

A produção científica da Unesp de Botucatu e a mídia impressa local: um estudo de caso.

Sérgio Henrique Santa ROSA, jornalista formado pela Unesp de Bauru e Mestre em Comunicação Midiática pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp – Bauru/SP.

Resumo

O presente trabalho pretende analisar a presença da produção científica das unidades da Universidade Estadual Paulista (Unesp) na imprensa da cidade de Botucatu. Para tanto, foi realizada uma análise do espaço conferido a essa produção nas páginas do jornal “Diário da Serra”, o único veículo impresso de circulação diária produzido no município citado e, no atual momento, a principal referência jornalística da cidade. Presente em 23 municípios paulistas, a Unesp tem um peso social e econômico muito intenso em Botucatu. A partir da coleta de dados sobre a presença de matérias abordando as atividades pesquisa científica realizadas nas unidades da Unesp, em Botucatu, analisaremos aspectos da relação entre a mídia local e a instituição, que influem na prática do jornalismo científico, bem como o compromisso social da Universidade com relação à divulgação do conhecimento que produz.

Palavras-chave: jornalismo científico; comunicação científica; Unesp

1- Introdução

O presente artigo aborda aspectos da pesquisa que estamos desenvolvendo, cujo objetivo é tentar fazer um inventário da presença da produção científica das unidades da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Botucatu na mídia da comunidade em que ela está inserida. Entendemos que esse estudo pode fornecer elementos interessantes para análises das estratégias de comunicação de uma instituição geradora de conhecimento científico, em tese, comprometida com os interesses sociais, bem como,

dados para a compreensão da atuação da imprensa do interior na cobertura da produção científica de uma instituição de significativo peso acadêmico e importância social na região.

Apesar da sua estrutura invejável, do seu peso acadêmico e de sua importância para o desenvolvimento do município e da própria Unesp, o câmpus de Botucatu não tem uma assessoria de comunicação, um jornal impresso ou mesmo um site oficial com notícias especialmente produzidas. Oficialmente, o órgão responsável pela divulgação das atividades das unidades da Unesp de Botucatu, e da Universidade como um todo, é a Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI) sediada na capital paulista. Apesar da característica mais peculiar da Unesp ser sua estrutura multi-campi, sua Assessoria de Comunicação está toda (onze profissionais) centralizada na cidade de São Paulo.

Vamos procurar elaborar algumas reflexões sobre esse cenário, considerando as condições de produção de um veículo jornalístico impresso, numa cidade de médio porte, como Botucatu. A questão que se coloca é a seguinte: a instituição oferece uma colaboração capaz de estimular e fornecer subsídios para a prática do jornalismo científico na comunidade em que está implantada?

2 - Escolhas metodológicas

Partimos de uma análise do espaço conferido à produção científica da Unesp nas páginas do jornal “Diário da Serra”, o único veículo impresso de circulação diária produzido na cidade de Botucatu. O jornal analisado tem atualmente a característica de ser a principal referência jornalística da cidade. Importante ressaltar que o “Diário da Serra” não possui concorrentes na mídia impressa. Além disso, as rádios da cidade estão sucateadas, sem departamentos de jornalismo profissionais, e acabam utilizando as próprias notícias publicadas no jornal analisado como conteúdo para os poucos programas jornalísticos transmitidos. Por sua vez, a cobertura das televisões situadas na região é sempre limitada, em razão do espaço dividido com diversas outras cidades do mesmo porte ou maiores (Marília, Jaú e Bauru, por exemplo).

Dentre as diversas matérias publicadas no Diário da Serra envolvendo a Unesp, observamos textos sobre temas muito variados como campanhas de saúde e vacinação

voltadas para a população e outros serviços extensionistas; visitas de políticos e personalidades; vestibular; matérias comemorativas (aniversários de unidades, laboratórios); convênios e parcerias com a comunidade e instituições extramuros; além de, é claro, as pesquisas científicas.

Após a leitura, avaliação e fichamento de todas as edições do “Diário da Serra” publicadas no período de sexta-feira, 1º de outubro de 2004, até sexta-feira, 30 de setembro de 2005, procuramos construir categorias para classificar as matérias e, dessa forma, quantificar a presença da produção científica da Unesp no jornal.

Elaborou-se um quadro de referência subdividindo os diversos tipos de informação, observando-se a natureza do material publicado, nas seguintes categorias: 1) pesquisa; 2) extensão e serviços; 3) ensino/alunos; 4) eventos acadêmicos; 5) colunas; 6) administração/política/finanças; 7) diversos. É importante explicitar nesse momento, ainda que de maneira sucinta, o que compõe cada uma das categorias. Através dessa configuração, objetivando a máxima confiabilidade dos resultados, buscamos apresentar categorias que fossem exaustivas, ou seja, que dessem conta de abarcar qualquer tipo de matéria publicada no “Diário da Serra” sobre a Unesp de Botucatu. Além disso, buscamos construir categorias mutuamente exclusivas e confiáveis. Consideramos então:

1) pesquisa - consideramos como matérias de conteúdo científico as que tratavam especificamente de pesquisas científicas desenvolvidas em alguma das unidades da Unesp de Botucatu. Restringimos essa categoria a matérias que buscam a transmissão de informações de natureza científica e tecnológica em função de interesses e expectativas, não apenas citando determinado trabalho, mas realmente procurando, ainda que de modo simplificado, contextualizar sua realização e citar suas possíveis consequências. Enfim, matérias que procurassem descrever determinada pesquisa científica com o escopo de levar o leitor a uma compreensão do conteúdo de cunho científico.

Foram excluídas dessa categoria matérias que, embora fazendo referência à produção científica da universidade, não servissem para a difusão do contexto e dos resultados de um determinado conhecimento científico obtido através de pesquisas

realizadas na Unesp. Notas sobre lançamentos de livros ou revistas científicas e também matérias sobre premiações a determinados trabalhos de pesquisa que não tratassem minimamente do conteúdo da pesquisa também foram incluídos em outras categorias. Textos sobre estruturas físicas, construções de laboratórios, questões administrativas ou financeiras, mesmo que relativas a Programas de Pós-Graduação e, portanto, à pesquisa científica, também foram colocados na categoria 7 (administração/política/finanças), não sendo considerados como divulgação de conhecimento científico.

2) extensão/serviços – optamos por constituir essa categoria com uma dimensão mais ampla, incluindo não apenas os programas de extensão desenvolvidos nas unidades da Unesp, mas também todo e qualquer serviço prestado à comunidade botucatuense.

3) ensino/alunos – textos que têm os alunos como personagens centrais, bem como das questões relativas ao ensino na Universidade. Em razão da pouca ocorrência de matérias especificamente sobre questões de ensino, resolvemos abranger com esta categoria tudo que fosse relativo ao cotidiano dos estudantes, incluindo festas e competições esportivas.

4) eventos acadêmicos – está incluído nessa categoria todo o material publicado pelo “Diário da Serra” relativo a congressos, encontros, seminários, simpósios, cursos, palestras e outros eventos que reúnem estudantes, pesquisadores, docentes ou profissionais, organizados ou co-organizados pela Unesp de Botucatu para a discussão, o debate e a transmissão de conhecimento. Não foram incluídos na categoria “eventos”, e por isso optamos pela distinção “acadêmicos”, matérias sobre homenagens a docentes ou servidores, comemorações de datas festivas, premiações e inaugurações de obras.

5) colunas – aqui figuram todos os textos assinados produzidos por alunos, docentes ou servidores técnico-administrativos da Unesp publicados no “Diário da Serra”. Os textos tratam dos assuntos mais diversos indo desde informações sobre saúde até textos de ficção, passando por comentários sobre a administração da Universidade e homenagens.

6) administração/política/finanças – nessa categoria incluímos todos os textos relativos a questões administrativas, financeiras e políticas das unidades da Unesp de Botucatu e da administração central da Universidade. Matérias sobre greve, eleições ou recursos financeiros se inserem nessa categoria.

7) diversos – categoria mais abrangente dentre as estabelecidas, cobre um leque vastíssimo de temas que, se contabilizados de maneira exclusiva produziriam números pouco significativos. São notícias sobre inaugurações; notícias policiais; eventos artísticos; informações sobre o vestibular; visitas ao câmpus; assuntos relativos aos servidores técnico-administrativos, desde que não atendam as condições exigidas pelas categorias anteriores.

Eventuais dúvidas sobre a adequação de determinadas matérias às categorias estabelecidas foram dirimidas pela observância dos critérios acima explicitados, no tocante ao conteúdo principal da matéria. O exame dos textos e a definição sobre qual era o conteúdo predominante em cada um deles partia desde o exame do *lead* das matérias até a leitura do seu corpo como um todo. Como exemplo podemos citar a matéria “Internacionalizar é uma das metas do novo diretor da FCA”, publicada em 30 de janeiro de 2005, na página A4. O título sugere uma matéria onde predominam as informações sobre ensino, o que, necessariamente, colocaria tal matéria dentro da categoria com essa denominação. No entanto, trata-se de uma entrevista com o professor Leonardo Büll, que estava prestes a assumir a direção da Faculdade de Ciências Agrônômicas, onde ele aborda diversas questões administrativas, falando das metas de sua gestão, sendo a internacionalização do ensino apenas uma delas. Portanto, classificamos a matéria na categoria “administração/política e finanças” e não em “ensino/alunos”.

3 – Resultados da coleta de dados

Aplicando-se os critérios de quantificação e as categorias estabelecidas acima no exame das matérias publicadas pelo jornal no período analisado, obtivemos o seguinte resultado: de um total de 612 matérias publicadas envolvendo a Unesp de Botucatu em alguma medida, apenas 31 ou 5,06% tratavam de pesquisa científica, nos termos estabelecidos por nós a partir da construção das categorias acima.

Embora não responda pela totalidade do material jornalístico produzido em Botucatu, cremos que o “Diário da Serra” pode ser considerado um veículo adequado para essa amostragem, justamente por ser o único jornal diário publicado na cidade, e pelo próprio fato do jornalismo científico ainda poder ser considerado o veículo mais tradicional para a divulgação científica junto ao público em geral. Em nossa análise, essa quantidade de matérias pode ser considerada insuficiente diante dos papéis relevantes exercidos pela Unesp no panorama da produção científica nacional, sendo consideradas referência em suas áreas de atuação. Mas, para além de considerar a representação nacional da Universidade, o que nos interessa aqui é notar que a própria comunidade na qual a instituição está inserida tem pouca informação sobre os conteúdos dos trabalhos desenvolvidos nos seus laboratórios. Tal cenário nos sugere que a importância que a instituição, em tese, atribui à comunicação social, não encontra correspondência na realidade dos órgãos de imprensa.

4- O discurso de valorização da comunicação social da Unesp

A Universidade pretende obter uma legitimação frente à sociedade como uma instituição de excelência na sua área e a produção científica tem sido o elemento mais importante na construção dessa representação, reforçando até mesmo a boa imagem do seu ensino ou de suas atividades de extensão. Daí a aparente preocupação demonstrada pela Unesp com a qualidade da informação a ser veiculada na imprensa. Sem diminuir a importância das atividades de ensino e extensão, a própria instituição parece assumir o status de caráter fundamental que as pesquisas científicas têm dentro das suas atividades.

No ano de 1998, a Universidade distribuiu entre seus pesquisadores o manual “Pesquisa & Imprensa: orientações para um bom relacionamento”, adaptado de um trabalho desenvolvido por Jorge Antonio Menna Duarte, então assessor de imprensa da Embrapa. Tratava-se, segundo o próprio manual, de um conjunto de orientações (e não regras) para incentivar a prática de disseminação da informação gerada pela Unesp e melhorar a qualidade do produto final a ser publicado pela imprensa. Houve uma segunda edição desse manual no ano de 2003, então com o título de “Imprensa & Pesquisa” e com uma qualidade bastante inferior. Vamos nos ater, portanto, à primeira

edição do manual na qual, logo no primeiro parágrafo do primeiro capítulo intitulado: “Por que a imprensa é importante”, é possível ler:

Ao mesmo tempo em que serve de referência para a atualização sobre os avanços das mais diversas tecnologias e para a identificação de problemas que possam ser assunto de pesquisa, a Imprensa oferece grandes oportunidades para a Unesp na difusão do conhecimento, pois transmite aos agentes da cadeia produtiva, de forma acessível, informações geradas pela pesquisa (UNESP, 1998, p.7)

Em meio a inúmeras recomendações que o espaço limitado desse trabalho nos impede de citar, surgem várias outras que demonstram a existência de um discurso sólido sobre a importância que a instituição atribui à sua presença na mídia, baseada na produção científica:

Para garantir um relacionamento permanente e continuidade de presença na mídia, é importante, sempre que possível, manter contato pessoal com o jornalista e estimular visitas à Universidade, levando-o a conhecer pessoalmente as atividades desenvolvidas. (p.12)

Procure sempre relacionar seu trabalho com a realidade das pessoas que podem dele se beneficiar, agora ou no futuro. (...) Mostre o impacto da novidade e como vai modificar a realidade. É importante falar sobre a qualidade e as vantagens econômicas da tecnologia e dizer o que o público alvo e a sociedade vão ganhar com ela. (p.16)

Essa hipotética preocupação com a construção de uma determinada representação da Unesp, capaz de alavancar uma imagem da instituição como de excelência na produção científica, parece realmente considerar que a comunicação social tem uma importância significativa na estrutura universitária. Trata-se de um discurso que aponta para uma preocupação da Universidade em fortalecer sua relação, enquanto produtora de informação científica, com públicos mais amplos, a ser concretizada por meio da mídia, notadamente os veículos de imprensa.

5 – Considerações finais

Analisando o cenário apresentado chegamos a um diagnóstico do problema que aponta para dificuldades e imperfeições nas atuações dos dois pólos responsáveis pela produção da informação científica. Ao jornal analisado falta uma melhor estrutura, profissionais bem preparados e editorias definidas. Por sua vez à Universidade falta uma postura mais presente, capaz de realmente dinamizar o fluxo de comunicação com o público leigo através da imprensa, o que poderia ser obtido através de assessorias de comunicação locais ao invés do modelo centralizado existente.

Existe a possibilidade de amainar e mesmo superar os entraves apontados a partir do momento que os atores envolvidos nas atividades de divulgação atuarem conjuntamente, observando as diferenças inerentes às atividades de cada um, porém, com a intenção de levar informação de qualidade e em quantidade suficiente para colaborar na construção da alfabetização científica do público. O caminho passa por um estreitamento das relações e uma troca mais intensa de experiências entre os atores responsáveis pela divulgação do conhecimento científico, via mídia. Esse processo compreenderia uma diminuição de preconceitos e uma maior compreensão das atividades jornalísticas pelos cientistas e vice-versa, constituindo-se numa nova visão das relações entre comunicação e ciência.

Pela estrutura modesta, as dificuldades orçamentárias e os problemas de atuação presentes na imprensa das cidades de pequeno porte e verificados no “Diário da Serra”, o caminho mais eficiente para uma ampliação da comunicação científica, em termos de qualidade e quantidade, parece estar nas mãos da instituição geradora de ciência que, ao estabelecer políticas sólidas de comunicação social, poderia romper a tradição isolacionista dos seus pesquisadores e consolidar uma via de contato capaz de gerar bons resultados para si própria, a imprensa local e a comunidade botucatuense.

O ganho seria imenso tanto para a instituição, como para a imprensa local e, fundamentalmente, para a comunidade que abriga a instituição. As velozes mudanças que ocorrem no panorama científico mundial tendem a aproximar e despertar a atenção e a curiosidade do público, que vai utilizar a mídia para buscar informações. Uma instituição geradora de conhecimento científico que pretende valorizar suas realizações, bem como auxiliar a construção da cidadania junto à sociedade que lhe fornece os

recursos para funcionar, precisa estar atenta a estratégias de comunicação capazes de acompanhar as mudanças citadas e estimular a reflexão e o contato com os temas científicos na comunidade em que se insere.

De acordo com essa perspectiva, e mesmo por coerência com o discurso que a Universidade exhibe, idealizamos como uma instituição interessada e compromissada com a sociedade, aquela capaz de compreender que as informações sobre as pesquisas desenvolvidas em seus laboratórios devem percorrer um certo caminho para chegar ao público leigo e não ficar somente restrita às estruturas acadêmicas. A instituição deve proporcionar condições para facilitar esse trânsito. Para tanto, deve conceber uma política generosa de comunicação e manter um aparato que lhe garanta a eficiência; afinal, esforços localizados e experiências isoladas têm cada vez menos eficácia num mundo em que a oferta de informação é colossal.

Logicamente, mesmo um excelente trabalho de assessoria e uma comunicação com o público em tempo integral não vão tornar a Universidade uma agente exclusiva do “milagre da alfabetização científica”. Não se trata de considerar a mídia como um agente formador de opinião ou causador de efeitos diretos e imediatos, mas sim como um instrumento capaz de cooperar para uma mudança da estrutura cognitiva do público a longo prazo. Porém, enquanto instituição pública, concebida para produzir conhecimentos, ela tem a obrigação de tentar colaborar com esse árduo processo através da oferta do saber que produz ao máximo de público possível. E a mídia seria a melhor ferramenta para isso.

Os números nos sugerem que para os profissionais atuantes na redação do jornal analisado, o contato com os pesquisadores parece ser mais complicado do que a proximidade geográfica sugere. Portanto, uma assessoria de comunicação local, bem articulada e acessível, teria condições plenas de facilitar e tornar muito mais freqüente o contato entre jornalistas e pesquisadores.

Façamos aqui uma reflexão sobre a importância do jornalismo científico, atentos aos parâmetros desejados pelos estudiosos do assunto: contextualizado, claro, preciso e capaz de gerar reflexão, fugindo à fragmentação e aos recursos sensacionalistas. Um

jornalismo que, em última instância, permita o exame das implicações dos avanços científicos e, dessa forma, estimule a livre circulação de idéias, enriqueça a educação dos leitores e, conseqüentemente, ajude a consolidar a democracia. Se tomarmos esses parâmetros como imprescindíveis, em razão da inegável importância que a ciência ostenta junto à sociedade, teremos que admitir que as instituições que funcionam como nascedouro do conhecimento científico, seus membros e dirigentes, deveriam ter clareza sobre a necessidade de colaborar para que o valor social da pesquisa fosse compreendido pelos profissionais atuantes em empresas jornalísticas. Dessa forma, a atuação desses profissionais seria facilitada, abrindo um espaço maior e melhor para matérias de cunho científico. Agindo dessa maneira, a instituição estaria consolidando a comunicação com a sociedade como um fator estratégico de sua atuação, ao mesmo tempo em que ampliaria e democratizaria seu papel educacional.

Sem dúvida, que não seria a mera existência de uma assessoria de comunicação local que transformaria toda a relação entre a instituição e a imprensa em algo isento de problemas de qualquer ordem. A atuação de uma assessoria necessitaria de profissionais competentes, estratégias bem definidas e, principalmente, prestígio para poder legitimar-se perante os veículos de mídia, através da sua consolidação como fonte regular e confiável.

O suporte constante de uma assessoria, principalmente no auxílio ao tratamento das notícias científicas, tem condições de permitir que os meios de comunicação, ainda que exclusivamente nas páginas destinadas à ciência, consigam superar os imperativos do mercado e compreender a importância de conjugar os valores da ciência e da educação aos aspectos atrativos da notícia e, dessa forma, desempenhar um papel valioso na construção da realidade.

Associado a todos esses benefícios, poderia também constar um trabalho de preparação dos profissionais da imprensa regional para a cobertura de ciência, levado a efeito pela própria assessoria local, eventualmente estruturado como um projeto de extensão. Num âmbito relativamente pequeno, como o da imprensa de Botucatu e região mais próxima, um projeto dessa natureza serviria para conscientizar os profissionais que, em grande parte das vezes, não possuem uma formação superior, seja em

Comunicação Social, seja em área diversa, sobre a importância e as principais características de uma divulgação científica responsável.

Ao chamar a atenção para aspectos de sua produção científica e transformá-los em assuntos “realmente públicos” através da presença na mídia, a Universidade colabora para uma ordenação da experiência e da realidade social, de forma a atender não apenas seus interesses, mas oferecendo um conhecimento de uso potencial da sociedade. Considerando as exigências do mercado e os valores que determinam a atuação dos meios de comunicação, podemos admitir que essa certa compreensão por parte das empresas de mídia a respeito do valor do noticiário científico seja algo difícil de alcançar. Ainda assim, uma assessoria de comunicação próxima e atuante poderia utilizar seu aparato para “cavar” um espaço interessante para a produção científica da Universidade na mídia local, gerando também a satisfação do veículo. A cooperação da Universidade facilitaria e aperfeiçoaria a efetivação das atividades de investigação, coleta de dados, contextualização crítica e transmissão regular ao público de informações atuais e relevantes, que são a essência da prática jornalística.

Lembremos que, dentre os critérios ou categorias de valores-notícia enumerados por Mauro Wolf (1992), aparecem, em primeiro lugar, os critérios substantivos relativos à importância e ao interesse da notícia e, em segundo, características específicas do produto informativo como sua atualidade ou ruptura com a normalidade. Ou seja, a importância da notícia e seu caráter de novidade determinariam uma posição de destaque, segundo os critérios de valores-notícias identificados pelo pesquisador. Ora, o resultado de uma pesquisa científica, em tese, sempre traz algo de novo, eventualmente descobertas com impactos sociais ou culturais significativos. Se pensarmos especificamente nas áreas de estudos a que estão vinculadas as unidades da Unesp de Botucatu, o interesse social por áreas como Medicina e Biologia ou o interesse econômico nas áreas de Ciências Agrárias e Medicina Veterinária e Zootecnia, teríamos os principais valores-notícia citados por Wolf plenamente atendidos.

A combinação entre a novidade representada por avanços científicos, fatos novos, usos desconhecidos ou melhoria em procedimentos técnicos então estabelecidos e a importância refletida no impacto que tais avanços podem provocar no cotidiano do

público, seja social, cultural, econômico ou ambiental, tornam a notícia científica um produto interessante para qualquer veículo. O incremento do noticiário sobre a produção científica da Unesp de Botucatu no “Diário da Serra”, como de resto em toda a imprensa da região, não é algo impossível de ser alcançado. Um material de qualidade sobre aquilo que ocorre nos laboratórios da Universidade poderia sim gerar interesse por parte dos veículos de comunicação e, num momento posterior, nos leitores, num processo denominado por Mauro Wolf de tematização.

A tematização é um procedimento informativo que se insere na hipótese do agenda-setting, dela representando uma modalidade particular: tematizar um problema significa, de facto, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo de informação não-tematizada. (WOLF, 1987, p.141)

Segundo Wolf (e Marletti, citado por ele) a chamada informação tematizada encontra seu melhor nicho na imprensa escrita. As páginas dos jornais ou das revistas constituem-se no espaço adequado para a contextualização e o aprofundamento da informação, que permitem que o leitor ultrapasse o simples conhecimento do fato e possa interpretar o contexto e relacionar as implicações dos acontecimentos. Tendo por pressuposto a necessidade de uma alfabetização científica e a capacidade que a divulgação, via mídia, tem de colaborar com esse processo, a tematização (com conseqüente agendamento) seria vista como um fator bastante significativo, capaz de ser desencadeado pelas relações sólidas e constantes entre assessoria e imprensa.

Logicamente, nesse possível novo cenário, criado a partir da existência de uma ou várias assessorias locais da Unesp, seria necessário um comprometimento da imprensa local com a informação independente, embora fornecida a partir do contato mais próximo com a instituição. Entendemos que esse elemento é de fundamental importância para o estabelecimento da relação entre mídia e instituição, nos termos que tomamos como ideais. E a nós, não parece impossível de ser alcançado.

Creemos que o próprio estreitamento das relações com o pólo de produção científica proporcionará a formação de um jornalista mais habituado a lidar com as informações geradas nos laboratórios e, portanto, mais preparado para observar,

discernir, contextualizar, questionar e relatar os feitos científicos que a instituição pretende divulgar. Imaginamos que os critérios valorativos desse profissional seriam aprimorados a partir desse novo padrão de relacionamento, permanecendo como norte do seu desempenho a atenção ao interesse público.

De qualquer forma, cremos que a facilitação do diálogo e a colaboração entre Universidade e imprensa trariam benefícios a ambos, como exposto acima, e aos poucos colaboraria para que os leitores se habituassem a enxergar os aspectos inovadores do fazer científico, bem como os problemas sociais implícitos nessa atividade. Estariam, portanto, imprensa e Universidade cumprindo seu papel social de contribuir para a alfabetização científica, ou seja, ajudando o cidadão comum a pensar de modo crítico e independente e a distinguir os caminhos que deseja percorrer no seu futuro.

6 – Referências bibliográficas

HERNANDO, Manuel Calvo. **Problemas del periodismo científico em Iberoamerica**. In: Portal do Jornalismo Científico. Disponível em: <http://www.jornalismo.cientifico.com.br>. Acesso em 26 de abril de 2005.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA . **Assessoria de Comunicação e Imprensa**: atribuições. Disponível em <<http://www.unesp.br/aci/atribui.php>> Acesso em 26 out. 2005.

_____. **Pesquisa & imprensa**: orientações para um bom relacionamento. Universidade Estadual Paulista: São Paulo. 1998. 32 p.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 1ª ed. Lisboa: Presença. 1987. 249 p.