

**DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA**

# **PROCEDIMENTOS ESSENCIAIS PARA A ATUAÇÃO DE UM ASSESSOR DE IMPRENSA NA APURAÇÃO EM PRODUÇÃO CIENTÍFICA**

*José Leandro Duarte de Abreu*

O trabalho de um assessor de imprensa é caracterizado pela conexão do que faz parte do dia a dia de uma instituição com o que há de interesse da mídia em noticiar. Esse olhar atento é destacado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), como aquele que orienta o que pode ser notícia aos veículos e à sociedade, o que não interessa e o que deve, ou não, ser divulgado (Fenaj, 2007).

Bueno (2010) descreve que a divulgação científica precisa ser caracterizada com “recursos, técnicas, processos e produtos” para que a linguagem esteja adequada ao público. Nesse sentido, refletimos aqui ferramentas que podem ser tidas como processos essenciais para o trabalho de apuração, que antecede a divulgação, em assessoria de imprensa, a fim de apontar processos administrativos para facilitar a visualização de critérios de noticiabilidade em instituições, que lidam com grande volume de produção científica regular, como as universidades públicas brasileiras.

O primeiro procedimento administrativo essencial seria uma agenda contendo as datas previstas de publicação de documentos científicos dos autores da instituição. Quando um jornalista presta serviço de assessoria de imprensa, ganha o *status* de “pessoa dos bastidores”. Mas isso nem sempre quer dizer que o colega de instituição dos pesquisadores terá acesso facilitado às informações com a antecedência que precisa a divulgação científica.

Em um mundo ideal, o assessor de imprensa sempre fica sabendo quando os pesquisadores estão para publicar algo novo, a fim de elaborar sugestões de pauta. Na realidade, no entanto, a atividade de divulgação é mais tida como intervenção do que parte do processo de fazer ciência. Um enfrentamento a esse comportamento é, por exemplo, o estabelecimento de uma notificação “obrigatória” entre o pesquisador e sua respectiva instituição de pesquisa no momento de aceite de publicações científicas. Assim, o serviço de assessoria de imprensa pode desenvolver sugestões de pauta, também, a partir da data de publicação. Afinal, o ineditismo é um critério de noticiabilidade, que tende a potencializar a aceitação de uma pauta na imprensa (Righetti *et al.*, 2021).

O segundo procedimento administrativo essencial seria uma agenda de publicações de gaveta. Diferente do primeiro ponto, no qual o jornalista se apropria do ineditismo para divulgar uma publicação, a agenda de publicações traz a possibilidade de prever correlações entre publicações e datas alusivas ao longo de um ano, para que a publicação acadêmica seja abordada novamente ou pela primeira vez na imprensa, partindo de outras perspectivas. A pauta de gaveta geralmente é caracterizada pelo critério de proximidade cultural, que se utiliza bastante de conexões com datas comemorativas e datas alusivas a fatos históricos.

Uma pesquisa publicada em março sobre o perfil nutricional de crianças, por exemplo, pode ser ofertada a imprensa em seu mo-

mento de publicação (com base no critério de ineditismo), mas também em datas de efemérides como o Dia da Infância em 24 de agosto, Dia das Crianças em 12 de outubro ou o Dia da Alimentação Escolar em 21 de outubro. Considerando a possibilidade de um enquadramento anual para essas datas, destaca-se a necessidade das instituições explorarem todo o seu arquivo interno de forma sistematizada.

O terceiro procedimento administrativo essencial seria a consulta de acervo por critérios de noticiabilidade. Se uma universidade tem a divulgação à imprensa como uma de suas formas de comunicação estratégica para se relacionar com a sociedade, é necessário facilitar o dia a dia de quem literalmente vive em busca pelo que tem mais potencial de relevância para a mídia como os assessores de imprensa. Atualmente, repositórios e indexadores brasileiros como Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e SciELO operam com indexadores que dialogam com a ciência, mas que não necessariamente facilitam a sua divulgação.

Por exemplo, é possível buscar por pesquisas nesses indexadores de um determinado *campus* universitário, mas não por uma cidade específica. Por mais que os dois tipos de busca se complementem, no jornalismo, a cidade ocupa o critério de proximidade regional, enquanto o *campus* de publicação ocupa o critério de proeminência. A adoção de critérios específicos que possam ser implantados em arquivos gerais e repositórios podem munir de forma estratégica as escolhas de pautas dos assessores de imprensa.

Essas necessidades são conhecidas por quem já atua com assessoria de imprensa na apuração em produção científica. Assim, procedimentos mais institucionalizados externos aos setores de comunicação podem colaborar com o *modus operandi* da divulgação científica. Apesar de apontar como ideais, a criação dessas ferramentas no contexto brasileiro talvez ainda deve ser precedida por uma institucionalização básica da divulgação científica nas universidades públicas

brasileiras. Como aponta Pereira (2023), a maioria dessas instituições vive uma realidade limitada de profissionais – e ainda há universidades federais que sequer contam com equipe de comunicação no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1, 2010. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/#/v/33484>. Acesso em: 28 ago. 2024.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Imprensa**. 4. ed. Brasília. 2007. Disponível em: [https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf). Acesso em: 28 ago. 2024.

PEREIRA, Cibele Maria Garcia de Aguiar. **Por uma utopia na comunicação dialógica: modelo de monitoramento e avaliação para a comunicação pública de ciência e tecnologia**. 2023. 259 p. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências, Campinas, 2023. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/9554>. Acesso em: 28 ago. 2024.

RIGHETTI, Sabine; MORALES, Ana Paula; GAMBA, Estêvão C.; FLORES, Natália; ANDRADE, Fernanda Quaglio. **O que pensam os jornalistas de ciência e os cientistas do Brasil?** A pesquisa nacional que fundamentou a criação da Agência Bori. Relatório técnico com resultados de pesquisa aplicada em 2019. Agência Bori, 2021. Disponível em: <https://abori.com.br/wp-content/uploads/2021/05/BORI-O-que-pensam-os-jornalistas-e-os-cientistas.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2024.