I.M.A.M. **A divulgação científica em Ciência Hoje: características discursivas textuais**. 2000. 287 f. Tese (Doutorado em Letras)- Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife: UFPE, 2000. Disponível em: <<http://www.museudavida.fiocruz.br/brasiliana/media/tesedoutoradoisaltina-adobe.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

_____. **Dos laboratórios aos jornais: um estudo sobre jornalismo científico**. Dissertação (Mestrado em Letras)- Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife: UFPE, 1995.

GUIMARÃES, Eduardo (org). **Produção e circulação do conhecimento: estado, mídia e sociedade**. Campinas, Pontes Editores, 2003.

GUIMARÃES, Carlos Fábio Morais; MAFRA, Edilene Mendes de Oliveira; MAGALHÃES, Soraia. **Ações da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) para o crescimento da Divulgação Científica no Brasi.** In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2572-2.pdf>>. Acesso em: 12. out. 2012.

GULLIVER, Philip H. **Disputes and negotiations: a cross-cultural perspective.** New York: Academic Press. 1979

HESTER, Al. As agências noticiosas ocidentais: problemas e oportunidades nas notícias internacionais. In: MATTA, Fernando Reyes (Org.). **A informação na nova ordem internacional.** Tradução de Paulo Kramer e Sigrid Sarti. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 73-96.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** SP: Companhia das Letras, 1995.

HONNETH, A. Teoria crítica. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Org.). **Teoria Social Hoje.** São Paulo: Editora UNESP, 1999. p. 503-552.

HUDEC, Vladimir. **O que é jornalismo?** Lisboa: Editorial Caminho, 1980.

IANNI, Octavio. **A ideia de Brasil moderno.** São Paulo: Brasiliense, 1996.

IBGE. **Censo Populacional 2010.** Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br>>. Acesso em: 25 set. 2012.

JULLIEN, François. Direitos humanos- noção de universalizante. In:_____. **O diálogo entre as culturas: do universal ao multiculturalismo.** Tradução André Telles; apresentação e revisão técnica Danilo Marcondes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009, pp.132-155.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de massa: análise de conteúdo.** Rio de Janeiro: Eldorado, 1973. 182 p.

LAFER, Celso. **A reconstrução dos direitos humanos.** RJ: Cia das Letras, 1991.

LEÓN, Osvaldo. **Democratização das comunicações.** Disponível em: <www.movimientos.org/foro_comunicacion> (documentos). 20 jan.2002. Acesso em: 18 out. 2012.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1998;

LIMA, Márcia Tai; NEVES, Ednalva Felix das; DAGNINO, Renato Peixoto. Popularização da ciência no Brasil: entrada na agenda, de que forma? **Jcom** 7, 4, 2008.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. 3ª ed, RJ, Paz e Terra, 1982.

LOPES, Felisbela. **O telejornal e o serviço público**. Coimbra: Minerva, 1999.

LOPES, Ivonete da Silva. O telejornalismo e as narrativas sobre o controle social dos meios de comunicação. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Rio de Janeiro, v.8, n.1, jan/ jul. 2011. Disponível em: <<http://www.journal.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v8n1p113/18945>>. Acesso em: 4 nov. 2012.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986. 99p.

MACHADO, A. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia: o jornalismo como produção social de segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

MARCONI e LAKATOS, M. A. e E. M. **Técnicas de Pesquisa**. SP, 1999

MARQUES DE MELO, J. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985.

MARSHALL, T.H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTÍNEZ, Eduardo. Glossário: Ciência, Tecnologia y Desarrollo. In: MARTÍNEZ, Eduardo; ALBORNOZ, Mário (orgs.) **Indicadores de Ciência y tecnología: estado del arte y perspectivas**. Caracas/Venezuela: Nueva Sociedad. Unesco, 1998.

MASSARANI, Luisa. **A Divulgação Científica no Rio de Janeiro: Algumas reflexões sobre a década de 20**. 1998. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Instituto Brasileiro de Informação em C&T (IBICT) e Escola de Comunicação/UFRJ, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação. Rio de Janeiro, 1998. Disponível em: <http://www.cciencia.ufrj.br/publicacoes/Dissertacoes/Massarani_tese.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2012.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. 2ª ed. Campo das Letras: Porto, 2002.

MATTOS, F. A. M. Exclusão digital e exclusão social: elementos para uma discussão. **Transinformação**. Campinas (SP), v. 15, n. 03, p. 91-115, out-dez, 2003.

MEDEIROS, R. O conhecimento socializado e o papel do jornalismo no contexto da divulgação da Ciência. In: SOUSA, C. M.; PERIÇO, N. M.; SILVEIRA, T. S. (Orgs.). **A comunicação pública da Ciência**. Taubaté, SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003. p.79-93.

MELLO, M.M., Políticas Sociais e Políticas de Bem-Estar: algumas considerações. **Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente**. 2006. Disponível em: <interfacehs.sp.senac.br/br/artigos.asp?ed=4&cod_artigo=67>. Acessado em: 11 set. 2011.

MELO, D.L., GOMES, I.M.A.M. **A Ciência no Telejornalismo Brasileiro**: aspectos discursivos e quantitativos na Divulgação Científica pelos canais abertos. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, PB, de 10 a 12 de Junho 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0405-1.pdf>>. Acessado em: 19. ago. 2010.

MENDONÇA, Otávio Machado Lopes de. Ciência no globo-ciência. **Psicol. Esc. Educ. (Impr.)**, Campinas, v.1, n.1, 1996. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85571996000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 12 set. 2012.

MICHEL, M.H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. SP: Atlas, 2005.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. Coleção Temas Sociais. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Livro Azul da 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia/Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2010.

MIRANDA, A. L. **Da natureza da tecnologia**: uma análise filosófica sobre as dimensões ontológica, epistemológica e axiológica da tecnologia moderna. 2002. 161f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Programa de Pós-graduação em Tecnologia, Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, Curitiba, 2002.

MOIRAND, S. Formas Discursivas de Saberes na Mídia. **Revista Rua 6**, 2000, p.9-24.

MORÁN, José Manuel. A informação na televisão: critérios editoriais. **Revista Comunicação e Sociedade**. N. 14, 1986. São Bernardo do Campo: Umesp.

MOREIRA, Ildu de Castro. A Inclusão Social e a popularização da Ciência e tecnologia no Brasil. **Inclusão Social**, vol.1, n.2, 2006. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/inclusao/index.php/inclusao/article/view/29/50>>. Acesso em: 25 out. 2012.

_____, MASSARANI, Luisa, PRADO, Geraldo. **Aspectos históricos da Divulgação Científica no Brasil: A década de 20.** In: V CONGRESSO LATINO AMERICANO DE HISTÓRIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA, 1998, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1998, p. 27-31.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Fo-rensense-Universitária, 1977.

MOTTA-ROTH, D; MARCUZZO, P.. Ciência na mídia: análise crítica de gênero de notícias de popularização científica. **Rev. Bras. linguist. Apl.**, BH, v.10, n.3, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982010000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 out. 2012.

MOTTA-ROTH, D. A popularização da Ciência como prática social e discursiva. In: ENCONTRO DO NÚCLEO DE ESTUDOS AVANÇADOS LINGUAGEM CULTURA E SOCIEDADE, 2009, Santa Maria, **Anais...** Santa Maria: LABLER-PPGL/UFSM, 2009a.

MOTTA-ROTH, D. Últimas descobertas! Estrutura potencial do gênero notícia de popularização da ciência. In: SIGET - SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS DE GÊNEROS TEXTUAIS, 5, 2009, Caxias do Sul. **Caderno de Resumos.** Caxias do Sul: EDUCS, 2009b, p. 86-87.

MUELLER, M. S. Popularização do conhecimento científico. **Revista de Ciência no Brasil.** Rio de Janeiro: Casa da Ciência, UFRJ, 2002.

NOVAES, Washington. **A quem pertence à informação?** 2a ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

OLIVEIRA Gildesio Bonfim de Oliveira; MONTEIRO, Rosana Horio. A Ciência no Jornal Nacional: Entre o fato e a ficção. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2007, Santos. **Anais...** Goiás: Universidade Federal de Goiás/ Faculdade de Artes Visuais – Mestrado em Cultura Visual. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1125-1.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2012.

OLIVEIRA, F. Comunicação pública e cultura científica. **Parcerias estratégicas**, 13, 2001, p.201-208. Disponível em: <<http://ftp.mct.gov.br/CEE/revista/parcerias13/10.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2011.

_____. Privatização do público, destituição da fala e anulação da política: o totalitarismo neoliberal. In: OLIVEIRA, F. de; PAOLI, M. C. **Os sentidos da democracia. Políticas do dissenso e hegemonia global.** Petrópolis. Editora Vozes, 1999.

OLIVEIRA, I.M. Cultura política, direitos e política social. In: BOSCHETTI, I. (Org). **Política social no capitalismo: tendências contemporâneas.** 2ª ed. São Paulo: Editora Cortez, 2009. p.109-129.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira.** Brasiliense, São Paulo, 1988.

_____. **A escola de Frankfurt e a questão da cultura.** Piratininga: São Paulo, 1985. Disponível em: <http://www.piratininga.org.br/images/ORTIZ_Renato_A_ESCOLA_DE_FRANKFURT_E_A_QUESTAO_DA_CULTURA.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2012.

PANELLA, C. **Percepção Pública sobre Ciência e Tecnologia.** Brasília: MCT, 2007. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/50877.html>>, Acesso em: 26 julh. 2010.

PARK, Robert E. News as a Form of Knowledge. In: _____ *Society– Collective Behavior, News and Opinion, Sociology and Modern Society.* Illinois: The Free Press, 1955, p. 71-88.

PATERNOSTRO, V.I. **O texto na TV Manual de Telejornalismo.** SP: Campus, 1999.

PEREIRA, Potyara A.P.. Discussões conceituais sobre política social como política pública e direito de cidadania. In: BOSCHETTI, I. et al . *Política social no capitalismo: tendências contemporânea.* S.P.: Cortez, 2009, p. 87-108. 280 p.

PEREIRA, A.; SERRA, I. ; PEIRIÇO N.M. Valor da Ciência. In: SOUZA, C.M.; MARQUES, N.P.; SILVEIRA, T.S. (orgs.). **A Comunicação Pública da Ciência.** Taubaté, São Paulo: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

PERUZZO, Cecília M.k. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Revista ALAIC,** 2011. Disponível em: <<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/145/166>>. Acesso em: 10 out. 2012.

PINTO, Cesar Augusto Sadalla. Ensaio sobre Tecnologia. **Conex. Ci. e Tecnol.** Fortaleza/CE, v.5, n.3, p.48 48-60, nov. 2011. Disponível em: <revistaconexoes.ifce.edu.br/index.php/conexoes/article/download>. Acesso em: 24 maio 2012.

POULANTZAS, N. **O Estado, o poder e o socialismo.** 4ª ed. SP: Graal, 2000.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1999.

REIS J. Ponto de vista: José Reis (entrevista). In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. (Orgs.) **Ciência e Público: caminhos da divulgação científica no Brasil.** Rio de Janeiro: Casa da Ciência, UFRJ, 2002.

REZENDE, G.J.D. **Telejornalismo no Brasil:** um perfil editorial. SP: Summus, 2000.

ROCHA, Décio; DEUSDARA, Bruno. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea**, Rio de Janeiro, v.7, n.2, dez. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X2005000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 ago. 2012.

ROCHA, Semiramis Melani Melo et al . Estudo da assistência integral à criança e ao adolescente através da pesquisa qualitativa. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, Ribeirão Preto, v.6, n.5, dez. 1998. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-11691998000500002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 17 fev. 2013.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993.

RUTHERFORD, F.J.; ALGREEN, A. **Science for all Americans**. Nova York, Oxford University Press, 1990. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=LKadiKAUIjEC&oi=fnd&pg=PR7&dq=+Science+for+all+Americans&ots=MVomclYwBs&sig=Vp-VZ9XOK9CTEmLQBR7Z18IW0lg#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 22 set. 2011.

SABBATINI, M. Alfabetização e Cultura Científica: conceitos convergentes? **Revista Digital: Ciência e Comunicação**, v.1, n.1, nov. 2004.

SABOTTKA, Emil Albert. Para que se faz política social no Brasil: notas sobre estratégias de legitimação dos últimos dois governos federais. **Civitas Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v.6 , n.1, p. 79-93 jan/jun. 2006.

SACHS, J. **A new map of the world, 2000**. Disponível em: <www.harvard.edu/cidinthe/news/Sachs>. Acesso em: 18 set. 2011.

SAENZ, Tirso W.; SOUZA PAULA, Maria Carlota de. **Considerações sobre indicadores de inovação para américa latina**. n. 8, vol.27, p.430-437, ago. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442002000800008&lng=pt&nrm=iso ISSN 0378-1844>. Acesso em: 20 set. 2011.

SANCHEZ, P.M. **Análises de Políticas Públicas**. Granada, Ed. Universidad de Granada, 2006.

SÁNSHEZ MORA, A. M. **A divulgação da ciência como literatura**. Tradução: Sílvia Perez Amato. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, UFRJ, 2003.

SANTORO, Luiz Fernando. A democracia na nova era da informação. **Revista Comunicação e Sociedade**, São Paulo, n 24, 1995.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **Cidadania e Justiça: a política social na ordem brasileira**. Rio de Janeiro: Campos, 1979.

SCHWARZ, Roberto. As idéias fora do lugar. In: SCHWARZ, Roberto. **Ao vencedor as batatas**. São Paulo: Duas Cidades, 1992.

SECLAENDER, Airton L. O direito de ser informado – base do paradigma moderno do direito de informação. **Estudos e Comentários**, RDP, 99. sl. 1991.

SERRA, Heloísa Helena Sá Vale. **Os fatos e os telejornais**. 1993. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.

SILVEIRA, S.A. **Exclusão Digital**: a miséria na era da Informação. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

SOARES, Giselle Silva. Entre o projeto de modernidade e a efetivação da democracia: marcas deixadas na construção da vida social brasileira. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n.109, mar.2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-66282012000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 06 mar. 2012.

SOARES, M.V.C.S. **A origem das notícias no telejornalismo regional**: investigação e análise da produção da informação em quatro telejornais de Mato Grosso do Sul. 2002. Dissertação (Mestrado em Jornalismo e Editoração)- Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2002.

SOLLA PRICE, D.J.D. Ciencia y Tecnologia: distinciones e interrelaciones. In: BARRY (org.) **Estudios sobre sociologia de la ciencia**. Madrid: Alianza Editorial, 1980.

SOUSA, Jorge Pedro. **As “Teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos *Media* Jornalísticos**. Universidade Fernando Pessoa, 1999. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>. Acesso em: 22 set. 2011.

SOUZA, Cidoval Moraes de. Quando a Ciência é notícia na televisão. In: Souza, C.M.; Marques, N.P.; Silveira, T.S. (orgs.). **A Comunicação Pública da Ciência**. Taubaté, São Paulo: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

TILLY, Charles. O acesso desigual ao conhecimento científico. **Tempo soc.**, São Paulo, v. 18, n. 2, nov. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702006000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 out. 2011.

TORAINÉ, A. **O que é democracia**. São Paulo: Edusp, 1996.

TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em Ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TRUJILLO FERRARI, Alfonso. **Metodologia da Ciência**. 2.ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974. Capítulo 1.

TUCHMAN, Gaye. **Making news: a study in the construction of reality**. Nova York: The Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. Making news by doing work: routinizing the unexpected. **American Journal of Sociology**, v.79, n.01, p. 110-131, 1973.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, vol. 1, nº40, 2009.

_____; CORREA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar da segurança ao lugar de referência. In: _____.(org.) **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo. **As rotinas produtivas dos editores de texto no telejornalismo: decidindo o que é notícia**, 2000. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/088f49b2a1b9142520de3e1d0fe1a043.PDF>>. Acesso em: 13 jan. 2012.

WIMMER, Mirima; PIERANTI, Octavio Penna. Serviços públicos de radiodifusão? Incoerências, insuficiências e contradições na regulamentação infraconstitucional. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. XI, n.1, 2009.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. SP: Martins Fontes, 3ª Ed., 2008.

_____. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

WOLFER, Maria Georgina. **Estratégias de produção em telejornais**: análise de telejornais diários produzidos no Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)- Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1982.

ZANCAN, GLACI T.. Educação científica: uma prioridade nacional. **São Paulo Perspec**, São Paulo, v.14, nº.3, jul. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010288392000000300002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 17 out. 2011.

ANEXO I - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS JORNALISTAS

Entrevistado:

Cargo do entrevistado:

Entrevistadora:

Realizado por: () e-mail () videoconferência () telefone () presencial

Data da entrevista:

Local da Entrevista:

A) Dados gerais sobre a emissora:

1. Cite os principais fatos que marcaram o desenvolvimento da emissora até hoje.
2. Quantos funcionários têm na empresa? E no jornalismo?

B) Dados gerais sobre o telejornal do meio-dia

b.1) Audiência do telejornal

3. Qual foi a audiência da emissora em 2010, 2011 e em 2011? E em 2012? Tem como apresentar dados estatísticos que comprovem as informações?
4. Baseado na audiência, explique quais fatos ou mudanças contribuíram para o telejornal ter atingido essa posição.

b.2) Mudanças do telejornal

5. O enfoque do telejornal mudou?
6. Quais foram as principais mudanças?

b.3) Perfil do telejornal do meio-dia

7. Qual o horário de exibição do telejornal?

8. Esse horário pode variar, diminuindo ou aumentando? Explique.

9. Qual o perfil do telejornal?

10. Qual o público alvo do telejornal? Tem dados estatísticos que possa fornecer?

11. Quais os assuntos que o telejornal prioriza? Eu vou ler de 1 a 19, por assunto, escreva em um papel e, se puder, coloque em ordem de prioridade. São eles:

() Política

() Medicina e Saúde

() Arte, Cultura e Eventos

() Meio Ambiente

() Esportes

() Ciência, Tecnologia e Inovação

() Transporte, Trânsito e Acidentes

() Moda

() Economia

() Religião

() Polícia e Segurança

() Educação

() Metodologia

() História

() Curiosidade

() Comportamento

() Culinária

() Emprego, Cursos e Concursos

() Comunidade e Serviços

() Outros. Qual? _____

12. Em relação à pergunta anterior (11), justifique as escolhas do primeiro e do último.

13. Em uma escala de 1 a 10, onde 1 é pouco interesse e 10 muito interesse, qual o interesse do jornal do meio-dia pelo CT&I?

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

14. O senhor acha que o tema de CT&I é importante para a sociedade? Em quais aspectos ele é importante?

15. O telejornal aborda a CT&I como se deseja? Explique.

b.4) Seleção e produção das notícias

16. Quais os canais de comunicação dos telespectadores com a empresa?

17. Quais os canais de comunicação para buscar informações sobre CT&I?

18. Qual é caminho percorrido da informação até a exibição ao ar?

19. Qual o critério, ou os critérios, para as informações serem selecionadas como notícia?

20. Quando a CT&I viram notícia?

c) CT&I

21. Em uma escala de 1 a 10, onde 1 é pouco interesse e 10 muito interesse. Em relação ao tema de CT&T, como você definiria o seu interesse?

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

22. O senhor acha que o assunto é bem divulgado? Justifique.

23. Como é a relação entre os jornalistas do telejornal e os pesquisadores na busca por informações sobre CT&I regionais?
24. Os telejornais contribuem para aproximar a produção científica da sociedade? Justifique.
25. Quais os entraves e as dificuldades que as matérias sobre CT&I enfrentam no dia a dia para serem exibidas no telejornal?
26. Existe algo que possa ser feito, na opinião do senhor, por parte dos *jornalistas*, para aumentar a frequência das matérias sobre CT&I nos telejornais? Explique.
27. Existe algo que possa ser feito, na opinião do senhor, por parte dos *telespectadores*, para aumentar a frequência das matérias sobre CT&I nos telejornais? Explique.
28. Existe algo que possa ser feito, na opinião do senhor, por parte dos *pesquisadores e cientistas*, para aumentar a frequência das matérias sobre CT&I nos telejornais? Explique.
29. Como o senhor vê a CT&I no Estado do RJ em termos de pesquisa e produção científica?

ANEXO II - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PESQUISADOR

Entrevistado:

Cargo do entrevistado:

Entrevistadora:

Realizado por: () e-mail () videoconferência () telefone () presencial

Data da entrevista:

Local da Entrevista:

A) Dados gerais sobre o pesquisador

1. Por favor, fale resumidamente sobre a pesquisa que desenvolve na UENF (o que é, como é, quantas pessoas estão envolvidas na pesquisa, entre outras informações que julgue importante abordar).

B) A Ciência, Tecnologia e Inovação:

2. Como o senhor vê a CT&I no Estado do Rio de Janeiro em termos de pesquisa e produção científica?

3. O senhor acha que o assunto é bem divulgado? Explique.

C) Relação com a imprensa (televisão, jornal, rádio, revistas, entre outros veículos):

4. Qual é a relação do senhor com a mídia de um modo geral? Possui alguma restrição em relação à divulgação do trabalho do senhor ou, até mesmo, em dar entrevistas? Explique.

5. A mídia, de um modo geral, reclama que sente dificuldade em divulgar as pesquisas científicas, entre outros motivos, por conta do relacionamento com os pesquisadores. Como o senhor avalia essa questão.

6. Existe algo que pode ser feito para melhorar a relação dos pesquisadores e jornalistas e conseqüentemente a divulgação científica? Explique.

D) Relação com a assessoria de imprensa da UENF

7. Como o senhor avalia a assessoria de comunicação da UENF?

8. Quais são os entraves e desafios para que o conhecimento científico chegue à mídia?

E) A divulgação científica nos veículos de comunicação (TV, jornal, rádio, revistas, entre outros veículos)

9. Como o senhor avalia a divulgação científica a mídia local nas Regiões Serrana, Norte, Noroeste, dos Lagos e Baixada Litorânea do Estado do Rio de Janeiro?

F) Divulgação da Ciência, Tecnologia e Inovação no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral (Telejornais do meio-dia da Rede Intertv e Rede Record, respectivamente)

10. O senhor assiste os telejornais citados? Caso não, explique o motivo.

11. Na sua percepção, em que momento ou circunstância a Rede Intertv e a Rede Record procuram o senhor? O que o senhor pensa sobre isso?

12. Na avaliação do senhor, o que mais atrapalha a relação com Intertv e Rede Record? Se for o caso, cite exemplos.

13. O senhor percebe alguma resistência ou dificuldade na relação com os jornalistas na hora de divulgar as pesquisas científicas? Explique.

14. Em relação ao grau de satisfação da divulgação da CT&I na REDE INTERTV, onde 0 não é satisfatória e 10 muito satisfatória, assinale um número e justifique a escolha e posteriormente.

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

15. Em relação à satisfação da divulgação da CT&I na REDE RECORD, onde 0 não é satisfatória e 10 muito satisfatória, assinale um número e justifique a escolha posteriormente.

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

16. Como os telejornais deveriam abordar a CT&I? E em relação ao formato? (Em relação ao tempo, ao formato da reportagem, ao conteúdo, frequência).

17. Em relação à divulgação sobre a CT&I, na sua percepção, qual é o grau de interesse dos telejornais citados pelo assunto? Em uma escala de 1 a 10, onde 1 é pouco interesse e 10 muito interesse, assinale um número e justifique, posteriormente, a escolha.

RJ Intertv 1ª Edição: 0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

Balanço Geral: 0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

18. Na sua percepção do senhor, quando a CT&I viram notícia no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral? Explique.

19. Os telejornais regionais (RJ Intertv e Balaço Geral) contribuem para aproximar a produção científica da sociedade? Justifique.

G) Caso sobre a entrevista dada a Rede Intertv

20. Em julho deste ano, o senhor deu uma entrevista para a Rede Intertv e a reportagem saiu no RJ Intertv 1ª Edição. Sobre isso, responda, por favor:

21. A emissora já tinha o contato do senhor ou foi por meio da assessoria da UENF?

22. O assunto da reportagem teve haver com a sua área de interesse ou com a pesquisa que desenvolve? Explique.

23. Existe algum ponto que não foi abordado na reportagem e que o senhor julgou ser importante? Explique.

24. De um modo geral, o senhor ficou satisfeito com a matéria ou detectou algum erro na reportagem? Explique.

H) ENTRAVES E DESAFIOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS TELEJORNALIS REGIONAIS (RJ INTERTV 1ª EDIÇÃO E BALANÇO GERAL)

25. Quais os entraves e desafios da divulgação científica no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral?

26. Existe algo que possa ser feito, na opinião do senhor, por parte dos *jornalistas*, para aumentar a frequência das matérias sobre CT&I nos telejornais? Explique.

27. Existe algo que possa ser feito, na opinião do senhor, por parte dos *telespectadores*, para aumentar a frequência das matérias sobre CT&I nos telejornais? Explique.

ANEXO III - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A ASSESSORIA DE IMPRENSA

Entrevistado:

Cargo do entrevistado:

Entrevistadora:

Realizado por: () e-mail () videoconferência () telefone () presencial

Data da entrevista:

Local da Entrevista:

A) Dados gerais sobre a instituição

1. Por favor, informe os dados gerais sobre a instituição.

B) Dados sobre a assessoria

2. Quantos funcionários e estagiários têm na equipe? A equipe é satisfatória em relação à quantidade e a qualidade dos profissionais? Explique.

3. Quais os entraves e desafios que a assessoria encontra dentro da instituição para realizar o trabalho.

4. Conte como funciona o trabalho da assessoria. Explique resumidamente a rotina de trabalho e a distribuição de tarefas na equipe.

5. A assessoria onde trabalha mudou nesses últimos anos?

6. Atualmente, quais os canais de comunicação com a assessoria?

C) Relação com os pesquisadores da UENF

7. Como funciona a seleção de notícias e a logística para conseguir atender os pesquisadores em relação à divulgação científica?

8. Existe alguma preferência na hora de escolher os pesquisadores que vão ser entrevistados pela imprensa? Justifique.
9. Quais os critérios na hora de selecionar as pesquisas científicas que serão divulgadas para a imprensa?
10. Quais os canais de comunicação que a instituição dispõe para os pesquisadores da instituição que querem divulgar os estudos científicos? Esses canais são satisfatórios? Explique.
11. Em relação ao atendimento dos pesquisadores para a divulgação científica, existe algum ponto que a assessoria se diferencia em relação às demais emissoras? Justifique.
12. Você percebe alguma resistência ou dificuldade com os pesquisadores da UENF para divulgar as pesquisas científicas? Explique.

D) Relação com a mídia (televisão, rádio, jornal e sites)

13. Resumidamente, como funciona a logística para atender os pedidos da mídia?
14. Quais os canais de comunicação que a instituição dispõe para a imprensa acompanhar as notícias da instituição?
15. Qual é canal de comunicação mais utilizado pela UENF para “dialogar” com a mídia? Justifique.

E) Relação com as emissoras de televisão

16. Como é a relação da assessoria com as emissoras locais que cobrem o interior do Estado do Rio de Janeiro? A relação é diferente com as emissoras dos grandes centros? Explique.

17. Em relação ao grau de satisfação da divulgação da notícia produzida pela assessoria na Rede Intertv, onde 0 não é satisfatória e 10 muito satisfatória, assinale um número e justifique a escolha posteriormente.

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

18. Em relação ao grau de satisfação da divulgação da notícia produzida pela assessoria na Rede Record, onde 0 não é satisfatória e 10 muito satisfatória, assinale um número e justifique a escolha posteriormente.

0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

19. O que mais atrapalha e dificulta a relação com Intertv e Rede Record? Se for o caso, aponte um fato para cada emissora e explique.

20. Na percepção do senhor, quando é que a Rede Intertv e a Rede Record procuram a assessoria da instituição?

F) Divulgação nos telejornais RJ Intertv 1ª Edição e Balanço Geral sobre CT&I

21. Os telejornais citados abordam a CT&I como se deseja? Explique.

22. Em relação à divulgação sobre a CT&I, na sua percepção, qual é o grau de interesse dos telejornais citados pelo assunto? Em uma escala de 1 a 10, onde 1 é pouco interesse e 10 muito interesse, assinale um número e justifique a escolha.

RJ Intertv 1ª Edição: 0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

Balanço Geral: 0-----1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

23. Na percepção do senhor, quando a CT&I viram notícia no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral? Explique.

24. Os telejornais contribuem para aproximar a produção científica da sociedade? Justifique.
25. Quais os entraves e as dificuldades que da assessoria da UENF enfrenta para divulgar as pesquisas científicas no RJ Intertv 1ª Edição e no Balanço Geral?
26. Existe algo que possa ser feito, por parte dos jornalistas, para aumentar a frequência das matérias e melhorar a qualidade sobre CT&I nos telejornais? Explique.
27. Existe algo que possa ser feito por parte dos pesquisadores e cientistas para aumentar a frequência das matérias e melhorar a qualidade sobre CT&I nos telejornais? Explique.

ANEXO IV - ROTEIRO DE LEITURA

Número da ficha: _____ Data: ___/___/___

Dia da semana: () 2ª feira () 3ª feira () 4ª feira () 5ª feira () 6ª feira

Relação do número de notícias coletadas por dia (palavra)

	RJ Intertv 1ª Edição (nº de notícias)	Balanço Geral (nº de notícias)
Ciência		
Tecnologia		
Bem-estar		
Desenvolvimento		
Qualidade de vida		
Pesquisa		
Curiosidade		
Estudo		
Científico		
Investigação científica		
Descoberta		
Inovação		
Inclusão Social		
Universidade		

Relação do número de notícias coletadas por dia (tema)

	RJ Intertv 1ª Edição (nº de notícias)	Balanço Geral (nº de notícias)
Política		
Medicina e Saúde		
Arte, Cultura e Eventos		
Meio Ambiente		
Esportes		
CT&I		
Transp., Trânsito e Acid.		
Moda		
Economia		
Religião		
Polícia e Segurança		
Educação		
Meteorologia		
História		
Curiosidade		
Comportamento		
Culinária		
Emprego, Cursos e Concursos		
Comunidade e Serviço		
Propaganda e Dinheiro		
Part. público e institucional		