



## A PRODUÇÃO DO JORNALISMO CIENTÍFICO PELAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS: A EXPERIÊNCIA DO JORNAL DA USP

Carla de Oliveira Tôzo<sup>1</sup>

**RESUMO:** O objetivo geral deste artigo é discorrer sobre o jornalismo científico produzido pela Universidade de São Paulo, através do exemplo do Jornal da USP. O intuito é auxiliar na reflexão sobre as características, potencialidades e fragilidades com as quais esse jornalismo é produzido. Para tanto, foram realizadas entrevistas com os jornalistas responsáveis pelo veículo, além da observação não participante através das visitas na redação do jornal.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Jornalismo Científico. Universidade de São Paulo. Jornal da USP.*

**ABSTRACT:** The general objective of this article is to discuss the scientific journalism produced by the University of São Paulo, through the example of Jornal da USP. The aim is to help reflect on the characteristics, strengths and weaknesses with which this journalism is produced. To this end, interviews were conducted with the journalists responsible for the vehicle, in addition to non-participant observation through visits to the newspaper's newsroom.

**KEYWORDS:** *Scientific Journalism. University of São Paulo. Jornal da USP.*

---

<sup>1</sup> Doutoranda em comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM ECA USP), jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). E-mail: carla.tozo@usp.br.

---

Revista ALTERJOR

Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)

Ano 14 - Volume 02 - Edição 28 - Julho-Dezembro de 2023

Av. Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária, São Paulo, CEP: 05508-020

## Introdução

A diversificação do saber aumentou enormemente no século XX em virtude do desenvolvimento tecnológico, o que ocasionou a amplitude de conhecimentos, mas também o desequilíbrio entre os interesses e expectativas por parte da população em relação aos pesquisadores e cientistas, o que acabou por favorecer uma necessidade cada vez maior de especialização. Desse modo, passa a existir progressivamente a ideia de que é preciso separar os saberes em busca de maior exatidão, rigor, segurança e difusão. (RAMÍREZ e Del MORAL: 1999).

No entanto, os mesmos autores explicam que essa alteração traz vantagens (capacidade de aprofundamento) e desvantagens (não comunicação entre as diferentes áreas do saber), por isso é preciso haver uma ordenação entre esses diferentes conteúdos informativos na busca por uma síntese globalizadora, o que acaba avalizando a especialização jornalística como uma forma de falar com propriedade sobre um determinado saber, como o jornalismo científico.

A atividade científica chega em sua plenitude quando o pesquisador comunica os resultados de seu trabalho com a sociedade. Pouco ou nada, servirá todo o esforço de investigação se não resultar em comunicação. [...] Neste sentido, a informação jornalística especializada vem para cobrir o abismo que, tradicionalmente, existe entre os cientistas e os cidadãos não especializados nestes conteúdos especializados (RAMÍREZ e DEL MORAL, 1999: 110)

100

Aliás, Cornu (1994) afirma que a missão geral da imprensa é informar o cidadão para que este seja capaz de formar a sua própria opinião, considerando que essa missão não pode ser cumprida sem liberdade. “A responsabilidade do jornalista é, antes de tudo, para com o público, pelo direito deste último a ser informado. Esta missão pública é a primeira condição da democracia” (CORNU: 1994: 382).

Mas como nem tudo são flores, temos alguns problemas envolvendo a prática jornalística tanto no que chamamos de *hard news* quanto no jornalismo especializado, como a busca pelo lucro, a preferência – em muitos momentos - pelo *interesse do público* ao invés do *interesse público*, enxugamento das redações, cortes de salários, sobrecarga de trabalho (incluindo acúmulo de funções), fechamento de veículos ou de

cadernos e seções especializadas, além do desgaste de imagem com a proliferação de *fake news* (desinformação) sobre o dia a dia da profissão jornalística.

Com o jornalismo científico não tem sido diferente, sem contar que naturalmente, há eventuais choques entre jornalistas e a comunidade científica, pois ambos vivem realidades, regras e objetos diferentes. Enquanto a ciência avança a passos lentos, o jornalismo, na maioria das vezes, é imediatista.

Ciência e Tecnologia decorrem de processos de longa maturação e que, portanto, não estão condicionadas à obtenção de resultados a curtíssimo prazo, a Comunicação e o Jornalismo em particular, dependem estritamente da coleta e da circulação rápida de informações. (BUENO: 1998: 212)

No entanto, a pandemia de Covid-19 chamou a atenção, principalmente entre 2020-2021, para o aumento de pessoas interessadas em informações científicas, principalmente no que se referia ao vírus e às vacinas. Naquele momento, havia a busca por respostas que explicassem o problema, trouxessem esperança de cura e solução e, conseqüentemente, houve uma mobilização por parte da comunidade científica quanto ao problema da desinformação, ao divulgar melhor suas pesquisas e ampliar a comunicação – direta ou indiretamente – para um público diverso.

101

Portanto, cientistas e jornalistas precisaram correr contra o tempo para compreender o problema e repassar informações seguras para a população. A grande mídia, por exemplo, busca a universidade, principalmente as públicas, e seus pesquisadores como fontes de informação confiáveis, ao mesmo tempo em que essas instituições de ensino superior começam a fazer ou ampliam a sua produção jornalística, em especial, a de jornalismo científico com o intuito de se comunicar melhor com a sociedade.

A propósito, o jornalista Ricardo Whiteman Muniz no artigo *A universidade calada*, publicado no *Dossiê Divulgação Científica* em 2018, da revista eletrônica de jornalismo científico *ComCiência*, na qual também é editor, já reforçava que o jornalismo deveria ser a “comunicação por excelência de uma universidade”.

Assim, este artigo tem o intuito de auxiliar na reflexão e discussão sobre o jornalismo científico produzido pela Universidade de São Paulo (USP), através do *Jornal da USP* (JUSP). Considera-se também que ao retratar como a universidade

produz esse jornalismo é possível identificar historiograficamente a construção do discurso científico através desses meios de comunicação, seja site, jornal, revista ou produtos audiovisuais.

### **Procedimentos metodológicos**

Este artigo segue a abordagem qualitativa que oferece diversas possibilidades de estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas relações sociais. Na pesquisa qualitativa em Comunicação, lidamos com interpretações e análises. Não buscamos a “verdade” de uma interpretação, mas coerência entre perguntas, evidências e conclusões. (MARTINO: 2018).

As pesquisas qualitativas são caracteristicamente multimetodológicas, isto é, usam uma grande variedade de procedimentos e instrumentos de coleta de dados (ALVES-MAZZOTTI: 2001).

Este artigo parte do conhecimento já existente sobre jornalismo científico e busca identificar e compreender como se dá o jornalismo científico produzido dentro da Universidade de São Paulo através do estudo de caso do *Jornal da USP*. Para isso, há o uso da estratégia de triangulação metodológica com a pesquisa bibliográfica, documental, observação não participante (2022) e entrevistas (2020-2022).

Em um primeiro momento, há pesquisas bibliográficas que, de acordo com Gil (1999), permitem ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Também houve levantamento documental, que se vale de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico ou que ainda podem ser reelaborados, de acordo com os objetivos da pesquisa. Nesse caso, os relatórios *Uma Universidade em evolução. Relatório de Gestão 2014-2017. Derrubando muros: a vida nos campi e a relação com a sociedade* e *Relatório de Gestão 2015-2017* que foram fundamentais para compreender como a comunicação da Universidade de São Paulo está organizada e por quais mudanças esse setor passou nos últimos anos.

A leitura dos relatórios de gestão ajudou a identificar que a estrutura de comunicação da Universidade de São Paulo conta com uma assessoria de imprensa (ligada mais diretamente à reitoria), as assessorias de comunicação das unidades de

ensino, dos laboratórios e grupos de pesquisa e com a Superintendência de Comunicação Social (SCS)<sup>2</sup>, responsável pela comunicação mais geral (voltada para os públicos interno e externo) sobre o que acontece na universidade em termos de educação, pesquisa e extensão via canais/ferramentas de caráter jornalístico. É sob a alçada da SCS que está o *Jornal da USP*<sup>3</sup> visto como uma grande ambiência, ou seja, agregador de outros produtos jornalísticos. Na *home*<sup>4</sup> do jornal encontramos o material produzido propriamente pelo jornal quanto os conteúdos da *Rádio USP*, *Canal USP* e até da *Revista USP*.

Foram realizadas entrevistas em 2020 com Marcia Blaques, diretora de Redação do *Jornal da USP* e coordenadora da *Rádio USP*; Luiza Caires, editora de Ciências do *Jornal da USP*; Luiz Roberto Serrano, Superintendente de Comunicação Social da Universidade de São Paulo<sup>5</sup>. Já em 2021, com o jornalista e professor Eugênio Bucci<sup>6</sup> e, em 2022, novamente com a jornalista Luiza Caires; Fabiana Marisa, repórter e subeditora de Ciências do *Jornal da USP* e Pedro Ferreira da Cunha Neto, estagiário da editoria de Ciências.

Academicamente, as entrevistas são definidas como estruturada, semi-estruturada e não estruturada. Jornalisticamente, Lage (2001) as classifica sob a

---

<sup>2</sup> A Superintendência conta com cerca de 70 pessoas, sendo 30 jornalistas. É uma equipe com jornalista, editor de arte, fotógrafo, revisor, editor de vídeo, editor de áudio, operador de rádio, programador de rádio e estagiários das áreas de jornalismo, biblioteconomia, design, audiovisual e música. Dados de 2021.

<sup>3</sup> O *Jornal da USP* é considerado o veículo mais antigo da Universidade e era distribuído semanalmente (tiragem de 20 mil exemplares) em todos os campi desde 1985. Ao migrar para o formato digital em 2016, passa a ser diário e conecta-se com as outras mídias do setor.

<sup>4</sup> Palavra de origem inglesa e que no Brasil é muito usada para identificar a página inicial de um endereço eletrônico. Por exemplo, a Universidade de São Paulo tem como *home* o endereço <https://www5.usp.br/>, no entanto, ao clicar na aba (ícone) Pesquisa, o internauta é levado para outra página: <https://www5.usp.br/pesquisa/>.

<sup>5</sup> A partir de janeiro de 2022, Luiz Roberto Serrano deixa de ser o superintendente e passa a exercer a função de coordenador editorial da Superintendência de Comunicação Social.

<sup>6</sup> Em 26 de janeiro de 2022 o novo reitor e a nova vice-reitora da USP, Carlos Gilberto Carlotti Junior e Maria Arminda do Nascimento Arruda, respectivamente tomaram posse. Dois dias após, a Superintendência de Comunicação Social passa ser coordenada pelo Prof. Dr. Eugênio Bucci. Ele já havia sido superintendente entre 2015 e 2018.

perspectiva dos objetivos (ritual, temática, testemunhal, em profundidade) e quanto às circunstâncias de realização (ocasional, confronto, coletiva, dialogal).

Aqui, opta-se pelas entrevistas com roteiros semi-estruturados, pois em comparação com as entrevistas estruturadas, elas facilitam o processo de obtenção de informações, ou seja, em função de sua flexibilidade, permitem ao pesquisador incluir e excluir determinadas questões ou ainda efetuar alterações na ordem das questões, em virtude das respostas obtidas. “O uso de entrevistas permite identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos”. (DUARTE: 2005: 63)

Do ponto de vista jornalístico, elas foram temáticas e dialogais: “[...] a entrevista dialogal marcada com antecedência [...] Entrevistador e entrevistado constroem o tom de sua conversa [...] permitem-se o aprofundamento e detalhamento dos pontos abordados.” (LAGE: 2001: 77)

Além disso, participei como mediadora do workshop *Jornal da USP: jornalismo em ambientes universitários* realizado em outubro de 2021<sup>7</sup> e fiz a observação direta (visitas), mas não participante na redação do *Jornal da USP* entre agosto e dezembro de 2022 para o acompanhamento das reuniões de pauta e *home*.

Essas visitas foram feitas por meio da técnica da semana construída ou semana artificial (BAUER: 2002) que permite estabelecer um trajeto da observação sistemática em relação ao tempo e trabalhar com amostragens (HERSZCOVITZ: 2007) que pode ser adaptada para uma quinzena ou mês artificial.

Para construir a amostra artificial de um mês vale à pena destacar o modo como a técnica foi utilizada na seleção dos dias, de agosto a dezembro de 2022. Selecionamos a primeira semana (2f) em Agosto, a segunda semana (3f) em Setembro e assim por diante. No entanto, essas datas sofreram alterações por agendas internas da redação, feriados ou por causa da realização da Copa do Mundo entre os meses de novembro e

---

<sup>7</sup> Tivemos 112 inscritos (estudantes de graduação e pós-graduação, recém formados, servidores técnicos ligados a universidades públicas), oriundos de todo o país. No dia do evento, que ocorreu remotamente e foi transmitido pelo YouTube no *Canal USP*, 21 de outubro, com duração de cerca de três horas (das 14h às 17h15), 65 pessoas acompanharam o workshop em tempo real. Mas como o conteúdo continua disponível, em 15 de maio de 2023, por exemplo, o número de pessoas que visualizaram o vídeo era de 988.

dezembro, além de um convite para participar de uma reunião de pauta específica da *Rádio USP* que também é responsável pela editoria de Atualidades do *Jornal da USP*.

**Quadro 1: O mês artificial e a produção jornalística do *Jornal da USP***

Pesquisa de Campo na redação do <i>Jornal da USP</i>				
Número da visita	Dia da Semana	Data	Tópico	Formato da participação
1º	3f	2/08/2022	Reunião de pauta e de <i>home</i>	presencial
2º	5f	4/08/2002	Reunião de pauta da editoria de Atualidades do <i>Jornal da USP</i> e da edição do <i>Jornal da USP no Ar</i> , veiculado diariamente na <i>Rádio USP</i>	online
3º	2f	12/09/2022	Reunião de pauta e de <i>home</i>	presencial
4º	4f	19/10/2022	Reunião de <i>home</i>	presencial
5º	5f	24/11/2022	Reunião de <i>home</i>	online
6º	6f	16/12/2022	Reunião de <i>home</i>	presencial

Fonte: Produção da autora (2022).

### **O jornalismo científico e sua contribuição para a propagação do conhecimento**

O jornalista e professor sênior da Universidade de São Paulo, Wilson da Costa Bueno, autor da pesquisa *Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente*, orientada pelo professor José Marques de Melo (1943-2018) e defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em 1985, reflete nesse trabalho a respeito da relação entre ciência e comunicação da época.

O estudo tinha uma perspectiva crítica porque, naquele momento, a imprensa dependia de informações exclusivamente oriundas do exterior e nem sempre alinhadas com a realidade brasileira, o que ocorre bem menos nos dias de hoje, pois as universidades e centros de pesquisa, por exemplo, são celeiros de pautas.

No primeiro capítulo, inclusive, ao levantar o histórico do que seria o jornalismo científico, fala a respeito de algumas confusões relacionadas a outras teorias e práticas, ao que chamamos de **difusão, disseminação e divulgação**, mas que retratam o mesmo objeto (grifo da autora). Para ele, cada um dos conceitos tem contornos próprios, mesmo que atuem em um terreno comum formado por processos, estratégias, técnicas e

mecanismos para a veiculação dos fatos/informações do universo da ciência e tecnologia. “[...] a difusão incorpora a divulgação científica, a disseminação científica e o próprio jornalismo científico [...]” (BUENO: 1985: 1421)

Assim, a divulgação científica compreende a utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação das informações sobre ciência e tecnologia visando ao público geral, ou seja, para o autor, é necessária a recodificação da linguagem especializada para a não especializada. É importante destacar que, muitas vezes, a divulgação científica é “entendida” como popularização ou vulgarização da Ciência (CARIBÉ: 2015).

Massarani (1998) endossa que realmente há dificuldades referentes ao uso do termo vulgarização (vulgar, trivial, usual), mesmo que ele também esteja relacionado a “tornar conhecido”. A autora faz um resgate histórico e lembra que isso tem a ver com o fato de o astrônomo, físico e engenheiro Galileu Galilei ter contrariado a ordem da Igreja Católica ao usar uma língua vulgar (o italiano) ao invés do tradicional latim quando escreveu duas de suas principais obras; tratava-se de uma das primeiras iniciativas da vulgarização (aqui entendida como tornar comum) da ciência.

A divulgação científica tem sido abordada sobre diferentes pontos de vista, por diversos profissionais e dentro das mais variadas perspectivas teóricas e filosóficas, mas o que é divulgação? Defini-se como o fato de divulgar, difundir, promover, publicar, colocar algo ao alcance do público leigo ou acadêmico. Por público leigo, entende-se a “pessoa não especializada, o cidadão comum” (BUENO: 2014:6). Bueno (2009, 2010) defende que a divulgação científica cumpre uma função primordial na sociedade: a de auxiliar na democratização, ou melhor, na ampliação do acesso ao conhecimento científico.

Desse modo, a divulgação pode ser tanto pela publicação de artigos e livros quanto pela realização de eventos direcionados a um público específico, como os participantes de congressos, seminários e palestras. Também pode dialogar com um público mais amplo através de expressões variadas como filmes, espetáculos teatrais, histórias em quadrinhos, performances artísticas, ações educacionais, exposições e atividades em museus e centros de ciência e tecnologia, feiras, mostras e olimpíadas,

programas de rádio e televisão, jornais e revistas, e mais recentemente, as plataformas digitais.

O professor de jornalismo norte-americano Warren Burkett (1990), inclusive, defende que o jornalismo ainda é uma das formas mais importantes de divulgação do conhecimento científico às pessoas, já que, em geral, possibilita a aproximação entre informação e conhecimento, considerando que muitas vezes os cientistas têm dificuldades de produzir e transmitir mensagens de fácil assimilação pela população.

Os jornalistas norte-americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) também acreditam que cabe ao jornalismo ajudar na pluralidade de vozes, permitindo à população melhores condições do saber, fazendo-a agir para construir a cidadania e a democracia.

Bueno (2010:4) reforça que no caso da divulgação científica feita pela imprensa (jornalismo científico), há alguns aspectos que precisam ser considerados, pois “[...] incorpora novos elementos ao processo de circulação de informações científicas e tecnológicas porque estabelece instâncias adicionais de mediação.” Para ele, neste caso:

[...] a fonte de informações (cientista, pesquisador ou, de maneira geral, um centro de produção de C&T – universidades, empresas e institutos de pesquisa) sofre a interferência de um agente (o jornalista ou o divulgador) e de uma estrutura de produção (que apresenta especificidades dependendo do tipo de mídia e da sua proposta de divulgação). (BUENO: 2010:4)

Já Nascimento (2008:3) chama atenção para a necessidade de os jornalistas assumirem uma postura mais crítica. Ao produzir textos de divulgação científica, não podem achar que basta “tornar inteligível determinados conceitos científicos, seja pelo uso de analogias e metáforas, seja pelo emprego de uma linguagem mais atrativa aos leitores”. É isso também, mas principalmente, é estar atento à maneira como essa mediação se dá, pois pode haver ruídos na interação com o público comprometendo a qualidade da informação. É fundamental pensar o tempo todo na precisão da informação e no alcance que o tema pode ter. Afinal, é cada vez mais necessário ultrapassar confinamentos de grupos presos a informações de baixa qualidade (“furar a bolha”) e chegar até pessoas que não tem o costume ou não estão tão familiarizadas com a

ciência, ainda mais em uma sociedade em que o negacionismo e a desinformação científica só vêm crescendo.

Manuel Calvo Hernando no texto *La difusión del conocimiento al público: cuestiones y perspectivas* publicado em 1998 na *Revista Comunicação & Sociedade* defende que o grande objetivo da divulgação está vinculado ao conhecimento.

[...] Em outras palavras, ajudar as pessoas a compreender a si mesmas e a compreender seu entorno, tanto o visível como o invisível. Esta ação exigirá um plano conjunto de centros de investigação [pesquisa], universidades e instituições educativas em geral, museus de ciência e, claro, de jornalistas, escritores, pesquisadores e professores. (HERNANDO: 1998: 44, grifo e tradução livre da autora)

Esse trecho do texto do pesquisador espanhol corrobora com três pontos fundamentais: ciência, universidade e jornalismo, que são a base na busca da compreensão de como se dá a produção do jornalismo científico na Universidade de São Paulo.

Essa triangulação é importante porque contribui para a democratização do acesso ao conhecimento. A prática do jornalismo científico produzido pela universidade atinge os dois grandes objetivos da divulgação científica proposto por Calvo Hernando: conhecimento e a ação prática. Por isso, a importância de compreender – de forma adequada - o seu papel e o seu exercício.

108

Simplificadamente podemos dizer que o jornalista científico é o profissional que, sistemática e regularmente, se dedica à produção de notícias/reportagens, (ou outros gêneros jornalísticos), que têm como foco prioritário a ciência, a tecnologia e a inovação (C&T&I). Ele é, portanto, o protagonista principal de uma especialização ou de uma modalidade jornalística comumente denominada de Jornalismo Científico. (BUENO: 2022: 33)

Bueno (2003: 130) defende que o jornalismo científico, antes de tudo, precisa ter um compromisso com a qualidade da informação e “[...] não pode ficar à mercê do frenesi da sociedade consumista. Deve, sim, convidar o leitor à reflexão, e até contrariá-lo, se for o caso, buscando trazer antes de tudo conhecimento.”

### **A experiência do *Jornal da USP***

---

#### **Revista ALTERJOR**

Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)

Ano 14 - Volume 02 - Edição 28 - Julho-Dezembro de 2023

Av. Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária, São Paulo, CEP: 05508-020

Dados da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados/Seade (2021) apontam que o Estado de São Paulo tem quase 45 milhões de habitantes e é o principal centro de pesquisa e desenvolvimento do Brasil. Aqui estão renomadas instituições de ensino e pesquisa, como Instituto Butantan, Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) e Universidade de São Paulo.

Criada a partir do decreto nº 6.283, de 25 de janeiro de 1934, sob a chancela do interventor Armando Sales de Oliveira, a Universidade de São Paulo nasce com o papel definido de ser uma organização que ajudaria no desenvolvimento da cultura filosófica, científica, literária e artística na busca da liberdade e grandeza de um povo.

De acordo com o Anuário Estatístico USP 2020 (dados de 2019) publicado na *home* da instituição são 97.235 alunos de graduação e pós-graduação distribuídos pelos campi de São Paulo, Bauru, Lorena, Piracicaba, Pirassununga, Ribeirão Preto, São Carlos e Santos.

O *Jornal da USP*, criado em 1985, é considerado o veículo mais antigo na categoria de jornalismo universitário institucional do Brasil e tem como missão principal divulgar para a sociedade a produção e o conhecimento da Universidade de São Paulo no campo das ciências exatas, humanas e biológicas, além de produzir conteúdo e ações que visam à defesa da ciência e do conhecimento, principalmente em um mundo em que a desinformação tem crescido a ponto de ocupar espaços de destaque no debate público.

Durante sua trajetória, o jornal teve de se reinventar muitas vezes editorialmente e graficamente. O *Jornal da USP* já foi visto/associado ao papel de veículo laboratório, institucional até chegar a uma produção de fato jornalística. Aliás, ele é um veículo de uma instituição, a Universidade de São Paulo, portanto, não é incorreto chamá-lo de veículo institucional, mas não no sentido do que conhecemos como *house organ*, ou seja, ser um produto de uma empresa ou entidade criado para divulgar apenas os fatos de seu interesse, ser oficialista, um jornal chapa-branca<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> O termo jornalismo ou jornalista chapa branca está muito associado ao período da ditadura militar em que o veículo ou profissional fazem um jornalismo “patrocinado” ou “manipulado” pelo governo, ou seja, não há oposição, crítica nessa cobertura.

Marcello Rollemberg, jornalista, editor de Cultura do *Jornal da USP* e coordenador da programação musical e cultural da *Rádio USP*, escreve no prefácio do livro *Capas que contam histórias*, de Carla de Araujo Risso (2021), que:

O *Jornal da USP* é a mais antiga publicação jornalística universitária do País [...] é um marco e uma referência. [...] Foi a representação do muito que acontecia no ambiente da Universidade de São Paulo, fosse no âmbito acadêmico, na área de pesquisas de ponta ou na nem sempre tranqüila gestão administrativa da universidade. [...] caminhando a partir do começo dos anos 1990 para uma publicação efetivamente jornalística [...] (ROLLEMBERG: 2021: 11).

Risso (2021), inclusive, reproduz o texto publicado na capa da edição de número 1 do veículo em junho de 1985, assinado pelo então reitor Antonio Hélio Guerra Vieira, que demonstra claramente que naquele momento o jornal era mais voltado ao corpo docente ou aos formadores de opinião, numa visão bem restritiva do acesso ao conhecimento.

Este “*Jornal da USP*”, que agora assoma na sua primeira edição, vem para servir, prioritariamente, à difusão de idéias e do saber produzidos na Universidade. [...] Faremos, pois, um jornal que – embora tendo o corpo docente da própria USP como público preferencial – interessa a todos os segmentos da sociedade brasileira, de modo especial àqueles que, pela proeminência do saber e das responsabilidades, têm o poder ou o dever de interferir nos destinos nacionais. [...] (RISSO: 2021: 53).

Entre 1985 e 1990, o *Jornal da USP* passou por mudanças estruturais como a profissionalização do modo de produção do veículo, além do fato de desde 1988 não ser mais dirigido por um (a) professor (a) da Escola de Comunicações e Artes, mas sim por um jornalista contratado exclusivamente para isso. Como mencionado anteriormente, a linha editorial muda de maneira mais consistente em agosto de 1990 na edição número 143 conforme escreve a nova editora, a jornalista, Maria Lúcia Carneiro:

A proposta do *Jornal da USP* é a de corresponder ao nível de sofisticação intelectual de seus leitores, consumidores vorazes e exigentes de informações sobre a USP, a cidade, o País e o mundo. A intenção não é concorrer com a grande imprensa, mas transformar-se em leitura complementar, porém indispensável, quando os temas forem de caráter geral, e em leitura obrigatória quando o assunto for a Universidade, sua produção, seus personagens. [...] (RISSO: 2021: 81)

Em maio de 2016, o *Jornal da USP* deixou de circular na sua versão impressa e passou a ser digital, inclusive o próprio jornal explica essas mudanças na edição 1103, p.1:

A partir do dia 2 de maio, o *Jornal da USP* deixa de ser impresso e passa a ser publicado exclusivamente na internet. No novo formato, o jornal reunirá todas as mídias mantidas pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP- a Agência USP de Notícias, o USP On line, a Rádio USP e a TV USP. Até agora uma publicação semanal, o jornal irá ao ar com notícias diárias, em textos, fotos, vídeos e áudios, divulgando a pesquisa, a ciência e a cultura produzidas na USP. Com 31 anos de circulação ininterrupta, o *Jornal da USP* amplia suas atividades com a meta de aumentar o número de leitores, no Brasil e no exterior. [...] (RISSO: 2021: 169)

Desde então, o jornal, que também agrega a programação da *Rádio USP São Paulo e Ribeirão Preto* e do *Canal USP* no YouTube, tem despertado o interesse cada vez maior do público, ampliando, assim, sua audiência. De 2018 até 2020, por exemplo, os números de visualizações e assinantes tanto do *Jornal da USP* quanto do *Canal USP* só cresceram, principalmente em função da pandemia. Do jornal, passou de 15,5 milhões (2018) para 25,6 milhões (2020) ao mês. Já o canal do YouTube, de 100 mil (2019) para 311 mil (2021)<sup>9</sup>. “[...] Em março de 2020, primeiro mês da pandemia, com a sociedade desesperada sobre a doença, a visitação ao jornal deu um salto naquele momento para 3,5 milhões de visitantes únicos só naquele mês de março. [...]” (SERRANO: 2021)

Mas, qual o motivo dessa mudança ter acontecido? A partir de 2012 ocorreram uma série de encontros e workshops para discutir/estudar a comunicação da USP, ou seja, integrar mais eficientemente a comunicação da universidade. Naquele momento, em 2015, uma das grandes críticas apresentadas era que a SCS gastava muito. “[...] a USP despendia 29,15 milhões de reais ao ano com a área de comunicação social. [...]”

---

<sup>9</sup> Os dados foram apresentados durante o workshop *Jornal da USP - Jornalismo em ambientes universitários*, realizado em 21 de outubro de 2021 e transmitido pelo *Canal USP* no YouTube.

Estavam errados o fluxo de trabalho, os orçamentos, o organograma e os métodos de produção.” (SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: 2017: 7).

Não havia estímulo para laços mais produtivos entre o *Jornal da USP*, as mídias on-line, a revista ou a rádio. Cada um vivia “ilhado” em si mesmo; por isso, a SCS achou melhor agrupar a atuação da comunicação em áreas de conhecimento (ciência, cultura, universidade e atualidades), e não mais em veículos ou mídias (rádio, internet, mídia impressa etc.).

As alterações começaram a ser implementadas em 2015 quando o professor e jornalista Eugênio Bucci assumiu o cargo de superintendente de Comunicação e, desde então, o *Jornal da USP* é compreendido como uma marca que, em sua página, abarca o conteúdo do próprio jornal (jornalismo), da rádio (jornalismo e programação cultural e musical) e do *Canal USP* no YouTube (diversos).

Desde 2016 nós trabalhamos como uma redação integrada. Esse conteúdo posteriormente é veiculado pelo jornal, rádio, revista e assim por diante. [...] Atualmente nós temos equipes da Superintendência de Comunicação Social em Ribeirão Preto que produz conteúdo para o *Jornal da USP* e *Rádio USP RP* e também um jornalista no campus de Pirassununga. Nos outros campi nós contamos com a parceria das comunicações locais. A USP trabalha de uma maneira bem descentralizada na comunicação, portanto, é comum que as unidades tenham sua própria assessoria, equipe de comunicação [...] então de uma forma ou de outra eles mesmos produzem seu conteúdo e nós publicamos na íntegra, outras vezes aproveitamos como ideia para a pauta ou fazemos trabalho em parceria com essas equipes locais [...] de toda forma a gente tenta expandir nossa capacidade de produção por meio dessas redes de profissionais, já que, todos têm esse foco de levar a USP pra fora. (BLASQUES: 2021)

Quando o jornalista Luiz Roberto Serrano assumiu a Superintendência de Comunicação Social em 2019, a sua principal tarefa era ampliar a visibilidade da USP na sociedade, o que demonstra que cada vez mais o objetivo do *Jornal da USP* é falar para o público externo.

A tarefa que eu recebi foi reforçar claramente para a sociedade paulista e brasileira a excelência da USP nas áreas de pesquisa, ensino e extensão. Mostrar que cada centavo do ICMS estadual anual destinado para a USP reverte amplamente para a população sob a forma de educação, serviços, políticas públicas, produtos e pesquisas em todos os campos do saber. Reforçar, enfim, que a USP como universidade pública (isso é sempre importante ressaltar) é essencial para o desenvolvimento da sociedade dos pontos de vista científico, técnico, social e humanístico. (SERRANO: 2021)

A jornalista, diretora de redação do *Jornal da USP* e coordenadora da *Rádio USP*, Marcia Blasques, em entrevista (2020), acredita que hoje – graças à integração da redação e veículos – a USP tem muito mais visibilidade.

A gente acompanha esse feedback pelo Google Analytics mensalmente e consegue perceber que nosso acesso hoje é muito grande para ser apenas público USP, recebemos muito retorno de fora. E esse é um dos nossos objetivos, falar para fora da USP. O *Jornal da USP* não é interno, ele é para mostrar a USP para a comunidade, mas também para a sociedade paulistana, é a prestação de contas do que a USP faz.

O público pode acessar esse conteúdo jornalístico diretamente na *home do Jornal da USP* ou nas páginas específicas de cada um dos produtos (rádio, revista, Youtube). Todas têm, logo abaixo do endereço, ícones para o Portal da USP, Fale Conosco, WhatsApp, Envie uma Pauta, Newsletter, *Podcasts*, *Rádio USP*, *TV USP*<sup>10</sup> e, em seguida, o nome da página específica com as chamadas de cada uma.

O *Jornal da USP* possui as editorias de Atualidades, Ciências Cultura, Diversidade<sup>11</sup>, Institucional e Universidade e, dependendo da editoria, há subeditorias ou divisão do conteúdo em categorias. Em ciências, por exemplo, há as subeditorias de ciências agrárias, ciências ambientais, ciências biológicas, ciências da saúde, ciências exatas e da terra e ciências humanas; os conteúdos são informativos (texto, áudio ou vídeo) ou opinativos (colunistas, artigos e articulistas<sup>12</sup>).

Além disso, a página principal tem cinco destaques diários (atualizados de segunda a sexta-feira no final da tarde) com uma palavra-chave que já resume sobre o que é o texto, imagem e título; mais doze destaques divididos em três colunas com as mesmas características já mencionadas (palavra chave, imagem e título); articulistas com a foto e nome do autor, além do título do texto (sempre são seis); artigos com uma imagem, título e nome dos autores; colunistas da Rádio com o nome da coluna, imagem

---

<sup>10</sup> Apesar de aparecer com o nome *TV USP*, o antigo canal universitário não existe mais e hoje ele se refere ao conteúdo do YouTube. Ao clicar, o público é direcionado para a página do Canal USP.

<sup>11</sup> A editoria *Diversidade* (pautas étnico-raciais e de gênero) passa a existir em agosto de 2022.

<sup>12</sup> O espaço para os articulistas também passa a ser veiculado a partir de agosto de 2022. A nova gestão achou importante separar editorialmente articulistas do *Jornal da USP* (textos mensais de pesquisadores da universidade) e os artigos. Este último já existia e conta com textos de colaboração voluntária de toda a comunidade USP, seja docente ou discente.

e nome do colunista, além do título e o início do texto que explica a temática em questão; chamadas para cursos, mídias sociais, *podcasts* e os indicadores das mais lidas (do dia, da semana e do mês).

A dinâmica de redação<sup>13</sup> do jornal funciona assim: todos os dias no final da manhã e início da tarde ocorrem as reuniões de *home* em que a equipe discute sobre o que vai ao ar no final da tarde. É o momento em que verificam o que está pronto, o que deve ser destaque principal, o que pode ser deixado para o dia seguinte. Já as segundas-feiras – também no mesmo horário – há a reunião de pauta. Essa costuma ser mais demorada e é quando cada editoria (editor, repórter e/ou estagiários) fala sobre o andamento de suas pautas e apresentam novas propostas.

Outro ponto a ser destacado é que todo o conteúdo produzido pelo *Jornal da USP* e *Rádio USP* pode ser usado/reproduzido livremente, desde que aferidos os créditos, ou seja, haja a citação da fonte de origem. Essa permissão faz com que esse conhecimento ultrapasse os muros da universidade.

### **Considerações**

Nos anos 80 a publicação do Relatório MacBride elaborado pela Comissão Internacional para Estudos dos Problemas da Comunicação, presidido pelo irlandês Sean MacBride, focava na exclusão midiática de grupos, comunidades, povos, regiões e propunha soluções utópicas para reduzir as desigualdades e desequilíbrios existentes. Ele apresentava à comunidade mundial onze princípios básicos, tidos como fundamentais para uma nova ordem internacional da informação e comunicação (NOMIC), dentre eles, a pluralidade de fontes e canais de informação, bem como a liberdade de imprensa e de ideias.

O conceito utilizado nesse documento é o de troca de informações, principalmente com interação. No entanto, deve-se ressaltar que não há um conceito

---

<sup>13</sup> O retorno do trabalho presencial aconteceu aos poucos e, principalmente, durante o primeiro semestre de 2022. Durante as visitas técnicas (agosto a dezembro de 2022) identificamos que, apesar dos profissionais estarem na redação, as reuniões são online, por chamada de vídeo. Cada um acessa o link de sua mesa, área de trabalho, mesmo que estejam fisicamente sentados um ao lado do outro. Para a equipe, isso otimiza o trabalho, já que, não “perdem” tempo para se deslocar até uma outra sala.

único do que seja de fato a comunicação. Aliás, a partir desse desejo pela comunicação ideal, talvez utópica, pesquisadores, cientistas - e porque não até o cidadão comum - partem em busca de novos canais, ferramentas, tecnologias e demais recursos que possibilitem esse diálogo.

É nesse mesmo período, mais especificamente, em 1985 que nasceu o *Jornal da USP*. Em um primeiro momento em caráter institucional (falar da universidade) e voltado a um público restritivo (docentes, pesquisadores e intelectuais), mas que ao longo dos anos, foi ampliando sua audiência, modificando sua linha editorial e tornando-se referência no segmento.

Faz parte da missão da universidade pública tornar acessível, a um público mais amplo, o conhecimento e a inovação que produz. Essa comunicação, por exemplo, pode ocorrer por meio de projetos de educação científica, ações de divulgação científica (institucionais ou de pesquisadores), atuação da assessoria de imprensa no contato com a grande mídia e/ou a produção do seu próprio jornalismo, como o exemplo do *Jornal da USP*.

No livro *Universidade e comunicação na edificação da sociedade*, publicado no início dos anos 1990, a professora e pesquisadora Margarida Maria Krohling Kunsch, defendia que, a universidade, como centro de produção sistematizada de conhecimentos, precisa canalizar essas potencialidades para a prestação de serviços à comunidade: “[...] daí a importância de um sistema planejado de comunicação para difundir de forma eficiente e eficaz a sua produção científica e, com isso, abrir as suas portas a todos os segmentos da sociedade civil. (KUNSCH: 1992: 9-10)

No Seminário de Comunicação, realizado em dezembro de 2022, pela Comissão de Comunicação da Andifes e pelo Colégio de Gestores de Comunicação das Universidades Federais (Cogecom), o reitor da Universidade Federal do Paraná e presidente da Andifes, Ricardo Marcelo Fonseca, fez questão de ressaltar a importância de a Universidade falar para fora de seus muros “[...] percebemos que falar não só para dentro, mas saber falar para fora se tornou quase que uma questão de sobrevivência para o sistema universitário”.

Das 198 universidades do país, 109 são públicas (Inep, 2020). Temos que reconhecer que as universidades são grandes geradoras de pautas e propulsoras de pesquisas; por isso, o potencial para serem divulgadoras científicas de excelência.

[...] mais de 90% da produção científica nacional vem das universidades públicas, feita por professores e alunos de pós-graduação. Só a USP, por exemplo, tem cerca de dois mil pesquisadores bolsistas de produtividade do CNPq, ou seja, que se destacam entre seus pares, além de 30 mil pós-graduandos. A USP é responsável por 20% de todos os trabalhos produzidos no país. [...] (JORNAL DA USP: 2019: 28 jun., online)

Como já mencionado anteriormente, a pandemia de Covid-19 chamou atenção para o aumento de pessoas interessadas em informações científicas, o que acabou gerando uma revalorização importante do jornalismo, da ciência e da universidade, principalmente no que se refere ao jornalismo especializado nas ciências e tecnologias produzidas por essas instituições, como o *Jornal da USP*.

O *Jornal da USP*, como principal veículo jornalístico da Universidade de São Paulo, faz uma ampla cobertura científica. Pode até parecer óbvia essa constatação; afinal, trata-se de um veículo ligado a uma universidade pública que precisa prestar contas à sociedade e que tem alta produção de pesquisas. Mas quando olhamos para a distribuição dos assuntos via editorias (ciências, universidade, atualidades, cultura, diversidade e institucional) identificamos uma separação do que é visto como informação ligada à imagem da instituição e o que tem caráter jornalístico, além de uma amplitude de assuntos – direta ou indiretamente – ligados às ciências na editoria específica e em outras, como universidade e atualidades.

No *Jornal da USP* tem mais Ciências como destaque. A gente produz mais, é a característica da editoria e também porque há uma percepção interna de que ciências acabem sendo o carro chefe do Jornal. A USP é uma instituição que faz pesquisa, então é natural que o jornal vá nessa linha também [...] mostrar para a sociedade o que a USP está produzindo, está pesquisando. (CAIRES: 2020)

Basicamente, esse jornalismo produzido pelo *Jornal da USP* atua em duas frentes. A primeira é olhar para a universidade, identificar o que tem sido pesquisado e verificar o impacto disso na sociedade. A segunda, observar a sociedade e buscar análises, propostas de soluções sob a égide da universidade.

Existe esse desafio da USP de se mostrar para a sociedade, o quanto ela devolve em benefícios, seja em pesquisa, serviços, aulas, formação de cidadãos. [...] No Jornal da USP o carro chefe são as ciências exatas, biológicas e humanas. Temos uma amplitude que nos permite trabalhar quase todos os assuntos que interessam a sociedade, como economia, educação, psicologia, infraestrutura, Covid. Nós trazemos professores, alunos, pesquisadores e os puxamos para discutir os problemas do dia a dia. (SERRANO: 2020)

Para ampliar ainda mais a divulgação desse conteúdo científico, o jornal também tem investido nas redes sociais com a “marca” Ciência USP, através do Facebook, Instagram, Twitter e TikTok. Originalmente, o Ciência USP era o site do Núcleo de Divulgação Científica da Universidade de São Paulo onde eram publicados vídeos, reportagens, documentos e programas de rádio sobre o conhecimento científico produzido na Universidade de São Paulo. O Núcleo foi extinto e esse conteúdo passa a ser incorporado e produzido pela editoria de ciências do *Jornal da USP* que os publica nas redes sociais mencionadas.

A marca já existia, mas não existiam as redes sociais. Eu criei, associei e cuidei sozinha por cerca de um ano. Hoje, eu supervisiono, mas são os estagiários que tocam. Criamos uma dinâmica que está bem estabelecida porque sai um estagiário, entra outro e ok, continua funcionando. [...] A gente usa a matéria do jornal como base, mas com uma nova linguagem, com textos bem diferentes. Há posts simples e especiais em que há necessidade de mais cuidado com o texto e a estética, por exemplo, cada estagiário fica responsável por um post especial por semana e eles revezam a cada semana. (CAIRES: 2022)

A importância de a universidade produzir seu próprio jornalismo científico é que se ela não fizer isso, a informação não chega para um público diverso, já que as redações da imprensa tradicional estão cada vez menores e com uma demanda de trabalho gigante. No dia-a-dia só em casos mais específicos é que esses jornalistas saem da sua rotina para ir até as universidades para ver o que está sendo feito.

## Referências

ALVES-MAZZOTTI, A. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados. In: ALVES-MAZZOTTI, A; GEWANDSZNAJDER, F. O método nas Ciências Sociais e Naturais. São Paulo: Thomson, 2001, p.163.

BAUER, Martin W. **Análise de conteúdo clássica**: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BLASQUES, Marcia. **Workshop Jornal da USP - Jornalismo em ambientes universitários**, 21 out. 2021. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=molY7XIAW2s&list=PLAudUnJeNg4uQn\\_7hJ2cLR5QSVSCJperf&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=molY7XIAW2s&list=PLAudUnJeNg4uQn_7hJ2cLR5QSVSCJperf&index=15)>. Acesso em: 24 out. 2021.

BUENO, W. C. *Jornalismo científico*: conceito e funções. **Ciência e Cultura**, São Bernardo do Campo, v. 37, n. 9, p. 1420-1427, set. 1985.

BUENO, W. C. *Jornalismo científico*: resgate de uma trajetória. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 30, 1998, p. 209-220.

BUENO, W. C. *Jornalismo científico, lobby e poder*. In DUARTE, Jorge; TEIXEIRA, Antonio (orgs). **Comunicação para a ciência, ciência para a comunicação**. Brasília/Distrito Federal: Embrapa Informação Tecnológica, 2003.

BUENO, W. C. **Jornalismo científico no Brasil**: os desafios de uma longa trajetória. In: PORTO, C. M. (org.). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/68>>. Acesso em: 1 nov. 2021.

BUENO, W. C. *Comunicação científica e divulgação científica*: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**. Londrina, v.15,n. 1, especial, 2010, p.1-12. Disponível em: <10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1>. Acesso em: 12 jun. 2021.

BUENO, W. C. *A divulgação da pesquisa científica no Brasil*: a visibilidade da pesquisa nos portais das universidades brasileiras. **Ação midiática- Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**. Curitiba: UFPR. n. 7, 2014.p. 1-15.

BUENO, W. C. **Jornalismo Científico: teoria, prática e pesquisa**. São Paulo: JORCOM/Contexto Comunicação e Pesquisa, 2022.

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

CAIRES, Luiza. **Jornal da USP e a editoria de Ciências**. [Entrevista concedida a] Carla de Oliveira Tôzo. São Paulo, 07 nov. 2022.

CAIRES, Luiza. **Jornal da USP**. [Entrevista concedida a] Carla de Oliveira Tôzo. São Paulo, 30 jul. 2020.

CARIBÉ, R. de C. do V. *Comunicação científica: reflexões sobre o conceito. Informação & Amp: Sociedade: Estudos*, vol.25, n. 3, set./dez. 2015, p. 89-104,. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/23109/14530>>. Acesso em: 9 dez. 2021.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

HERCOVITZ, Heloisa. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (org). **Metodologia da pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HERNANDO, M.C. La difusión del conocimiento al publico: cuestiones y perspectivas **Revista Comunicação & Sociedade**, n.29, 1998

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Sinopse Estatística da Educação Superior 2018**. Disponível em: <<http://inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>. Acesso em: 5 out. 2021.

JORNAL DA USP. *10 mitos sobre a universidade pública no Brasil*. 28 jun.2019. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/universidade/10-mitos-sobre-a-universidade-publica-no-brasil/>>. Acesso em 22 dez.2021.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração, 2004.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. SP: Ed. Loyola, 1992.

LAGE, N. **A reportagem – Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. São Paulo: Record, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

MASSARANI, Luisa. **A divulgação científica no Rio de Janeiro: Algumas reflexões sobre a década de 20**. 1998. Dissertação de mestrado – Instituto Brasileiro de Informação em C&T (BICT) e Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

MUNIZ, Ricardo Whiteman. *A universidade calada*. Dossiê Divulgação Científica 2018. **Revista eletrônica ComCiência**. Disponível em: <<https://www.comciencia.br/a-universidade-calada/>>. Acesso em: 6 dez. 2021.

NASCIMENTO, Tatiana Galieta. *Definições de Divulgação Científica por jornalistas, cientistas e educadores em ciências*. **Ciência em Tela**. Volume 1, número 2, 2008. Disponível em: <<http://www.cienciaemtela.nutes.ufrj.br/artigos/0208nascimento.pdf>>. Acesso em: 28 abr.2023.

RAMÍREZ, Francisco Esteve; MORAL, Javier Fernández del. **Áreas de especialización Periodística**. Madrid: Editorial Fragua, 1999.

REITORES e gestores de comunicação tratam sobre comunicação pública das universidades federais. **Andifes**. Brasília, 13 dez 2022. Disponível em: <<https://www.andifes.org.br/?p=95160>>. Acesso em: 27 de dez 2022.

RISSO, Carla de Araujo. **Capas que contam histórias: a trajetória do Jornal da USP**. Curitiba: Appris, 2021.

ROLLEMBERG, Marcelo. *Prefácio*. In: RISSO, Carla de Araujo. **Capas que contam histórias: a trajetória do Jornal da USP**. Curitiba: Appris, 2021.

SERRANO, Luiz Roberto. **A Superintendência de Comunicação Social**. [Entrevista concedida a] Carla de Oliveira Tôzo. São Paulo, 24 jul. 2020.

SERRANO, Luiz Roberto. **Workshop Jornal da USP - Jornalismo em ambientes universitários**, 21 out. 2021. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=molY7XIAW2s&list=PLAudUnJeNg4uQn\\_7hJ2cLR5QSvSCJperf&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=molY7XIAW2s&list=PLAudUnJeNg4uQn_7hJ2cLR5QSvSCJperf&index=15)>. Acesso em: 24 out. 2021.

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Relatório de Gestão 2015-2017**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2017.

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Uma Universidade em evolução**. Relatório de Gestão 2014-2017. Derrubando os muros: a vida nos campi e a relação com a sociedade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2017.