

JORNALISMO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: a experiência da agência Verás Mídia

Carlos Renan Samuel Sanchotene¹

RESUMO

Este trabalho utiliza o Instagram como ferramenta de divulgação científica através do canal Verás Mídia. O trabalho de extensão é desenvolvido por alunos do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais – Divinópolis. Busca-se desenvolver a habilidade de divulgação científica junto aos acadêmicos por meio de uma linguagem multimídia de fácil acesso; e promover a conexão entre universidade e comunidade por meio da popularização da ciência. Para tanto, são utilizados recursos multimídia para informar e atrair a atenção do leitor. Os conteúdos produzidos são uma forma de despertar o senso crítico e o conhecimento do público, minimizando o distanciamento entre ciência e comunidade.

Palavras-chave: divulgação científica; jornalismo; extensão; agência; Instagram.

JOURNALISM AND SCIENTIFIC DISSEMINATION: The experience of the Verás Mídia agency

ABSTRACT

This project uses Instagram as a science communication tool through the Verás Mídia channel. This outreach project is being developed by journalism students at the State University of Minas Gerais – Divinópolis. The goal is to develop science communication skills among academics through an easily accessible multimedia language and to foster connections between the university and the community through the popularization of science. To this end, multimedia resources are used to inform and attract readers. The content produced is a way to awaken critical thinking, and knowledge among the public, bridging the gap between science and the community.

Keywords: scientific dissemination; journalism; extension; agency; Instagram.

¹ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG – Divinópolis). E-mail:carlos_sanchotene@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

A revolução científica e tecnológica fez emergir um público cada vez mais interessado em saber sobre ciência. Apesar dos avanços, grande parte da população ainda vive totalmente inerte ao acesso dessas inovações. Como afirma Oliveira (2014, p. 15), “a mais perversa consequência da falta de educação e de informação é a incapacidade de poder opinar ou decidir sobre coisas que podem afetar a vida individual, comunitária e até de toda uma nação”. Assim, o papel do jornalista como disseminador de informação está diretamente em levar informações para esse público.

Para Lemos e Lévy (2013), não existe uma democracia sem o exercício da palavra pública. O comunicador é a grande balança de equilíbrio para a sociedade, sendo ele um contribuinte para o fim de sua imparcialidade. O profissional atuante na área científica jornalística é de grande valia, tanto para os avanços da ciência como para disseminação desse conteúdo para o público que não tem fácil acesso ou é isento de informação. Oliveira (2014, p. 13) afirma que a “desmistificação do estereótipo do pesquisador científico e o impulso ao início do que se pode considerar um processo de alfabetização científica estão entre as contribuições do jornalismo científico”.

O trabalho científico, além de prestigiado, mostra-se honroso e formador de bons cidadãos. O jornalista no exercer da profissão revela-se possuidor destas e de mais características. Confere aos profissionais que “para ser jornalista é preciso ter formação cultural sólida, científica ou humanística” (Abramo, 1988, p. 247). Dessa forma, para conhecer o homem e a sociedade, a leitura mantém-se imprescindível para o papel de um jornalista, que também deve entender as correlações e relações dos eventos que influenciam na sociedade.

A partir dessa perspectiva, o jornalismo científico consiste em uma esfera do jornalismo e compartilha de diversas áreas de atuação, estas que são elaboradas e redigidas de forma única. Para Silva (2003), o jornalismo científico é a especialização da atividade jornalística direcionada a cobertura de assuntos da ciência e tecnologia. O jornalista, por meio das diferentes mídias, noticia para o público amplo e heterogêneo, usando técnicas específicas de investigação e de linguagem para dizer de forma comprehensível o que lhe foi revelado pelos discursos dos cientistas – geralmente discursos intrincados e enclausurados em suas especialidades.

Barrichello e Garcia (2003) afirmam que o jornalismo científico procura democratizar o conhecimento e contribuir para uma educação contínua da população. As autoras referenciam que o jornalismo científico se dedica à descodificação da linguagem científica, tornando-a mais

acessível ao público em geral. Sua principal tarefa é aproximar a ciência das pessoas e facilitar a elas a compreensão dos fatos, demonstrando, numa linguagem acessível, os benefícios e prejuízos que o desenvolvimento científico e tecnológico pode trazer à vida cotidiana.

Quanto aos objetivos do jornalismo científico destacam-se: (I) a divulgação da atualidade e tecnologia pelos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias de informação; (II) a criação de uma consciência pública sobre o valor da investigação científica; (III) o uso da informação para reconciliar o homem com a ciência e a técnica e fazê-las acessíveis à maior parte da população e (IV) advertir sobre as consequências sociais, econômicas, políticas, culturais e tecnológicas dos processos de mudança derivados do desenvolvimento científico e tecnológico (Lübeck; Silveira, 2003).

Dissertar sobre a comunicação em escala científica consiste em colocar a sociedade em evidência, a preocupação com a tradução e o cuidado na disseminação do conteúdo, a fim que ele seja de entendimento e coerência mútua. “A divulgação científica é entendida como a tradução de uma linguagem especializada, relacionada à ciência e à tecnologia, para uma linguagem que seja compreensível ao público leigo, mais amplo, por meio da utilização de processos e recursos técnicos” (Santos *et al.*, 2014, p. 9).

Entretanto, a disseminação científica além de requerer uma linguagem capaz de traduzir e fornecer um conteúdo coerente, precisa ser de encontro, atrativa. Ela, ainda, se mostra responsável pelo enfoque na questão social e nos direitos do cidadão. Todas as vertentes do jornalismo conferem sua importância individual, e seguem de acordo com os interesses da população e suas necessidades. No entanto, o jornalismo científico, vai ainda mais adiante.

De acordo com Santos *et al* (2014, p. 9), “a comunicação pública da ciência vai além, pois prevê um processo de informação com foco na esfera pública, visando ao interesse público, à promoção da cidadania e ao funcionamento da democracia [...]. Isso fortifica e ressalta o valor da dissertação científica no âmbito jornalístico, e de um compromisso social e democrata, um exercício de manutenção da cidadania.

Ao considerarmos que vivemos em um contexto de sociedade digital de cultura visual efêmera, encontra-se na rede social Instagram um ambiente propício para a divulgação científica. Para tanto, este trabalho apresenta resultados de um canal no Instagram desenvolvido como atividade de extensão com alunos do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais – Divinópolis. A iniciativa consiste em realizar um trabalho de divulgação científica

objetivando consolidar o Verás Mídia como uma agência de divulgação científica. A proposta é que aconteça uma popularização da ciência por meio de uma linguagem multimídia que seja compreensível ao público leigo.

Como afirma Ferrari (2010), as redes digitais oferecem suportes multimidiáticos quando abrem espaço para publicações em texto, vídeo, foto e áudio simultaneamente. Já Salaverría e Negredo (2008) advertem que é preciso investir em diferentes formas de apresentação das notícias. Segundo os autores, pelo fato de os jovens estarem mais acostumados com conteúdos audiovisuais e interativos de caráter lúdico, os meios de comunicação precisam atrair os leitores de amanhã. Ficam evidentes as soluções apresentadas pela narrativa multimídia como uma resposta a um novo padrão estético para “contar a história” de um fato jornalístico.

O Verás Mídia é uma Agência Escola de Divulgação Científica, criada em 2021. Trata-se de um espaço de popularização da ciência por meio da divulgação de pesquisas científicas realizadas no âmbito internacional, local, regional; além de pesquisas feitas por professores dos cursos da Universidade. O trabalho justifica-se, pois a popularização da ciência é uma das ferramentas de comunicação científica usadas para transmitir conhecimento a vários públicos. Quando se populariza ciência, há o desejo de reduzir a “lacuna” que separa “cientistas” de “leigos” e tornar a ciência um assunto de todos (Bertolli Filho, 2006). Dessa forma, buscamos popularizar a ciência e promover a conexão entre Universidade e comunidade.

São inúmeros os desafios e problemas que a acelerada ampliação dos horizontes de aplicação da ciência tem apresentado à sociedade como um todo. Por isso, a difusão ampla das informações científicas torna-se indispensável para a tomada de decisões apropriadas e para o pleno exercício da cidadania. De modo geral, a sociedade brasileira não demonstra um interesse significativo pelos produtos da ciência. Particularmente notável é o nível de desconhecimento sobre as atividades de pesquisa desenvolvidas no Brasil. Isso se deve, em grande parte, à carência de jornalistas com motivação específica e formação adequada no campo do jornalismo científico (Bertolli Filho, 2006).

METODOLOGIA

A metodologia de trabalho no Verás Mídia consiste, inicialmente, em um estudo bibliográfico junto aos alunos do curso sobre jornalismo, técnicas de entrevista; redes digitais (Salaverría; Negredo, 2008) e jornalismo científico (Bueno, 2010; Oliveira, 2014; Silva, 2003).

Para tanto, a equipe executora realiza reuniões semanalmente para discutir leituras, debates, pesquisas e planejamento. Os encontros ocorrem em uma sala de informática disponível no Bloco 2 da UEMG – Divinópolis.

São feitas discussões teóricas, mapeamento dos principais *sites* de divulgação científica do País e o levantamento de pesquisas que estão sendo realizadas na UEMG – Divinópolis. O estudante bolsista seleciona projetos aprovados em editais de pesquisa da Universidade. As publicações ocorrem semanalmente e devem contemplar alguns formatos como: divulgação científica a partir de pesquisas publicadas em portais, *sites* de notícias e redes sociais; divulgação científica a partir de artigos publicados em revistas e periódicos científicos brasileiros (Plataforma Sucupira – Qualis); divulgação científica a partir projetos de pesquisa da UEMG – Divinópolis e divulgação científica a partir de congressos realizados na Universidade.

Por meio desses formatos, utilizamos os recursos do Instagram, a destacar: publicações de notícias no *feed* acompanhadas de fotos; *stories* (formato visual em tela cheia, onde o usuário publica fotos e vídeos de até 15 segundos); IGTV (aplicativo integrado ao Instagram que permite o compartilhamento de vídeos verticais de até uma hora de duração); *reels* (ferramenta de vídeo que permite a criação de conteúdos audiovisuais com duração máxima de 60 segundos proporcionando mais dinamismo ao conteúdo).

Tais formatos e recursos compreendem a narrativa multimídia, possibilitando uma dinâmica de leitura diferenciada, e que está atrelada ao uso das ferramentas e recursos do dispositivo digital. Para Salaverría e Negredo (2008), esse tipo de narrativa funciona como uma essência libertadora para o leitor. Essa arquitetura noticiosa é resultado do avanço tecnológico e redes de interação. Segundo o autor, a utilização do hipertexto começa a ser explorada não apenas nas notícias (escritas), mas o conteúdo audiovisual, produzido para a plataforma digital, começa a explorá-lo de forma a agregar mais possibilidades em sua construção narrativa e dialogar de forma mais direta e intensa com o leitor que se encontra na rede.

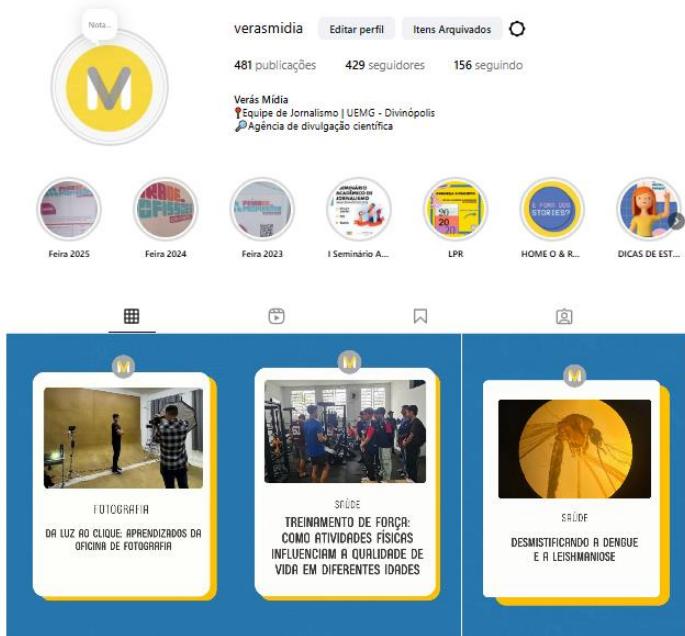
A cada ano, uma nova turma desenvolve o projeto junto ao professor. No início de 2025, os alunos desenvolveram uma nova identidade visual do projeto e produzem os textos jornalísticos de divulgação científica a partir de um *template* já estabelecido e compartilhado pelos integrantes por meio do Canva².

² Plataforma *online* e gratuita que oferece biblioteca de modelos, fotos e elementos gráficos para criar *designs* profissionais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Verás Mídia está disponível no Instagram³ e possui, atualmente, 429 seguidores⁴. Criado em 2021, o canal desenvolvido pelos alunos segue uma identidade visual em que se sobrepõe as cores amarelo, azul e cinza. A logo traz destaque para as iniciais do nome (letras V e M sobrepostas). A seguir, a Figura 1 ilustra o perfil do canal.

Figura 1 – Perfil do canal no Instagram



Fonte: Canal no Instagram do Verás Mídia.

O Instagram disponibiliza algumas informações relevantes acerca do público que visita o perfil ou que acessa suas postagens. Pelos dados disponibilizados pela própria ferramenta, podemos perceber que a maior parte dos seguidores são jovens, com a faixa etária entre 18 e 24 anos, sendo que, dos 429 seguidores, 64,5% são mulheres, enquanto 35,5% são homens. Além disso, foi possível identificarmos a localização dos seguidores, visualizando que a maioria deles, 57,4%, se concentram na cidade de Divinópolis – MG (onde está localizado também o *campus* da

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/verasmidia/>

⁴ Dados coletados em 01 de outubro de 2025.

Universidade). Em seguida, aparece a capital mineira, Belo Horizonte, com 5,4% do número de seguidores. E, na sequência, outras cidades do interior de Minas Gerais.

Com relação às publicações, como já mencionado, são privilegiados formatos como: divulgação científica a partir de pesquisas publicadas em portais, *sites* de notícias e redes sociais; divulgação científica a partir de artigos publicados em revistas e periódicos científicos brasileiros (Plataforma Sucupira – Qualis); divulgação científica a partir projetos de pesquisa da UEMG – Divinópolis e divulgação científica a partir de congressos realizados na Universidade.

A seguir, a Figura 2 ilustra a cobertura realizada pelos alunos na Feira de Profissões 2025. Por meio da ferramenta *stories* foram utilizados recursos como vídeos e entrevistas com organizadores e participantes. A Feira é uma atividade realizada anualmente e tem como objetivo apresentar as atividades e carreiras profissionais dos cursos ofertados na UEMG - Divinópolis.

Figura 2 – Entrevista com a coordenadora de extensão durante a Feira de Profissões 2025



Fonte: autoria própria.

De acordo com Ito (2019), no mundo todo as pessoas vêm buscando informação jornalística no ambiente das mídias sociais, em vez de navegaram até o *site* oficial dos veículos noticiosos para, então, consumir informação. A notícia, em um contexto crescente de uso de dispositivos móveis,

está cada vez mais na palma da mão, mais precisamente passando pela *timeline* do indivíduo. Dessa forma, a informação no Verás Mídia apresenta elementos que buscam atrair e fidelizar o público leitor.

Com relação aos recursos multimidiáticos (Salaverría; Negredo, 2008), além de postagens de notícias em textos, privilegiamos a produção de vídeos com professores e pesquisadores sobre temas científicos. Assim, os alunos experimentam diversas possibilidades de exercício da prática jornalística.

O Verás Mídia é uma experiência na qual o estudante de jornalismo tem de exercer a prática do conhecimento teórico adquirido em sala de aula como entrevistas, atividades relacionadas à pesquisa científica, ciência e jornalismo científico; além disso, desperta o senso crítico e a criatividade do aluno. Como resultado desse projeto, temos obtido a interação dos usuários do Instagram que se interessam pelo conteúdo científico. Esperamos, ainda, que a produção científica seja popularizada cada vez mais, aproximando a ciência do público em geral (Barrichello; Garcia, 2003).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com relatório do Reuters Institute, publicado em 2022, o Instagram é uma das redes sociais que mais cresceram no Brasil (Reuters Institute Digital, 2022). De acordo com a pesquisa, cada vez mais pessoas se informam pelas redes sociais, e menos usam a TV para acompanhar os acontecimentos. As mídias sociais são fonte de notícias para 64% dos entrevistados, contra 55% que veem TV para se informar.

Além disso, as redes digitais apresentam características que não podem ser desconsideradas. Na tentativa de compreensão das interações sociais, Danah Boyd (2011) explica que as redes apresentam dinâmicas subjacentes à constituição dos públicos em rede. Ou seja, há uma audiência invisível, em que não há clareza sobre quem terá acesso às informações compartilhadas em rede. Além disso, conteúdos disponíveis em *sites* de redes sociais, como o Instagram, são fortemente “escaláveis” e “replicáveis” (Boyd, 2011). Assim, os conteúdos são permanentes, atingem uma proporção inimaginável e são fáceis de serem compartilhados.

Nesse sentido, o presente projeto tem grande potencial de atingir a comunidade que está cada vez mais conectada às redes digitais. Além disso, pode ser um incentivo à leitura de conteúdo noticioso sobre ciência por meio do uso de uma linguagem acessível e multimidiática (Salaverría;

Negredo, 2008). Acreditamos, assim, que os conteúdos produzidos são uma forma de despertar o senso crítico, a reflexão e o conhecimento do público, minimizando o distanciamento entre ciência e público leigo. Assim, a divulgação da ciência, que muitas vezes fica restrita ao âmbito acadêmico, é uma forma de compartilhar o conhecimento adquirido ao longo de anos de pesquisa. Acreditamos que a produção de notícias em formato multimídia com uma linguagem de fácil compreensão é o caminho para minimizar o distanciamento entre academia e comunidade.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**: o jornalismo e a ética do marceneiro. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1988.

BARRICELLO, Eugenia Maria; GARCIA, Sâmia. Mídia impressa: “a percepção de jornalistas e pesquisadores sobre a divulgação da ciência”. In: SILVEIRA, Ada (org.). **Divulgação Científica e Tecnologia de Informação e Comunicação**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.

BERTOLLI FILHO, Claudio. Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2006. Disponível em:
<https://www.bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2025.

BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Z. (org.). **A networked self**: identity, community and culture on social network sites. New York: Routledge, 2011.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, [s. l.], v. 15, 2010. Disponível em:
<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 11 mar. 2025.

SILVA, Gislene. Mídia impressa: “a prática do jornalismo e o universo das ciências”. In: SILVEIRA, Ada (org.). **Divulgação científica e tecnologia de informação e comunicação**. 1.ed. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.

FERRARI, Pollyana. A hipermídia entrelaça a sociedade. In: FERRARI, Pollyana (org.). **Hipertexto hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação. São Paulo: Contexto, 2010.

ITO, Liliane de Lucena. **A (r)evolução da reportagem**. Aveiro: Ria Editorial, 2019.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2013.

LÜBECK, Elisa; SILVEIRA, Ada. Hipermídia: “a diversão científica em versão electrónica”. In: SILVEIRA, Ada (org.). **Divulgação científica e tecnologia de informação e comunicação**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

REUTERS INSTITUTE DIGITAL. **News Report 2022**. Oxford: Inglaterra, 2022. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf. Acesso em: 12 mar. 2025.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado – convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol 90, 2008.

SANTOS, Adriana *et al.* **Jornalismo e ciência na universidade**. Cruz das Almas: UFRB, 2014.

SILVA, Gislene. Mídia impressa: “a prática do jornalismo e o universo das ciências”. In: SILVEIRA, Ada (org.). **Divulgação científica e tecnologia de informação e comunicação**. 1.ed. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.