



O Boletim Especial da UFRN como Instrumento de Divulgação Científica¹

Juliana Sampaio Pedroso de HOLANDA²

Emili Adami ROSSETTI³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O Boletim Especial da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) é o principal instrumento de divulgação científica da instituição. As reportagens produzidas pelo meio são utilizadas pela imprensa local e nacional. O texto e as fotos do Boletim tanto são publicados integralmente em meios impressos e digitais, como servem de base para outras plataformas como televisão, rádio, publicações digitais e impressas. Tais utilizações evidenciam características crossmidiáticas e transmidiáticas do Boletim Especial da UFRN que podem ser aproveitadas para ampliar a divulgação científica, ponto fundamental da comunicação organizacional de uma Instituição de Ensino Superior.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional; divulgação científica; jornalismo científico.

INTRODUÇÃO

O Boletim Especial, produzido pela Agência de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), utiliza o jornalismo científico para realizar a divulgação de pesquisas, servindo como ferramenta de assessoria de imprensa para a instituição e para os pesquisadores.

Além de divulgar estudos desenvolvidos na Universidade, as reportagens especiais têm como objetivo dinamizar a produção científica da UFRN, popularizar e socializar o conhecimento. O público-alvo inclui a comunidade acadêmica, a imprensa local e nacional, além da sociedade em geral.

Atualmente, o Boletim configura-se como uma publicação produzida duas vezes por semana e enviada por e-mail para de mais de 50 mil pessoas. O produto também fica disponível na página da Universidade por tempo indeterminado.

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia - UFRN, e-mail: julianaholanda@gmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia - UFRN, e-mail: emilix10@gmail.com.



Criado em 2011, o Boletim Especial da UFRN é o principal instrumento de divulgação científica da Universidade. Nos anos de 2011 e 2012, era enviado como sugestão de pauta para veículos específicos, garantindo exclusividade na cobertura dos temas sugeridos para a imprensa.

Em 2013, o Especial ganhou nova roupagem, regularidade e periodicidade. O objetivo do produto foi ampliado, pois além de gerar sugestões de pauta para a imprensa local e nacional, passou a divulgar pesquisas para a comunidade acadêmica e para a sociedade em geral.

Nesse ano, foram enviadas 89 reportagens. Durante os semestres letivos de 2013, período com maior circulação de professores e pesquisadores no campus universitário, foram produzidas duas edições semanais, nas terças e quintas-feiras. Durante as férias da instituição, a publicação manteve uma edição por semana, sempre nas quintas-feiras.

Em 2014, foi enviado um Boletim semanal, nas quintas-feiras até o mês de setembro. Em outubro, a produção voltou a ser de dois informativos semanais, totalizando 62 Especiais no ano.

Em 2015, foram contabilizadas 35 reportagens especiais até o final de maio. Manteve-se a regularidade de uma edição por semana nas férias da Universidade e duas produções semanais durante o período letivo.

O acompanhamento desses textos mostra que o material divulgado pela Universidade é utilizado como matéria-prima pela mídia. As reportagens servem como base para a elaboração de artigos mais complexos, mas também chegam a ser publicadas na íntegra em mais de um veículo de comunicação impresso e digital, além de serem utilizadas por repórteres de rádio e de televisão.

Percebe-se a repercussão de reportagens elaboradas pela Agência de Comunicação da UFRN que são divulgadas pelo Boletim Especial da Universidade de forma a promover as pesquisas científicas realizadas na instituição. Nota-se a ampla inserção dessas notícias na imprensa e grande alcance, inclusive em grupos internacionais.

1 JORNALISMO CIENTÍFICO

Diz-se que a mídia tem quatro funções principais: 1) informar; 2) agir como observadora do setor público e das autoridades; 3) produzir discussões relevantes; e 4)



dar voz à opinião central (CURRAN e SEATON, 2003). Refletindo sobre os impactos que a mídia produz na sociedade, McNair (1996) descreve o jornalismo como a janela para o mundo e o meio responsável por apresentar a informação que pode ajudar a formar a opinião pública.

Quanto melhor for a reportagem, mais efeitos a longo prazo podem ser fomentados no público. Seib (2002, p. 8) nota que as notícias “do not just appear and then evaporate; they can have effect, especially if they are done well⁴”.

Como observado em “The challenges of scientific and environmental journalism: The second-generation biofuels⁵”, a ciência tornou-se uma importante área da mídia contemporânea (HOLANDA, 2010). Os temas cobertos pelo jornalismo científico estão ligados ao cotidiano do ser humano, como saúde, educação e inovações tecnológicas.

Nelkin (1987) aponta que a ciência está disseminada por meio de uma intensa cobertura midiática. Por isso, é importante debater a qualidade da informação produzida como forma de melhorar a divulgação científica e de causar maior interesse na população.

Jornalistas têm obrigações morais para com seu público. Sanders (2003, p. 139) enfatiza a importância da busca pela verdade na comunicação: “Journalist’s work is strongly related to telling the truth about things. Remove the link to truth and journalism is dead⁶”. Seib (op. cit., p.118) defende que jornalistas precisam ser “accurate, persuasive, and timely⁷”.

A credibilidade das reportagens preocupa jornalistas e afeta diretamente a sociedade. McManus (1994) define notícia como algo que o público ainda não sabe. Se as pessoas têm acesso a um assunto pela primeira vez, fica difícil avaliar a veracidade da história, por isso a confiança na imprensa é tão necessária.

Na divulgação científica, a transformação da linguagem acadêmica para a jornalística deve ser observada com cuidado, pois pode acarretar em erros ou graves alterações de sentido. Para que a reportagem seja o mais correta possível, cientistas e

⁴ “não apenas aparecem e depois evaporam; elas podem ter efeitos, especialmente se forem bem feitas”. Tradução livre da autora.

⁵ Os desafios do jornalismo científico e ambiental. Tradução livre da autora.

⁶ “O trabalho dos jornalistas é fortemente relacionado a dizer a verdade sobre as coisas. Remova esse link com a verdade e o jornalismo está morto”. Tradução livre da autora.

⁷ “exatos, eficazes e precisos”. Tradução livre da autora.



jornalistas devem buscar a cooperação para garantir uma cobertura de qualidade e assertiva. Nesse contexto, Goldstein reflete sobre as diferenças das linguagens utilizadas pelos cientistas e pelos jornalistas:

Academic language strives to be informative and accurate. The researcher wants to be precise, measured, careful, and does not want to extrapolate irresponsibly. To the reporter, though, the result sounds like nit-picking; it encumbers the research with so many qualifications and exceptions that the results seem meaningless⁸. (GOLDSTEIN, 1986, p. 25)

Especialização na área também é desejável para a produção de textos com mais qualidade. Nelkin (op. cit.) comenta que a falta de experiência ou o desconhecimento dos assuntos científicos podem tornar os repórteres vulneráveis à manipulação por fontes mal-intencionadas.

A relação entre fontes e jornalistas é desafiadora, mas necessária. Se por um lado, os repórteres precisam das informações, por outro, precisam analisá-las com cuidado (SANDERS, op. cit.). Keeble (2001, p. 26) acredita que “The source may be lying, hiding crucial facts, uninformed, confused, intimidated and so not expressing true feelings – or speaking in a foreign language and so unable to speak their thoughts clearly⁹”.

Em conjunto com questões éticas e profissionais, a mídia é vista como um negócio em crescimento e “commercial decisions on marketing, the publisher’s responsibility, easily overlap with editorial requirements¹⁰”. (BELSEY e CHADWICK, 1992, p. 45). Portanto, os repórteres precisam ter isso em mente desde a apuração até a escrita da notícia.

Sabe-se que o mercado científico tem preocupações que podem criar dados incorretos, enquanto as organizações “try to sell their products directly through the press by publicizing new therapies as newsworthy scientific discoveries or significant medical

⁸ A linguagem acadêmica se esforça para ser informativa e exata. O pesquisador quer ser preciso, comedido, cuidadoso e não quer extrapolar irresponsavelmente. Para o repórter, no entanto, o resultado soa insignificante; ele encobre a pesquisa com tantas qualificações e exceções que o resultado parece insignificante. Tradução livre da autora.

⁹ A fonte pode estar mentindo, escondendo informações cruciais, desinformada, confusa, intimidada e, portanto, não expressando pensamentos verdadeiros – ou falando em uma língua estrangeira e, portanto, incapacitada de falar seus pensamentos com clareza. Tradução livre da autora.

¹⁰ “decisões comerciais em marketing, a responsabilidade do editor, facilmente se sobrepõe com requerimentos editoriais”. Tradução livre da autora.



advances¹¹”. (NELKIN, op. cit., p. 149). Analisando os preceitos éticos do jornalismo, Belsey e Chadwick afirmam que a ciência tornou-se uma mercadoria:

Instead of being the disinterested pursuit of knowledge allied to the application of theoretical advances to worthwhile practical projects of global significance, science has become a commodity, dedicated to the production of further commodities for the market, from nuclear power stations to microscopic eavesdropping devices to artificially engineered viruses. Taken over by capitalism, science has become the slave of a consumerism which demands the instant gratification of the latest want, whether it be for a piece of electronic wizardry or a genetically perfect baby¹². (BELSEY e CHADWICK, op. cit., p. 23)

Ademais, cientistas que geralmente são as fontes primárias das matérias científicas podem fazer parte do jogo do mercado. Nelkin (op. cit.) frisa as barreiras entre publicidade e histórias promocionais podem ficar bastante vagas se os cientistas tornaram-se parte dos produtos da publicidade.

O debate sobre jornalismo e ética e jornalismo e ciência é amplo. Algumas questões foram pontuadas de forma a mostrar o contexto no qual estão inseridos os profissionais que fazem o Boletim Especial da UFRN.

Deve-se ainda levar em consideração que o Boletim é produzido por uma agência de comunicação, ligada a uma instituição de ensino. O produto tem a intenção de divulgar a produção científica da universidade da melhor forma possível, usando critérios jornalísticos dentro de um processo de comunicação organizacional.

2 CARACTERÍSTICAS CROSS E TRANSMÍDIA

Percebe-se que o Boletim Especial da UFRN apresenta características cross e transmidiáticas. A utilização das reportagens especiais pela mídia e pela Agência de Comunicação da UFRN amplia e expande a capacidade comunicacional das matérias, dando ao meio características da sociedade contemporânea.

As reportagens divulgadas pelo Especial são utilizadas pela Agência e pela imprensa após serem enviadas por e-mail. Às vezes, minutos separam o envio dos e-

¹¹ “tentam vender seus produtos diretamente por meio da imprensa por publicitar novas terapias como descobertas científicas interessantes ou significativos avanços médicos”. Tradução livre da autora.

¹² Ao invés de ter a busca desinteressada pelo conhecimento aliada à aplicação avanços teóricos de vantajosos projetos práticos de significância global, a ciência tornou-se uma mercadoria, dedicada à produção de mais bens para o mercado, desde estações de energia nuclear a aparelhos de detecção de vírus de engenharia artificial. Tomada pelo capitalismo, a ciência tornou-se uma escrava do consumismo que demanda o instante de gratificação do último querer, se uma peça de deslumbramento eletrônico um bebê de genética perfeita. Tradução livre da autora.

mails e a publicação das matérias em páginas da mídia comercial. Fotos e texto são reproduzidos quase que de imediato, como no exemplo apresentado na tabela 1, onde até a assinatura da repórter permanece.

Tabela 1: Característica crossmidiática do Boletim Especial da UFRN é utilizada pela imprensa potiguar

	
<p>Fontes: Boletim Especial da UFRN, site O Potiguar.</p>	

Entende-se por narrativa crossmidiática a capacidade de promoção do conteúdo (CORREIA; FILGUEIRAS, 2008, p. 4). O termo surge na publicidade e no marketing com a “possibilidade de uma mesma campanha, empresa ou produto utilizar simultaneamente diferentes tipos de mídia: impressa, TV, rádio e Internet”. (LUSVARGHI, 2007, p. 2).

Com o Boletim Especial da UFRN, nota-se que as matérias são aproveitadas na íntegra pela grande mídia em jornais do país, e mais especificamente do estado do Rio Grande do Norte, além de sites, blogs e redes sociais digitais.

A própria Agência de Comunicação da Universidade republica o material no Jornal da UFRN (material impresso bimensal), em sua página na internet e nos perfis do Facebook e do Twitter.

Observa-se que a Agência apenas reproduz o Boletim, enquanto poderia adaptá-lo para a linguagem de cada meio. O exemplo da tabela 2 mostra que o primeiro



parágrafo da reportagem foi literalmente retirado do texto para compor a apresentação no Facebook com o link para o texto completo no site da Universidade.

Tabela 2: Característica crossmidiática do Boletim Especial usada pela imprensa potiguar

 <p>Matéria Especial Boletim Especial da UFRN – Ano V – Número 30 – Natal/RN, terça-feira, 12 de maio de 2015</p> <p>Neurociência</p> <p>Instituto do Cérebro comemora quatro anos de criação com avanços em extensão, ensino e pesquisa</p> <p>Por Williane Silva</p> <p>O Instituto do Cérebro (ICe) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) comemora neste mês de maio quatro anos de criação e, segundo o diretor Sécuro Ribeiro, não faria nenhum mês para comemorar. A produção científica do Instituto quase triplicou nesse período, as ações de extensão proporcionaram mais parcerias interinstitucionais e o número de matrículas nas disciplinas de graduação cresceu significativamente, evidenciando o interesse do aluno da UFRN pela pesquisa, independente da área a que esteja vinculado.</p> <p>Atualmente, o ICe oferece 30 disciplinas de graduação, em parceria com outros cursos da UFRN. No entanto, a maioria das disciplinas curriculares do ICe pode ser cursado por alunos de qualquer graduação presencial, contribuindo com o espaço de pesquisa, desenvolvimento de formação universitária. Para o coordenador da graduação do ICe, Cleandro Quaresma, apesar de tradicionalmente associada à área de saúde, as disciplinas de neurociência têm atingido cada vez mais alunos de cursos de outras áreas, a ser menos propensos de humanas.</p> <p>"Trabalha para a mesma sala de aula alunos de diferentes cursos, com distintas formações, interessando em questões específicas de neurociência, ajuda a flexibilizar e diversificar o currículo dos cursos, além de promover um ensino multi e transdisciplinar em conformidade com o preconizado pelo Projeto Pedagógico Institucional. Além disso, as disciplinas possibilitam um contato mais próximo do aluno de graduação com os docentes do Instituto e suas linhas de pesquisa, favorecendo o estabelecimento de vínculos via Iniciação Científica e Tecnológica", explica Cleandro Quaresma.</p> <p>"O ICe tem um perfil eminentemente interinstitucional, agregando professores, pós-graduandos e pós-graduandos estrangeiros por meio de</p>	 <p>UFRN AGEKOM Page Liked · 13 May · </p> <p>O Instituto do Cérebro (ICe) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) comemora neste mês de maio quatro anos de criação e são fatores motivos para comemorar. A produção científica do Instituto quase triplicou nesse período, as ações de extensão proporcionaram mais parcerias interinstitucionais e o número de matrículas nas disciplinas de graduação cresceu significativamente, evidenciando o interesse do aluno da UFRN pela pesquisa, independente da área a que esteja vinculado.</p> <p>Saiba mais: http://www.sistemas.ufrn.br/portais/PT/noticia/15486034#VVou_45v/ko</p> <p>Like Comment Share</p> <p> 3 shares</p> <p>Juliana Garrido Augusto Cristol Like Reply · 18 May at 19:33</p> <p>Write a comment...</p>
<p>Fontes: Boletim Especial da UFRN, Facebook UFRN AGEKOM.</p>	

A adequação aos diferentes meios exploraria as possibilidades transmidiáticas das reportagens especiais e poderia aumentar o número de leitores, produzindo, inclusive, uma interação com o público, característica inerente às mídias sociais digitais.

Nota-se que, além de serem utilizadas integralmente, as reportagens são utilizadas como base para matérias impressas, online, de rádio e de televisão. Fatos que caracterizam o Boletim Especial como um instrumento transmídia de comunicação científica, como apresentado na tabela 3.

Por definição, a narrativa transmidiática é a que apresenta complementação, desdobramento, ampliação de um tema. São história que se desenvolvem sob múltiplas plataformas midiáticas. Nesse sentido, Porto e Flores destacam as múltiplas possibilidades de comunicação presentes no jornalismo transmídia:

El diferencial que marca el Periodismo Transmedia es que con esta narrativa podemos aprovechar las posibilidades de comunicación presentes en la sociedad postmoderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, es decir, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación con

el objetivo de involucrar y atraer el receptor para la interpretación participativa del mensaje¹³. (PORTO e FLORES, op. cit., p. 16)

Tabela 3: Transmídiação do Boletim Especial da UFRN em portal de notícias

 <p>Matéria Especial Laboratório da UFRN investe em robótica educativa e ganha competição que vai beneficiar escolas da África</p> <p>Por Juliana Holanda</p> <p>Até lá, o continente que está beneficiado por um projeto de robótica educativa desenvolvido por pesquisadores do Laboratório NatalNet da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).</p> <p>A equipe foi uma das vencedoras de uma competição internacional para construção de robôs educacionais com custo aproximado de US\$ 100 cada unidade, que serão usadas para popularizar a tecnologia em escolas do continente africano.</p> <p>Organizada pela Rede Africana de Robótica (AFRON), na região em inglês, o evento contou com a participação de importantes instituições educacionais, como a Universidade de Harvard, o Instituto de Tecnologia de Massachusetts e a Universidade da Califórnia, em Berkeley.</p> <p>O robô vencedor foi concebido pelo professor do Instituto Municipal Digital da UFRN Rafael Vidal Azeite, como parte de seu doutorado. "É muito gratificante saber que nosso trabalho pode auxiliar o ensino das áreas afilhadas pela ciência - quem sabe, até motivá-los a trabalhar no área".</p> <p>Não foi vencedor de competição internacional para construção de robôs educacionais com custo aproximado de US\$ 100 cada unidade, que serão usadas para popularizar a tecnologia em escolas do continente africano.</p> <p>Realizado no Bot, a estrutura hoje faz parte do acervo da UFRN e recentemente foi exibido em uma exposição no Museu de Tecnologia da Universidade de California, em Berkeley, juntamente com outros vencedores de competição.</p> <p>O Videla é um simples que pode ser controlado por qualquer pessoa. "As crianças não terão problema em montar e apertar, mas irá auxiliá-lo em outras disciplinas escolares, que podem ser tanto matemática para os cálculos, como o uso da robótica", conta Rafael Azeite.</p> <p>O robô é controlado por sons. "Qualquer computador ou celular pode controlar o N-Bot. O que importa é a frequência de som que chega ao micro do robô. Um simples apertar de tecla e o aparelho se move", explica o professor.</p> <p>Durante o doutorado em robótica educativa, Azeite fez uma pesquisa envolvendo mais de duzentos estudantes de seis universidades brasileiras. "Necessário e não previsto das universidades brasileiras que gastaram de R\$ 50 para comprar um projeto robô e 30% afirmaram que as disciplinas escolares seriam mais interessantes se fossem ensinadas no contexto de robótica", relata.</p> <p>A popularização da tecnologia tem como objetivo aumentar o interesse dos jovens de todos os níveis pelo tema. "O valor tecnológico é importante para o desenvolvimento de um país. A robótica precisa ser divulgada em todo país, principalmente em países em desenvolvimento, como é o caso da maioria das nações</p>	 <p>G1 RIO GRANDE DO NORTE</p> <p>Pesquisadores da UFRN querem usar robôs de R\$ 40 para educar crianças</p> <p>Diferencial do N-Bot é a troca do processador por aparelhos como celulares. Projeto venceu concurso na África e será usado em escolas públicas do RN.</p> <p>Felipe Gibson De 01/08</p> <p>12 comentários</p> <p>Seus amigos no G1</p> <p>Conecte-se com Facebook</p> <p>Rio Grande do Norte</p> <p>Ufersa oferece sete vagas para professor substituto</p> <p>Canais da demora dos ônibus, usuários fecham avenida...</p> <p>Após assalto com motorista baleado, rodoviários protestam...</p> <p>Enem 2015 terá inscrições abertas a partir desta segunda</p> <p>Brasil</p> <p>Robô educacional N-Bot será utilizado nas escolas públicas de Natal (Foto: Felipe Gibson/G1)</p> <p>Pesquisadores do laboratório NatalNet, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) criaram um protótipo de robô para auxiliar crianças a aprender disciplinas como conteúdos.</p>
--	---

Fontes: Boletim Especial da UFRN, Site G1 Rio Grande do Norte.

3 METODOLOGIA

A análise do Boletim Especial da UFRN como instrumento de divulgação científica teve por base uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos, com foco nas informações qualitativas visto que "A major strength of the qualitative approach is the depth to which explorations are conducted and descriptions are written, usually resulting in sufficient details for the reader to grasp the idiosyncrasies of the situation¹⁴". (MYERS, 2000)

O estudo utilizou a análise de documentação como principal método de pesquisa. BLOYCE (2004) destaca a utilidade da análise de documento ao afirmar que a análise de documentos pode ser um instrumento útil de pesquisa, quando comprometido com uma análise sócio histórica.

¹³ O diferencial que marca o Jornalismo Transmídia é que com esta narrativa podemos aproveitar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna, onde a mobilidade e a liquidez de estruturas, quer dizer, a interatividade, assumem papéis importantes no campo da comunicação com o objetivo de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem. Tradução livre da autora.

¹⁴ "o maior ganho na abordagem qualitativa é a profundidade na qual as pesquisas são conduzidas e na qual as descrições são escritas, normalmente resultando em detalhes suficientes para o leitor captar as idiosincrasias da situação". Tradução livre da autora.



Desta forma, a avaliação das reportagens de cunho científico publicadas no Boletim Especial da UFRN observou as formas de utilização do material pela mídia e pela Agência produtora dos textos.

A análise de conteúdo foi aplicada para o estudo da informação qualitativa coletada da análise de documentação. Krippendorff (2004) refere-se à análise de conteúdo como uma técnica de pesquisa que “provides new insights, increases a researcher’s understanding of particular phenomena, or informs practical actions¹⁵”.

O método ajusta-se a esta pesquisa por: (1) tornar possível analisar os vários sentidos dos textos; (2) fazer conclusões sobre as mensagens contidas nos textos; (3) analisar os autores dos textos; e (4) estudar a cultura e o ambiente em que esses textos foram feitos.

Utilizando tal método, os textos são definidos em um amplo senso como qualquer forma de comunicação, por exemplo, livros, entrevistas, discursos, documentos, ensaios e artigos jornalísticos (KRIPPENDORFF, op. cit.; BERELSON, 1952; ROBERTS, 1997). Acredita-se que a análise de conteúdo é a melhor abordagem para estudar e analisar os documentos coletados.

As ambições da proposta são amplas, abrangendo temas científicos e sociais, junto com a análise de mídia. A abordagem permite contribuir com o pensamento contemporâneo nos estudos jornalísticos, especialmente os debates do jornalismo científico, reforçando a importância da área. Nesse contexto, Sanders defende que o Jornalismo é importante para a sociedade:

Journalism matters. But journalism matters not because we know it changes anything; it matters because in giving the news, journalists arbitrate, frame and amplify events and issues. They help create the map by which we understand the world beyond our immediate purview and by which we situate our fears, desires and aspirations¹⁶. (SANDERS, op. cit., p. 9)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Boletim Especial da UFRN é atualmente o principal instrumento de divulgação científica da Universidade. O produto possui em si características cross e

¹⁵ “fornece novas percepções, aumenta o entendimento do pesquisador de fenômenos particulares, ou informa ações práticas”. Tradução livre da autora.

¹⁶ Jornalismo importa. Mas jornalismo importa não porque nós sabemos que muda tudo; importa porque ao dar a notícia, jornalistas arbitram, moldam e ampliam eventos e temas. Eles ajudam criar o mapa pelo qual nós entendemos o mundo além do limite imediato e pelo qual nós situamos nossos medos, desejos e aspirações. Tradução livre da autora.



transmidiáticas que podem ser melhor exploradas e desenvolvidas pela Agência de Comunicação da UFRN que o produz.

A sociedade contemporânea vive uma fase de revolução digital que promove mudanças sociais e midiáticas. O Boletim Especial deve se adaptar a esse contexto com o objetivo de melhor interagir com o público e de atingir maior número de pessoas, intensificando a divulgação científica, por conseguinte.

A qualidade do jornalismo científico, utilizado pelo meio, deve ser levada em consideração como forma de corresponder às expectativas do público e dos pesquisadores que expõem anos de estudos em matérias de poucas linhas. A cooperação entre jornalistas e cientistas é fundamental.

As reportagens especiais são de suma importância para a transparência da produção científica da Universidade. É a sociedade quem financia o ensino público no país e ela merece um retorno sobre o investimento das verbas. Ademais, a divulgação dos trabalhos pode gerar parcerias com novos patrocinadores e com instituições que realizam estudos semelhantes.

O Boletim Especial já ocupa um papel de liderança na divulgação da produção científica da UFRN, mas pode se renovar, utilizando suas capacidades cross e transmidiáticas, para ampliar os benefícios que oportuniza para a comunicação e para a pesquisa da Universidade.

REFERÊNCIAS

BELSEY, Andrew; CHADWICK, Ruth. **Ethical Issues in Journalism and the media**. Londres: Routledge, 1992.

BERELSON, B. **Content Analysis in Communication Research**. Glencoe: Free Press, 1952.

BERGER, Arthur Asa. **Media Research Techniques**. Califórnia: Sage Publications, 1998.

BLOYCE, Daniel. Research is a Messy Process: A Case-Study of a Figurational Sociology Approach to Conventional Issues in Social Science Research. **The Graduate Journal Of Social Science**, Ipswich, v. 1, n. 1, p.144-146, jun. 2004. Disponível em: <<http://gjss.org/sites/default/files/issues/chapters/papers/Journal-01-01--07-Bloyce.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2014.

CORREIA, Danilo; FILGUEIRAS, Lucia. **Introdução à mídia cruzada**. In: Grupo de Estudos em interação do LTS, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://lts-i.pcs.usp.br/xgov/pub/TutorialMidiaCruzada.pdf>> . Acesso em: 23/05/2015.

CURRAN, J; SEATON, J. **Power without responsibility: the press, broadcasting, and new media in Britain**. Londres: Routledge, 2003.



GOLDSTEIN, Jeffrey H (Ed). **Reporting science: the case of aggression**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1986.

HOLANDA, Juliana. **The challenges of scientific and environmental journalism: The second generation biofuels**. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2010.

KEEBLE, Richard. **Ethics for journalists**. Nova Iorque: Routledge, 2001.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Califórnia: Sage Publications, 2004.

LUSVARGHI, Luiza. **O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-media no Brasil, de Big Brother ao caso Antônia**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom Nacional, Santos-SP, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1059-2.pdf>>. Acesso em: 21/05/2015.

MCMANUS, John. **Market-driven journalism: let the citizen beware?**. Londres: Sage Publications, 1994.

MCNAIR, Brian. **News and journalism in the UK: a textbook**. Londres: Routledge, 1996.

MYERS, Margaret Elizabeth. **Qualitative research and the generalizability question: Standing firm with Proteus**. 2000. Disponível em: <<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR4-3/myers.html>>. Acesso em: 21 set. 2014.

NELKIN, Dorothy. **Selling science: how the press covers science and technology**. Nova Iorque: W. H. Freeman And Company, 1987.

PORTO, D.; FLORES, J. **Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos**. Madrid, Fragua, 2012.

ROBERTS, Carl W. (Ed.). **Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences from Texts and Transcripts**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

SANDERS, Karen. **Ethics & Journalism**. Londres: Sage Publications, 2003.

SEIB, Philip. **The global journalist: news and conscience in a world of conflict**. Oxford: Rowman & Littlefield, 2002.