

PROJETO
VISIBILIDADE UFG

RELACIONANDO
MÍDIA
• E •
CIÊNCIA



2017

Sumário

Apresentação	2
A mídia como aliada na divulgação científica	3
Objetivos do Projeto	5
Como funciona o Visibilidade?	6
Ações gerais	7
Equipes do Projeto	10
Responsabilidades – Equipe de atendimento à mídia	10
Responsabilidades – Equipe de produção de textos	12
Responsabilidades – Equipe <i>Clipping</i>	11
Responsabilidades – Equipe Auditoria	13
Responsabilidades – Equipe Web, Design e Divulgação	13
Resultados obtidos	14
Referências bibliográficas	16

Apresentação

O pesquisador desempenha um importante papel na produção do conhecimento e seus estudos influenciam diretamente a sociedade. Em inúmeras situações, esse “saber científico” restringe-se à publicação em congressos e veículos especializados, seguindo o que atenta [Bueno \(2009\)](#): a circulação de informações científicas ao chamado “público leigo” fica, muitas vezes, em segundo plano, sendo o enfoque principal da comunicação os pesquisadores “a partir de publicações ditas científicas, com um discurso e formas de acesso estranhas ao cidadão comum”.

Para as instituições que produzem pesquisa, como as universidades públicas, o compromisso social de democratizar o acesso à ciência torna-se um calcanhar de Aquiles: como, ao mesmo tempo, produzir conhecimento e compartilhá-lo com a sociedade, de maneira rápida, transparente e dialógica? [Bortoliero \(2009\)](#) é enfática ao citar [Massanero \(2002\)](#), esclarecendo que “a ciência é parte inerente da cultura humana, por isso, resulta urgente seguir trabalhando pela comunicação da ciência à sociedade para incrementar sua compreensão pública”

Uma das alternativas é recorrer aos veículos de comunicação (jornais, TVs, rádios e revistas) e a novos meios como portais, blogs e redes sociais digitais. Nesse contexto, enquanto os veículos buscam a Universidade como fonte para enriquecer e legitimar as notícias jornalísticas, o pesquisador apresenta sua produção científica e colabora para a visibilidade e legitimação da instituição como local em que se constrói e reconstrói o conhecimento. Cabe, então, à instituição manter uma estrutura organizacional para que o relacionamento entre essas instâncias se concretize e resulte na chegada e compreensão desse saber científico na sociedade.

A partir de 2014, a Assessoria de Comunicação da Universidade Federal de Goiás elegeu esse processo de mediação como uma de suas prioridades, remodelando suas rotinas de relacionamento com a mídia e fortalecendo ações voltadas à divulgação científica. Por meio de novas práticas e reflexões, constituiu-se o **Projeto Visibilidade UFG**.

A mídia como aliada na divulgação científica

O interesse da mídia pela ciência não é algo recente. Segundo **Burkett (1990)**, no início do século XVII, diversos cientistas e especialistas se organizaram e fundaram a *Royal Society*, em Londres, uma instituição voltada à promoção do conhecimento científico, que se fundamentava no empirismo como único meio para a verdade.

De acordo com o autor, em 1665, o filósofo Henry Oldenburg, secretário da *Royal Society*, criou um periódico para a divulgação das pesquisas científicas, sendo considerado o fundador do Jornalismo Científico. Desde então, diversas publicações se especializaram nesse assunto e, com o tempo, as informações sobre ciência deixaram de ser exclusividade dos periódicos especializados e ganharam editorias em grandes jornais, alcançando, com o passar dos anos, o rádio, a televisão e atualmente a internet.

No Brasil, segundo Burkett (1990), foi a partir de 1980 que o Jornalismo Científico, ancorado nos veículos de comunicação, ganhou força. Foi quando os principais jornais do país criaram editorias específicas para a ciência e, nesse processo, o cientista José Reis foi o principal nome. Ele escreveu mais de mil artigos sobre ciência em veículos de grande circulação e foi fundamental para a articulação dos outros cientistas brasileiros.

Castelfranchi (2010) cita alguns motivos para o interesse no Jornalismo Científico. Segundo ele, a prática auxilia na prestação de contas dos investimentos feitos com verbas públicas nessa área, contribui para a compreensão que a sociedade tem da ciência, melhora a credibilidade da ciência e ajuda na obtenção de apoio para financiamentos futuros.

Os cientistas têm uma obrigação ética de prestar conta ao público de como gerem os recursos públicos [...] A experiência mostra que depois que uma pesquisa é publicizada, um cientista recebe um número significativo de pedidos por parte de colegas [...] Tais contatos frequentemente vêm de colegas de outras disciplinas, coisa particularmente importante nesta era de pesquisa interdisciplinar. Isso pode abrir oportunidades de colaborações ou novas inspirações no trabalho do cientista [...] Cooperar com a mídia também aumenta as chances de que as matérias sejam mais acuradas. Enfim, a

cobertura de Ciência de Tecnologia atrai mais apoio público e privado para a pesquisa e atrai estudantes talentosos para carreiras em ciência e tecnologia. (CASTELFRANCHI, 2010, p. 20).

Por essas e outras razões, a Assessoria de Comunicação da UFG busca aperfeiçoar o trabalho de comunicação para a ciência junto à mídia propondo:

- Um bom relacionamento com a imprensa (para refletir em publicações midiáticas e construção de conceitos positivos da instituição);
- Compreensão das particularidades características da comunidade científica (prazos de atendimento, sigilo, imagem pública da pesquisa, credibilidade, dentre outros);
- Conscientização da comunidade científica sobre a importância da divulgação e diálogo com o cidadão comum (adequação de discursos, simplificação de temas complexos, dentre outros).

Objetivos do Projeto

O Projeto Visibilidade UFG possui quatro objetivos centrais:

- **Fortalecer** o relacionamento entre a Ascom e os pesquisadores da UFG, aumentando a divulgação da produção científica (pesquisa e extensão) da Universidade, nos cenários local, estadual e nacional;
- **Auxiliar** na integração entre os pesquisadores da UFG e os veículos de mídia, criando **parcerias para a divulgação científica**;
- **Aperfeiçoar** os processos de trabalho e arquivos utilizados pela Ascom/UFG no relacionamento com pesquisadores da UFG e veículos de mídia;
- **Avaliar** o desempenho da UFG na divulgação midiática, incluindo a produção científica.

Como funciona o Visibilidade?

O contato entre mídia-pesquisador(a) da UFG pode ocorrer de duas formas:

1) Quando o pesquisador informa a Ascom sobre iniciativas sendo (ou já) realizadas na unidade que podem ter influência direta no dia-a-dia da população: oferta de cursos, de atividades de extensão, pesquisas de interesse social, dentre outros.

Nesse caso, a Ascom entrevista o/a coordenador/a do projeto para ter mais dados sobre o tema e, então, elabora um texto jornalístico resumido, chamado *release*. Esse texto é encaminhado a todos os veículos de comunicação: jornais, revistas, TVs, rádios e outros. Após esse processo, os veículos de mídia procuram a Assessoria para solicitações de entrevista com esse (a) profissional. A Assessoria agenda as entrevistas e acompanha todas as notícias divulgadas na mídia. Depois das entrevistas e coleta dessas publicações, a Assessoria disponibiliza o *clipping* contendo todos os links e conteúdos gerados com a repercussão.

2) Quando a imprensa necessita de um especialista da UFG para falar sobre o assunto que está sendo trabalhado em uma matéria jornalística: sustentabilidade, economia, política, comportamento e outros.

Chamamos esse processo de busca por fontes. Nessa ocasião, a Assessoria entra em contato com o INF e outras unidades pesquisando se algum especialista poderá auxiliar o jornalista a complementar a matéria, com a opinião técnica ou acadêmica sobre o assunto abordado.

Ações gerais

1. Criar canais de fácil e rápida interação entre Ascom/UFG e veículos de mídia:

1.1 Disponibilização do serviço “Sala de Imprensa” no site da Ascom (www.ascom.ufg.br), com conteúdos específicos para os veículos de mídia;

1.2 Criação do e-mail saladeimprensaufg@gmail.com para atendimento exclusivo à mídia;

2. Reorganizar as rotinas de trabalho e os bancos de dados relacionados ao atendimento aos veículos de mídia:

2.2 Construção de equipes interdisciplinares que compreendem o atendimento à mídia como um processo interligado;

2.3 Construção de um mailing de mídia para a Ascom, contendo veículos de massa e especializados;

2.4. Padronização dos procedimentos de atendimento à mídia, por meio de um tutorial;

2.5 Construção de um Banco de Fontes/Pesquisadores da UFG para agilizar o atendimento às demandas da mídia e a indicação de especialistas da Universidade;

2.6 Elaboração de uma tabela única (padrão) para o registro e controle de todas as demandas atendidas no mês;

2.7 Elaboração de um Manual de Relacionamento com a Mídia, trazendo metas e posturas de como realizar o contato diário com os veículos, jornalistas e assessorias;

3. Monitorar o desempenho da UFG na mídia:

3.1 Reformulação do processo de coleta de notícias (*clipping*) sobre a Universidade, avaliando aspectos quantitativos e qualitativos de cada publicação (enfoques, tipos de citação, foco das citações, dentre outros);

3.2 Elaboração de relatórios mensais e anuais de Auditoria de Mídia, a partir de dados coletados no atendimento às demandas, clipping de notícias e envio de sugestões de pauta para a imprensa;

3.3 Acompanhamento das notícias negativas ou com potencial negativo, para formulação de estratégias de contingenciamento de crise de mídia;

4. Corrigir processos e procedimentos que causem impacto à imagem institucional:

4.1 Elaboração e utilização de um Manual de Gerenciamento de Crises de Mídia;

4.2 Organização de um Comitê de Gerenciamento de Crises da UFG;

5. Abastecer, periodicamente, a mídia local, estadual e nacional com sugestões de pauta e conteúdos sobre atividades de pesquisa, cultura, ensino, inovação e extensão da UFG:

5.1 Organização de uma equipe exclusiva para produção e envio contínuo de sugestões de pauta;

5.2 Levantamento periódico de pautas junto aos laboratórios, incubadoras, órgãos de gestão e unidades acadêmicas da UFG;

5.3 Criação de um modelo padrão para todas as sugestões de pauta da Ascom/UFG, bem como um manual para elaboração das pautas;

5.4 Elaboração de um **Boletim Visibilidade UFG**, contendo os assuntos de destaque do mês, a ser encaminhado aos veículos de mídia e instituições de pesquisa e comunidade universitária da UFG;

5.5 Monitoramento do envio e resultados obtidos com os textos encaminhados à imprensa, identificando assuntos com alto e baixo potencial de noticiabilidade;

6. Abastecer instituições federais e órgãos federais de destaque (que são fontes de informação para a mídia) com notícias sobre as atividades de pesquisa e extensão da Universidade:

Criação de um mailing de Assessorias de Comunicação e Imprensa de órgãos estaduais e federais (de Goiás e outros Estados), para o envio periódico de textos e conteúdos (vídeos, artigos, áudios e fotos) sobre pesquisa e extensão da UFG;

7. Estreitar os laços entre Ascom e os pesquisadores da UFG:

7.1 Divulgação do Projeto Visibilidade junto aos órgãos e unidades acadêmicas, utilizando: visitas às unidades e órgãos; banners nos sites institucionais da UFG, boletim eletrônico, Jornal UFG, manuais, cartazes, folders, outdoors, aplicativo “Minha UFG” e outros;

7.2 Fidelização de pesquisadores, por meio de contatos periódicos, fornecimento de *media training* e também emissão de certificados e relatórios contendo as notícias concedidas à mídia (essenciais para o Currículo lattes);

8. Informatizar os bancos de dados utilizados no relacionamento entre instituição, pesquisadores e mídia:

Estabelecer parcerias com alunos e professores para desenvolver um **software** inteligente capaz de mesclar todos dados de atendimento à mídia, banco de fontes, notícias do clipping e releases produzidos, de modo a emitir relatórios por demanda;

9. Criar na UFG um veículo multimídia exclusivo para a divulgação científica, aberto ao público em geral:

Criação do **Portal Visibilidade UFG**, no qual serão disponibilizadas publicações sobre pesquisas, releases, vídeos, clipping UFG, relatórios do Projeto, perfis de pesquisadores e outros.

Equipes do Projeto

A partir dos objetivos e ações gerais sinalizadas no Projeto, a Ascom/UFG estipulou **cinco equipes de trabalho**:

Atendimento à mídia: para atendimento personalizado às demandas da mídia;

Produção de textos: voltada à captação, produção e envio sistematizado de sugestões de pauta/*releases* para a mídia;

Clipping: acompanhamento, coleta e análise das notícias sobre a Universidade divulgadas na mídia e redes sociais;

Auditoria: voltada à elaboração de relatórios mensais de Auditoria de Imagem de Mídia;

Web, Design e Divulgação: atualização do Portal Visibilidade UFG, elaboração de materiais gráficos e execução de estratégias de divulgação do Projeto.

Equipe de atendimento à mídia

- Atender, diariamente, (via e-mail e telefones) os veículos de mídia e as assessorias de comunicação de outras instituições, fornecendo dados sobre a Universidade e indicando pesquisadores para entrevistas;
- Registrar todas as demandas atendidas na Tabela de Demandas do mês (nome completo do jornalista, veículo solicitante, contatos, dentre outros);
- Após a indicação de entrevistados/fontes, verificar a publicação da notícia e solicitar ao jornalista uma cópia do material, para arquivo da Assessoria;
- Atualizar o Mailing de Mídia da Ascom e o Banco de Fontes/Pesquisadores da UFG, sempre que constatar informações incompletas ou dados antigos;

Equipe de produção de pautas

- Manter uma listagem atualizada de unidades acadêmicas, coordenadores de curso, diretores, órgãos administrativos, laboratórios e grupos de pesquisa e extensão da UFG, para consulta semanal sobre pautas;
- Entrar em contato, semanalmente, com pesquisadores e gestores nas unidades e órgãos da UFG em busca de assuntos para divulgação (via e-mail, visitas ou telefone);
- Elaborar, semanalmente, textos jornalísticos para os veículos e assessorias de comunicação locais, estaduais e nacionais, conforme cinco grandes editorias são elas:
 - Calendário e Factual
 - Sociedade e Comportamento

- Meio Ambiente e Ciências Agrárias
 - Inovação e Tecnologia
 - Educação e Cultura
- Reunir materiais de apoio (relacionados à sugestão de pauta) e disponibilizá-los aos veículos de mídia para a elaboração da notícia: vídeos, fotos, links;
 - Organizar os arquivos de referência para cada sugestão, dentro de pastas específicas contendo: conteúdo completo dos trabalhos ou pesquisas consultadas; fotos; vídeos e trechos de entrevista com pesquisadores;
 - Manter uma Tabela Geral de *Releases*, contendo todos os dados das sugestões já encaminhadas pela equipe no ano;
 - Atualizar o submenu *Releases* disponível no menu “Projeto Visibilidade UFG/Sala de Imprensa”, do site www.ascom.ufg.br;

Equipe de *clipping*

- Realizar, diariamente, a busca eletrônica (via internet) por notícias sobre a UFG;
- Arquivar e classificar as notícias encontradas na Tabela de Clipping do mês;
- Selecionar, durante a *clippagem*, as publicações que podem gerar textos jornalísticos (sugestões de pauta para a imprensa) e encaminhá-las para o (a) coordenador (a) da equipe de *releases*;
- Selecionar, durante a *clippagem*, as publicações que podem influenciar negativamente a imagem institucional, encaminhando-as para a equipe de Auditoria de Mídia, para providências;
- Publicar, diariamente, no site da Ascom as notícias *clippadas* no menu “UFG na mídia- Clipping de Notícias” disponível no site

www.ascom.ufg.br, zelando pela apresentação e respeito aos direitos autorais de cada conteúdo;

Equipe de Auditoria

- Zelar pela organização de todos os **dados** que embasam o Projeto (construção de tabelas, bancos de dados, dentre outros);
- Monitorar, diariamente, a realização do *clipping* de notícias (incluindo as notícias com potencial de divulgação e as publicações que trazem riscos à imagem institucional);
- **Elaborar relatórios** mensais e anuais de Auditoria de Mídia, a partir dos dados obtidos com o atendimento de demandas, clipping de notícias e elaboração de releases;
- Apresentar, mensalmente, os resultados do Projeto;
- **Convocar reuniões** para ajustes e treinamentos referentes às atividades que compõem o Projeto;
- Organizar e elaborar os **manuals** do Projeto;

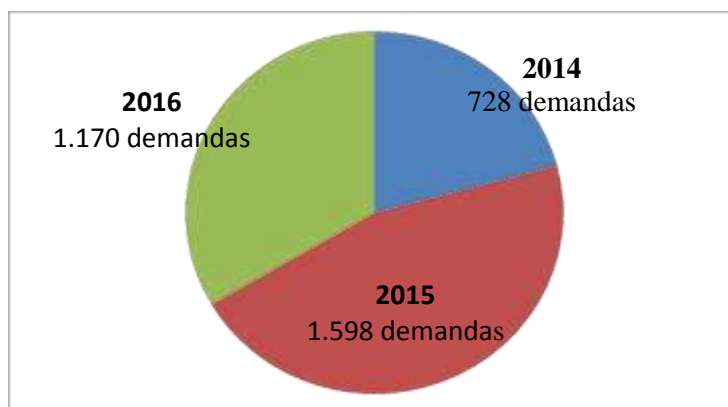
Equipe Web, *Design* e Divulgação

- Atualizar e monitorar o **Portal Visibilidade UFG** (notícias menus, vídeos, dentre outros conteúdos);
- Desenvolver artes e providenciar impressão do **material gráfico** para campanhas e manuais do Projeto, incluindo cartazes, outdoors, banners, *press Kits*, malas diretas e outros;
- Elaborar e executar as **estratégias de divulgação** do Projeto Visibilidade.

Resultados obtidos

Com o Projeto Visibilidade UFG, a Assessoria investiu no levantamento de pautas relevantes à Universidade. Desse modo, a Ascom/UFG possui mais controle sobre os conteúdos, direcionando-os aos interesses da instituição, como, nesse caso, a divulgação científica. O primeiro impacto ocorreu na quantidade de demandas recebidas dos veículos de comunicação: um aumento de 60%, totalizando 3.496 demandas atendidas entre outubro de 2014 a dezembro de 2016 (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Demandas atendidas de 2014 a 2016



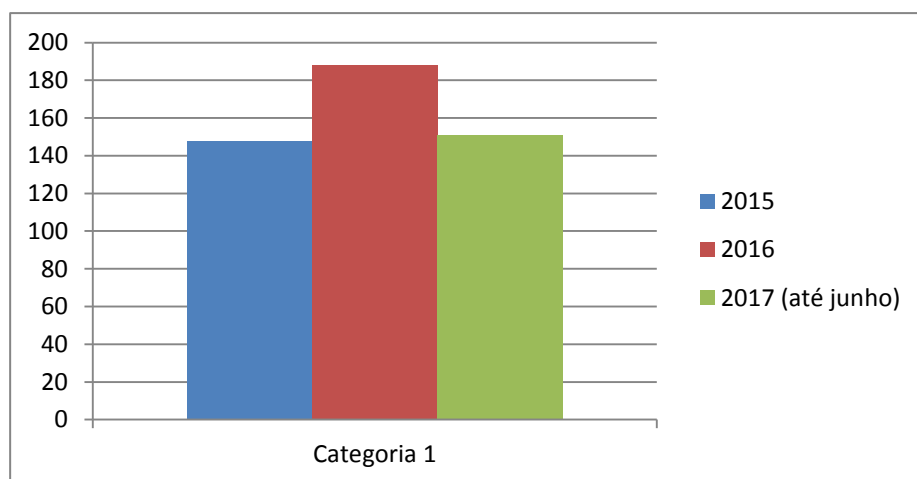
Os resultados do processo de reorganização das rotinas foram perceptíveis também quando os textos jornalísticos (sugestões de pauta) encaminhados pela Ascom passaram a ser os assuntos mais demandados pelos veículos de comunicação. A Tabela 1 apresenta um exemplo dos textos produzidos pela Assessoria:

Tabela 1 - *Releases* encaminhados pela Ascom/UFG em Abril/2017

Editoria	Título do texto	Procuras da mídia	Publicações obtidas
Cidades	Pesquisa da UFG avalia a percepção dos usuários do transporte público	5	11
Saúde	Estudo da UFG alerta consumidor sobre adulterações em alimentos	5	5
Economia	Pesquisa da UFG analisa os impactos da Reforma da Previdência Social	8	8

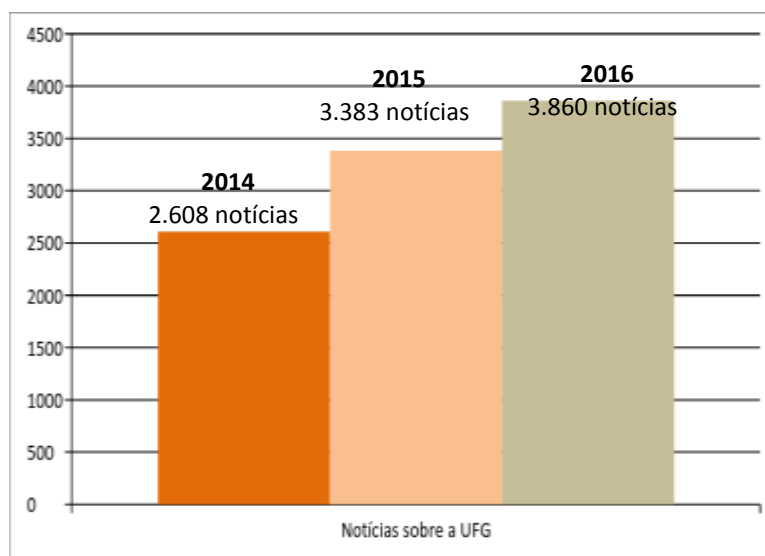
Graças às sugestões da Ascom, houve ainda a multiplicação do número de matérias publicadas sobre ações de pesquisa na UFG. O **Gráfico 2** demonstra o aumento gradativo destes números:

Gráfico 2 – Quantidade de notícias sobre pesquisa da UFG



Com o abastecimento contínuo da mídia sobre as ações de pesquisa, extensão, ensino e inovação, o Projeto evidenciou também o aumento de notícias sobre a UFG publicadas nos veículos de comunicação. De outubro de 2014 a dezembro de 2016, foram 9.851 notícias sobre a Universidade, catalogadas pela equipe, conforme **Gráfico 3**:

Gráfico 3 - Notícias sobre a UFG de 2014 a 2016



Quase três anos de Projeto Visibilidade UFG demonstram que a reorganização dos processos internos podem trazer resultados positivos em relação às formas de relacionamento com a imprensa e a melhoria da transparência social das pesquisas que são realizadas na Universidade.

Com tantos interesses envolvidos, a área da comunicação tem sido uma parceira fundamental para a ampliação do alcance das pesquisas científicas. Isso ocorre pela característica da área em ser um substrato para a difusão de informações e para a construção de relacionamentos. Eventualmente, destacam-se os processos de interlocução e as respostas às demandas sociais da instituição, por meio dos veículos de comunicação.

O amadurecimento do Projeto trouxe novas estratégias voltadas para o aperfeiçoamento do relacionamento com pesquisadores e a produção de um portal de divulgação científica para dar vazão de forma mais autônoma a assuntos tão interessantes que, por vezes são jogados a um segundo plano em meio às rotinas dos veículos de comunicação.

Referências Bibliográficas

BORTOLIERO, S. O papel das universidades na promoção da cultura científica: formando jornalistas científicos e divulgadores da ciência. In PORTO, CM., org. **Difusão e cultura científica: alguns recortes** [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. pp. 45-73. ISBN 978-85-2320-912-4. Available from SciELO Books .

BUENO, W. da C. B. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p.157-78.

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

CASTELFRANCHI, Yuriy. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? Muitas respostas óbvias... mais uma necessária. In: MASSARANI, Luisa (coord). **Jornalismo e ciência: uma perspectiva hiberamericana**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ/COC/Museu da Vida, 2010.

PROJETO
VISIBILIDADE
Aqui seu conhecimento é visto.



Assessoria de Comunicação da UFG

(62) 3521-1310/1706

www.ascom.ufg.br