

## 1 INTRODUÇÃO

A ciência e a tecnologia, hoje, campos em vasta expansão no mundo, são responsáveis por várias mudanças sociais, que atingem o cotidiano de todas as pessoas. As universidades brasileiras e internacionais, constantemente, investem esforços para que a pesquisa científica continue a se desenvolver e, assim, possam descobrir como melhorar a vida da sociedade.

Devido à importância do tema, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) está voltado à maneira como esta divulgação ocorre.

Pesquisadores recorrem às publicações oficiais para poder partilhar suas descobertas com seus pares, empregando, para isso, todo o rigor e tecnicidade inerentes à linguagem científica. Desta forma, muitas descobertas ficam restritas ao universo acadêmico/científico, não atingindo as pessoas leigas ou os pesquisadores de outras áreas.

O que se quer mostrar é que, por sua tecnicidade, revistas de divulgação científica não atingem pessoas que não se enquadrem como pesquisadoras, devido à complexidade dos jargões técnicos e da própria narrativa científica.

Assim, o jornalismo científico, por meio dos veículos de comunicação de massa, vem ampliar o público-alvo, transmutando os signos da ciência em palavras acessíveis ao público leigo, facilitando o processo comunicacional e, podendo, assim, propagar de maneira mais eficiente as pesquisas e seus resultados, a todas as classes sociais.

Atentando ao vasto número de pesquisas realizadas, semestralmente, na Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) e sabendo que a mesma conta com uma revista especializada em divulgação científica, que esbarra no mesmo problema supracitado, este trabalho propõe a criação de um projeto editorial para uma revista que tem o jornalismo como base para dar audiência ao que é produzido pela universidade.

Partindo desta ideia, o grupo se aprofundou no jornalismo científico e fez revisão bibliográfica cautelosa quanto a este tema e, também, jornalismo de revista, jornalismo online e design.

Pensou-se, a princípio, em confeccionar uma revista impressa, mas, por conta dos gastos com gráfica e distribuição, foi decidido que a revista seria abrigada em uma plataforma online, que, automaticamente, pode ser acessada por muitas pessoas. Assim, foi desenvolvido um projeto editorial para a revista Saber, que é proposta para a Unoeste, como meio de informar o que é produzido pela universidade, divulgando a pesquisa científica nas áreas de Exatas, Humanas e Biológicas. O nome do veículo escolhido pelo grupo reflete a busca de informação e conhecimento, presentes em qualquer nível de pesquisa científica. Como parte integrante do projeto editorial, também foi elaborado o projeto gráfico da revista, que depois, foi terceirizado.

A proposta de promover as pesquisas científicas da Unoeste, por meio de uma revista digital, é de extraordinária responsabilidade, frente ao ineditismo do presente trabalho e, também, à ausência de autores acerca do tema “revista digital”.

Alertados por autores que escrevem sobre jornalismo científico, o maior obstáculo a ser superado pelo veículo e seus repórteres será o trato com a informação e com suas fontes. Os cientistas e pesquisadores que se encerram anos a fio debruçados em suas pesquisas, desbravando hipóteses em busca de uma solução para suas indagações, são ricas fontes de informação para o jornalista. Porém, todo comunicador se defronta com um enorme pilar que dificulta seu trabalho – o maior número de informação, no menor espaço, tempo e custo.

Surge aí uma disparidade entre ambos, de um lado o cientista que duvida da técnica jornalística para resumir em poucas palavras sua pesquisa e do outro lado, o repórter, que deve ser intérprete da ciência e para isso todo o zelo com a apuração e escolha das palavras pode acarretar no sucesso ou fracasso da informação no que tange à credibilidade.

Pelo uso da boa técnica jornalística, busca-se inspirar os leitores, para que, assim, a informação se transforme em conhecimento e este em inspiração para a mudança social, que é, antes de tudo, obrigação ética de todo e qualquer jornalista e de toda e qualquer Instituição de Ensino Superior.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

### 2.1 Situação Problema

A Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) possui 53 cursos presenciais de graduação (bacharelado, licenciaturas e graduação tecnológica) nas diferentes áreas do conhecimento; na pós-graduação, conta com 98 cursos presenciais de especialização em nível *lato sensu*; conta com três mestrados nível *stricto sensu* (presenciais) nas áreas: Educação, Agronomia e Ciência Animal – todos recomendados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes); possibilita 45 cursos de extensão (presenciais); mantém, também, a Coordenadoria de Educação a Distância, que proporciona 28 cursos de aperfeiçoamento, 69 de extensão e um de especialização, em diversas áreas, todos a distância. Com um número de aproximadamente 13 mil discentes (cursos presenciais) e 641 docentes (referente ao censo de 2009) distribuídos em dois *campi*, as faculdades da instituição constituem um universo acadêmico altamente produtivo.

Como meio de promover os trabalhos acadêmicos, a universidade possui quatro revistas de divulgação científica chamadas *Colloquium*, divididas em quatro áreas de conhecimento: *Agrariae*, *Exactarum*, *Humanarum* e *Vitae*. Revistas estas que possuem como plataforma o ambiente online. Segundo Aline Blasechi, assessora de imprensa da Unoeste:

A publicação online tem duas vantagens muito importantes: a primeira é o alcance, ou seja, a possibilidade de ficar acessível para todo o país e o mundo; a segunda é a ausência de custos com gráfica e distribuição (transporte). Também há possibilidade de corrigir alguma eventual falha sem necessidade de publicação de errata, há possibilidade de realizar a publicação prévia (enquanto se aguarda o número total de artigos para o fascículo), como muitos periódicos têm feito. (BLASECHI, 2011)

Em março de 2011 o número total de acessos das revistas chegou à marca de 3.224 e, até a primeira quinzena de abril, 2.110. A Revista *Colloquium*, de periodicidade semestral, conta com nove profissionais trabalhando em sua confecção, dois editores por revista e a editora de *layout*. “Também contamos com a

colaboração do pessoal da biblioteca para revisão das normas e com os pareceristas colaboradores (*ad hoc*) que avaliam os artigos e emitem os pareceres”. (BLASECHI, 2011)

Os artigos, para serem publicados nas revistas *Colloquium*, primam pela originalidade, ineditismo, relevância e atualidade do campo pesquisado. Além disso, devem estar redigidos de acordo com as normas de redação científica da ABNT.

Não obstante, algumas faculdades da própria Unoeste também publicam suas próprias revistas de divulgação científica. Por exemplo, a revista Identidade Científica que tem como sua mantenedora a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp). Porém, não há dados específicos junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação com relação à quantidade desses periódicos, mas esta reconhece a existência de outras publicações entre as faculdades dentro da Unoeste.

Tais veículos publicam na íntegra o trabalho dos pesquisadores. Os textos, criados com base na linguagem científica se perde para os leigos, pois encontra-se impregnado de palavras de difícil compreensão por serem técnicas.

O projeto editorial para uma revista de jornalismo científico da Unoeste se propõe, justamente, por meio da utilização do jornalismo científico, ampliar a divulgação da pesquisa por meio de uma linguagem jornalística mais acessível a todos que não sejam do meio acadêmico ou que sejam de áreas distintas, atenuando o excesso da linguagem tecnicista.

Ao se atenuar a linguagem, traduzindo os jargões técnicos em signos mais coloquiais, a apreensão da informação pelo leitor será simplificada e desta maneira as descobertas científicas não serão privilégio apenas dos engajados no mundo científico, mas extrapolará esta barreira ampliando assim a gama de leitores.

As cinco revistas podem e devem coexistir, pois são destinadas a fins diferentes. A questão central da pesquisa é fazer a ampliação da divulgação da pesquisa científica da Unoeste, por meio do jornalismo científico.

## 2.2 Objetivos

### 2.2.1 Objetivo geral

- Propor um projeto editorial para a futura implementação da revista Saber.

### 2.2.2 Objetivos específicos

- Analisar e refletir o jornalismo científico como forma de divulgação da produção científica desenvolvida pela Universidade do Oeste Paulista;
- Traçar um perfil da pesquisa científica desenvolvida dentro da Unoeste que servirá de fonte para o projeto editorial e para as matérias da revista;
- Desenvolver um projeto gráfico para revista e confeccionar uma simulação do *layout*.

## 2.3 Justificativa

Para se propor este projeto editorial, foi-se buscar quais os instrumentos de divulgação científica de que a Unoeste dispunha. A revista *Colloquium*, seu principal veículo para este fim, foi estudada e comparada com o que se propõe este trabalho.

A Revista *Colloquium* é disponibilizada na versão online e é destinada apenas a cientistas e seus pares, daí encontrar sua linguagem reclusa no rigor da tecnicidade científica.

Visando ampliar a divulgação a cientistas de diferentes áreas do conhecimento e também à população leiga, é que este projeto editorial vem a ser

proposto, pois fazendo uso do jornalismo científico e das técnicas jornalísticas, acredita-se que o alcance das descobertas da Unoeste terá maior amplitude.

Esta pesquisa se faz necessária devido à pouca divulgação que o jornalismo científico tem, ainda, nos meios acadêmicos, tornando-se de essencial relevância para a universidade. O projeto editorial que será produzido terá como plataforma o ambiente online, pois a Internet é hoje um meio divulgador de informação por excelência, atingindo a todos que possuam acesso à ela.

Até o presente momento não há bibliografia específica sobre publicações de revistas online. Por este fato, essa pesquisa irá entrelaçar os conhecimentos das áreas de Jornalismo de Revista e de Jornalismo Online com o intuito de gerar uma base de conhecimento sobre a publicação de revistas exclusivamente online.

A ampliação da divulgação científica também é de extrema importância para a sociedade, pois permite que o conhecimento estudado por docentes e discentes de uma área de pesquisa chegue até outros pesquisadores de diferentes esferas de estudo e até de diversos lugares, havendo assim uma troca de informações. E, conseqüentemente, a pesquisa científica vai se aproximar do cidadão que não está inserido em uma universidade, possibilitando, assim, o compartilhamento do saber. A sociedade necessita de conhecimento para se tornar mais crítica e reflexiva acerca dos fatos e acontecimentos que a envolvem. A democratização do acesso ao saber científico é vital para uma população que deseja se libertar da alienação.

Para Blasechi (2011):

Primeiramente, a Unoeste não tem uma revista de jornalismo científico, portanto, trata-se de algo inédito na instituição. Esse tipo de publicação é mais comumente visto em universidades públicas, o que também torna a iniciativa pioneira. Além dos aspectos positivos já citados, seria uma forma de segmentar uma área (Pesquisa) que tem muito impacto tanto no ambiente acadêmico, como na sociedade, pois os resultados de uma produção científica estão diretamente ligados à vida do ser humano, em qualquer área do conhecimento que a mesma for desenvolvida. Uma revista de jornalismo científico pode ainda colaborar em uma divulgação mais específica das produções científicas da Universidade e para que a instituição ganhe destaque nesta área, pois permite uma reflexão do tema exposto de forma compreensível ao público em geral. (BLASECHI, 2011)

Adquirir conhecimento é um dos principais motivos para a realização deste trabalho. O jornalismo científico, por ser ainda pouco explorado, torna-se um instigante objeto de estudo, proporcionando, para quem o pesquisa, novas descobertas.

## 2.4 Metodologia

O ponto de partida do presente projeto é a pesquisa bibliográfica que “[...] é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos.”, como ensina Gil, (2010, p. 29). Este tipo de pesquisa é necessário para corroborar as teses e teorias a serem abordadas ao longo do projeto.

Devido aos avanços tecnológicos frequentes, novos meios de busca de conhecimento integraram-se à pesquisa bibliográfica. “[...] em virtude da disseminação de novos formatos de informação, estas pesquisas passaram a incluir outros tipos de fontes, como discos, fitas magnéticas, CDs, bem como o material disponibilizado pela Internet.” (GIL, 2010, p. 29)

Ainda quanto à importância da pesquisa bibliográfica, ressalta Gil (2010, p. 30):

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. (GIL, 2010, p. 30)

Para concretizar o presente trabalho será utilizada a pesquisa do tipo qualitativa, que se preocupa com a realidade de uma forma complexa, não isolando nenhuma variável e, portanto, delimitando a área de pesquisa sem perder a contextualização.

Os dados qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos. Estes dados não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e

analisá-los. Não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador. (GOLDENBERG, 1997, p.53)

Expondo o problema e a solução a ser pesquisada, o tipo exploratória também integrará a pesquisa qualitativa supracitada. Segundo Gil (2002, p. 41):

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que esta pesquisa tem como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Tendo em vista a falta de uma revista científica cuja compreensão seja abrangente, o projeto visa explorar o jornalismo científico como um meio saneador para o problema da tecnicidade e hermetismo dos termos, constantemente empregados, nos artigos científicos publicados dentro das revistas *Colloquium*, e que geram um ruído no processo comunicacional. Desta feita, o jornalismo científico será aplicado em formato de revista online, ampliando o alcance dos textos para públicos de áreas diversas.

O grupo ainda efetuará, como instrumento de coleta de dados, entrevistas em profundidade. Segundo Duarte (2009, p. 62):

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer.

Estas entrevistas serão realizadas com os profissionais e responsáveis ligados à área de pesquisa dentro da universidade, jornalistas que escrevem para publicações que fazem uso de jornalismo científico e pesquisadores/cientistas. Esta técnica de entrevista permite aos elaboradores deste projeto, um mergulho mais denso dentro da pesquisa, coletando dados mais amplos, profundos e exatos.



### 3 JORNALISMO

O presente capítulo versará sobre a atividade central desta pesquisa: o jornalismo. Será estudado o jornalismo, com ênfase para o jornalismo científico, que é o objeto de estudo mais específico deste projeto; jornalismo de revista, pelo tipo de veículo abordado no trabalho; e, por fim, jornalismo online, pela plataforma que se pretende adotar para a concretude da peça prática.

#### 3.1 Breve histórico do jornalismo

A necessidade do ser humano de estabelecer comunicação com o outro já é bastante antiga. Desde a pré-história, é sabido que os indivíduos instituíam uma forma de interação e de relato de acontecimentos por meio das pinturas rupestres realizadas nas paredes das cavernas. Ainda que fossem apenas figuras, não deixavam de ser uma espécie de narração dos fatos ocorridos.

Com o surgimento da escrita, a vontade humana de interagir e se sociabilizar, dividindo com os seus semelhantes o que se passava ao redor, só aumentou. E isto foi desembocar muitos séculos depois no aparecimento da imprensa. Foi no século XV que ela surgiu, pelas mãos de um alemão chamado Johann Gutenberg, que criara uma máquina de tipos móveis e realizou nela alguns experimentos. Em 1455, ocorreu a primeira impressão completa de um livro por meio da máquina de tipos móveis: é a tão conhecida *Bíblia de Gutenberg*. (OLIVEIRA, 2010)

Porém, no Brasil, a imprensa só chegaria muitos anos mais tarde. Bahia (1990, p. 9), diz que:

É sob o signo do oficialismo e com atraso de três séculos que se inaugura a imprensa no Brasil, em 1808. A administração colonial portuguesa impede a tipografia e o jornalismo até à chegada de D. João VI. Em maio, instala as oficinas da Imprensa Régia e, em setembro, faz circular a *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Ainda de acordo com Bahia (1990), há que se ressaltar que alguns meses antes deste lançamento da *Gazeta do Rio de Janeiro*, um brasileiro de nome Hipólito da Costa editou, em Londres, onde vivia exilado, o *Correio Brasiliense* ou *Armazém Literário*. Hipólito da Costa, mesmo não sendo o primeiro a editar um jornal no Brasil, ficou conhecido como o patrono da imprensa brasileira.

Data de 1812 o lançamento da primeira revista impressa no Brasil. Trata-se de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, editada na Bahia. O centro de emanção da mentalidade vanguardista, que estava inserida na imprensa desta época, se encontrava no Rio de Janeiro, mas logo se difundiu por outros Estados, como São Paulo, Bahia, Pernambuco, Maranhão, Pará. Como resultado desta difusão, tem-se o surgimento de novos veículos impressos em diferentes Estados, como por exemplo, *O Diário de Pernambuco*, de 1823, que carregará o epíteto de ser o mais antigo em circulação no Brasil e na América Latina. (BAHIA, 1990)

Com o constante desenvolvimento da indústria gráfica, a imprensa passou, nas últimas décadas do século XIX, de uma estrutura individual, improvisada e com raízes políticas para uma organização mais sólida e permanente. (BAHIA, 1990)

Em 1880, inaugura-se a segunda fase da imprensa no Brasil, conhecida como Fase da Consolidação. Neste período ocorreu um intenso processo de investimento em tipografia, que logo passou de artesanal para industrial, o que incutiu nos editores dos impressos a ideia de que jornalismo poderia se transformar em uma empresa rentável. Lidando com as transformações da passagem do Império para uma ainda recente República, os veículos, entre os anos de 1890 e 1910, abandonam métodos obsoletos de produção e compram equipamentos que permitem a impressão com maior rapidez. Em consequência disso, começa a acontecer a profissionalização dos jornalistas. (BAHIA, 1990)

Bahia (1990, p. 208) relata que, “a partir de 30 a expansão do jornalismo e das artes visuais que se manifestara nos anos 20 adquire maior impulso.” A este respeito o autor ainda completa que, “define-se a fase moderna da imprensa no Brasil.”

Da década de 50 em diante, os veículos passam a sofrer constantes mudanças. O que antes era transformado em um espaço de tempo estendido, agora muda-se velozmente, refletindo a modernização empresarial que caracteriza, enfaticamente, a realidade industrial dos meios de comunicação. Os jornais e as

revistas têm que se reinventar editorialmente com frequência para tentar não perder público para a TV, que surgiu nos anos 50. (BAHIA, 1990)

O jornalismo contemporâneo sofreu com duas fases de extrema censura à liberdade de expressão e de pensamento, são elas: o Estado Novo, que existiu de 1937 até 1945, comandado pelo então presidente Getúlio Vargas, que tinha no DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) o seu maior controlador da opinião pública; depois disso, segue-se um período de plena liberdade, que só será quebrado alguns anos mais tarde, pela ditadura militar que perdurou de 1964 até 1985 e teve o seu ápice de restrições com o AI-5, em 1968, que impunha a censura a toda manifestação de pensamentos e ideias. (BAHIA, 1990)

Nos anos 80, o país redescobriu a liberdade de imprensa. E sobre este período atual de recente democracia, Bahia (1990, p. 374) diz:

O Brasil do final do século XX é mais organizado e mais moderno em relação às taxas de desenvolvimento dos anos 50, 60 ou 70. Jornais diários com mais de 2 milhões de exemplares aos domingos e revistas semanais de informação com tiragem acima de 800 mil cópias são reflexos de um país em expansão e não de uma sociedade atrasada ou de uma nação de estruturas obsoletas.

Como exemplos da grande imprensa no Brasil atual, podem-se citar a *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, jornais paulistas, e *O Globo*, jornal carioca. Inclui-se também neste rol da grande imprensa, a revista *Veja*, que apresenta influência maciça na sociedade.

### **3.2 Jornalismo e Ciência: uma relação necessária**

A ciência sempre fascinou o homem e este, ininterruptamente, foi, é, e será afetado diretamente pelas descobertas científicas trazidas à tona por pesquisadores que divulgam seus trabalhos e resultados.

Segundo Venancio (2007, p. 130), “a Ciência é um ato feito por humanos que, em seu cerne, está a missão de desmistificar o mundo, para que este não assuste a humanidade.” Já para Romanini (2005, p. 106):

A ciência pode ser definida como uma forma de conhecimento que tem, como finalidade última, a verdade sobre o mundo – ainda que esse fim possa levantar dúvidas pertinentes sobre a existência e a possibilidade de se chegar a uma verdade absoluta. (ROMANINI, 2005, p. 106)

A divulgação científica não é algo novo na história da humanidade, porém há alguma divergência entre autores sobre o surgimento do jornalismo científico, que conforme diz Venancio (2007, p. 91), “[...] é apenas uma parte da Divulgação Científica.”

Para França (2005) o jornalismo científico surgiu na segunda década do século XX e a sua rápida popularização tem a ver com a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais, que proporcionaram muitas descobertas científicas que chamaram a atenção da imprensa. Garante que a divulgação científica começou muito tempo antes, mas não estabelece uma data específica. O autor declara que:

[...] em 1921, o magnata americano Edwin W. Scripps, fundador de trinta jornais e agências noticiosas, criou o *Science Service*, que serviu de modelo de como escrever sobre ciências. Vendeu seus artigos a mais de cem jornais durante os anos de 1920, alcançando uma marca superior aos sete milhões de leitores – um quinto da circulação total da imprensa americana, influenciando também outros países, entre eles o Brasil. (FRANÇA, 2005, p. 33-34)

A respeito da origem da divulgação científica e do jornalismo científico, Oliveira (2010) defende que, muito provavelmente, a divulgação da ciência começou junto com o surgimento da imprensa de tipos móveis no século XV. Conta que “a difusão da impressão na Europa nessa época acelerou a criação de uma comunidade de cientistas, fazendo com que as ideias e ilustrações se tornassem disponíveis a grande número de pessoas.” (OLIVEIRA, 2010, p. 17)

No que concerne ao jornalismo científico, Oliveira (2010) relata que ele teve início no século XVII, dois séculos após o advento da imprensa e garante que o aparecimento desta impulsionou não só a divulgação científica, como o nascimento do jornalismo científico, que tem a Inglaterra como berço, pois a partir de meados do século XVII, começou a haver uma circulação maciça de cartas feitas por cientistas, contendo ali suas ideias e novas descobertas, a fim de realizar a difusão do conhecimento. Porém, apesar da Inglaterra ser o local onde esta vertente jornalística surgiu, a autora defende que o pioneirismo na atividade deve ser creditado a um

alemão de nome Henry Oldenburg, que foi quem inaugurou a profissão de jornalista científico.

A combinação do caráter informal e fragmentado das cartas com o potencial de alcance do texto impresso foi logo percebida por Oldenburg, que com sua capacidade empreendedora inventou assim a profissão de jornalista científico. Como novo gênero literário da época, o jornalismo científico abriu espaço para a divulgação das mais destacadas notícias dos tempos modernos. (OLIVEIRA, 2010, p. 19)

Segundo Oliveira (2010, p. 19), “Oldenburg foi também criador, em 1665, do periódico científico *Philosophical Transactions*, que durante mais de dois séculos permaneceu como modelo para as modernas publicações científicas.”

Oliveira (2010, p. 22) ressalta, convergindo neste ponto com parte da opinião de França, que “o primeiro serviço de notícias científicas nos Estados Unidos foi criado em 1921 por E. W. Scripps, o homem que, provavelmente, fundou o maior número de jornais na história do jornalismo.”

Já para Burkett (1990) a divulgação científica, que ele chama de redação científica, teve início no século XVI, quando os cientistas sofriam com a repressão da Igreja e do Estado.

Encontravam-se às escondidas em várias cidades para informarem uns aos outros sobre suas descobertas relativas à nova filosofia natural. Das reuniões desses grupos de elite, que compreendia nobres, eruditos, artistas e mercadores, brotou a tradição da comunicação aberta e oral sobre assuntos científicos. (BURKETT, 1990, p. 27)

Burkett (1990) também destaca, assim como Oliveira, que Oldenburg foi o inventor do jornalismo científico. “Através do domínio de vários idiomas, Oldenburg pôde traduzir textos de várias fontes para publicação em inglês e latim.” (BURKETT, 1990, p. 28)

Durante a década de 1880, observou-se que a ciência estava indo na direção contrária à popularização, pois caminhava para uma profissionalização e especialização que, até este momento, não havia acontecido. No século XIX, surgiram muitos jornais e revistas de divulgação científica na Inglaterra e nos Estados Unidos, como por exemplo, *Nature*, *American Journal of Science*, *Scientific American*, *Science News*, *American Naturalist*, *Popular Science Monthly*. Um dos indivíduos que realizou grandes mudanças na redação de ciência popular foi o

jornalista David Dietz, que escreveu sua primeira matéria em 1915 para o *Cleveland Press*. Ele teve uma importância muito expressiva no mundo do jornalismo científico, pois influenciou jornalistas sérios e bem informados a se especializarem em reportagem científica. (BURKETT, 1990)

A vastidão de livros de jornalismo científico existente na Europa e nos Estados Unidos, demonstra que este segmento deu um salto a partir da segunda metade do século XIX. Com a chegada da Primeira Guerra Mundial, o interesse acerca do tema continuou a crescer. Jornalistas, tanto da Europa, quanto dos Estados Unidos queriam mais informações e conhecimento sobre os novos aparatos tecnológicos e bélicos. Como resultado deste afã, criaram as primeiras associações de jornalismo científico, que, por sua vez, provocaram um aumento notável da cobertura jornalística na área da ciência. (OLIVEIRA, 2010)

Nos Estados Unidos, os jornalistas científicos, desde o começo da década de 1920, já possuíam uma colaboração direta e uma relação próxima com a comunidade científica. Participavam de reuniões de diferentes academias e associações de física, química, filosofia, ciência, medicina. Já na década de 1930, mais especificamente no dia 25 de abril de 1934, um grupo formado por 12 jornalistas científicos criaram, em Washington, a Associação Nacional de Escritores de Ciência (National Association of Science Writers – NASW). E, por conseguinte, todavia um pouco mais tarde, em 1971, as associações científicas que já atuavam na Europa se uniram e formaram a União Européia das Associações de Jornalismo Científico (European Union of Science Journalism Association's – EUSJA). (OLIVEIRA, 2010)

Sobre o jornalismo científico no Brasil, Oliveira (2010) declara que ainda se sofre um atraso tecnológico e científico, que pode ser explicado pelo baixo índice de estudos e leitura que predominava na população antigamente, sendo estas regalias concedidas a poucos abastados. “Podemos também relacionar as origens do atraso científico e tecnológico do país ao tipo de colonização que tivemos, muito mais voltada para a exploração do que para a expansão, ao contrário da colonização dos Estados Unidos.” (OLIVEIRA, 2010, p. 28)

Para se ter um parâmetro de comparação, Oliveira (2010, p. 23-24) frisa que “em levantamento realizado pela Universidade de Wiscosin-Madson em 1993, havia cerca de cinquenta cursos de jornalismo científico nos EUA, em níveis de especialização, mestrado e doutorado.”

O primeiro acontecimento importante na área científica brasileira foi a criação, em 1948, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), instituição agregadora de todas as associações científicas do país e que foi iniciada, dentre outros, por aquele que considerado o patrono do jornalismo científico no Brasil: José Reis. Ele era médico, pesquisador, educador e jornalista, tendo trabalhado durante muitos anos na *Folha de S. Paulo*, na qual escrevia semanalmente uma coluna sobre ciência. Tamanhas eram sua contribuição e importância no mundo do jornalismo de ciência, que em 1978, foi criado pelo Conselho Nacional de Pesquisas (CNPq), o Prêmio José Reis de Divulgação Científica. A criação do CNPq ocorreu em janeiro de 1951, e até o surgimento do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), em 1985, foi a principal instituição responsável pela ciência e tecnologia no país. (OLIVEIRA, 2010)

O CNPq é reconhecido como a principal agência de fomento à ciência no país. É responsável pela manutenção de grande parte das bolsas de apoio à pesquisa e à qualificação de recursos humanos em cursos de pós-graduação no Brasil e no exterior. (OLIVEIRA, 2010, p. 30)

Mais tarde surgiu no país, também, a Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), fundada em 19 de setembro de 1977, sem fins lucrativos, em São Paulo, por um grupo de jornalistas que queriam popularizar o saber científico e tecnológico. Seu primeiro presidente foi José Reis. (OLIVEIRA, 2010)

Na década de 1980 ocorreu um crescimento expressivo da divulgação e do jornalismo científico no Brasil. A este respeito, Ivanissevich (2005, p. 27) destaca:

O *gap* de comunicação entre os cientistas e a população não é uma constatação nova, assim como também não é recente o reconhecimento de necessidade de uma aproximação maior entre ambas as partes. Mas foi na década de 1980 que as iniciativas para reduzir esse distanciamento ganharam novo impulso no Brasil. Isso pode ser comprovado pelo lançamento de revistas de divulgação científica, como *Ciência Hoje*, *Ciência Hoje das Crianças*, *Superinteressante* e *Globo Ciência* (hoje *Galileu*), e do programa de TV *Globo Ciência* e de rádio *Tome Ciência*, só para citar os de maior repercussão. (IVANISSEVICH, 2005, p. 27)

Segundo França (2005, p. 37), “os anos de 1990 assistiram a um rápido crescimento de equipes de comunicação a serviço de instituições de

pesquisa, assim como de cursos especializados em divulgação científica em diversos níveis.” Debates, palestras e seminários foram realizados. Os cientistas estavam com uma preocupação maior no que tange a qualidade da tradução que era feita por jornalistas sem formação em ciência, sobre os assuntos em voga no final do século XX. Como consequência destas discussões surgiram artigos mais bem escritos e a população demonstrou um crescente interesse pelas questões científicas. Também por isso, novas revistas de divulgação apareceram e canais de TV como *National Geographic* e *Discovery*. (FRANÇA, 2005).

França (2005, p. 40) corrobora que, “a partir da década de 1990, tanto quanto possível nas condições da imprensa brasileira, traduziu-se para o público o que os cientistas estavam fazendo de bom, interessante, útil e positivo nos laboratórios.”

Algo peculiar que ocorre na prática do jornalismo científico é a submissão do texto à fonte, para possível aprovação. Em outras editorias isto não ocorre, mas em ciência é comum, pois a dificuldade arrolada à compreensão de alguns termos e assuntos herméticos, acaba obrigando o jornalista a submeter sua reportagem a uma aprovação prévia. Na busca de didatismo para sua matéria e sabendo da desconfiança dos cientistas sobre a capacidade de entendimento dos repórteres, esta conduta é bastante usual neste meio. (FRANÇA, 2005)

Falcão (2005, p. 96) alerta sobre esta atitude e diz que, “exigir o acesso ao texto, no caso de meios impressos, antes da publicação, é outra prática que deve ser evitada pelo pesquisador. Isso deve ser negociado, e não imposto.” Mas a autora pondera dizendo que, nas primeiras entrevistas com um cientista, permitir que ele faça a revisão da matéria pode significar o estabelecimento de uma relação de confiança e, num futuro, o entrevistado se sentirá tão tranquilo a respeito do trabalho deste jornalista, que passará a dispensar a revisão. (FALCÃO, 2005)

O relacionamento entre jornalista e cientista é outro aspecto importante a ser discutido. Ivanissevich (2005, p. 15) declara que:

Eventuais choques entre mídia e comunidade científica são inevitáveis. Cientistas e jornalistas vivem mundos diferentes, com regras próprias e objetivos díspares. Enquanto a ciência exige um trabalho metódico, de passos lentos, complexos e precisos, o jornalismo em geral pede agilidade, apelo e simplicidade. Os jornalistas querem saber em quarenta segundos e em uma linguagem simples exatamente o que os pesquisadores vêm fazendo, com sua metodologia complexa, há vários anos.



A resistência da comunidade científica para com a imprensa é, de certa forma, compreensível. São muitos os questionamentos que vêm à cabeça dos pesquisadores, como: de que maneira se certificar que os dados transmitidos ao jornalista não serão mal interpretados? Como saber a credibilidade que as notícias de ciência têm nos meios de comunicação? (IVANISSEVICH, 2005)

Antes de tudo, os meios de comunicação são instituições comerciais, que visam o lucro, que têm espaços publicitários a vender. E os empresários donos destes veículos – nem sempre são jornalistas – depositam sua preocupação muito mais neste quesito do que na qualidade ou relevância daquilo que publicam. (IVANISSEVICH, 2005)

Porém, ao olhar-se por outro prisma, a ciência, quando veiculada na mídia, alcança milhões de pessoas num só dia. Portanto, considerá-la uma inimiga seria uma atitude de ignorância frente a este potente aparato de divulgação. Cientistas, pesquisadores e educadores têm que considerar a imprensa como uma parceira, uma aliada, ficando alerta sempre para os possíveis vieses que cada veículo possui. (IVANISSEVICH, 2005)

Espera-se que os jornalistas saibam resumir, traduzir, escolher e interpretar a informação que vai ser transmitida ao público, e deve ser assim com a notícia de ciência também. Ela deve passar por este processo. (IVANISSEVICH, 2005)

Deve-se pensar, também, que pode acontecer que os pesquisadores passem informações erradas ou desatualizadas para os repórteres. Porém, por outro lado, caso se mantenha a precisão e a correção que a metodologia científica requer, o produto final pode ficar desinteressante e não ser lido, ouvido ou assistido por ninguém. O desafio de quem trabalha com divulgação de ciência é, justamente, encontrar um meio termo entre estes dois extremos, tendo esta equação de qualidade e atratividade sempre em mente no momento de redigir o texto. (IVANISSEVICH, 2005)

No momento em que o jornalista faz uma matéria sobre ciência, ele está inevitavelmente passando a informação por um processo de simplificação, e é aí que começam os desentendimentos entre repórter e fonte no jornalismo científico. (IVANISSEVICH, 2005)

No tocante a este assunto, França (2005, p. 36) afirma que:

Em geral, esses profissionais sentiam-se bastante inseguros ao dar entrevistas, pois não acreditavam na capacidade de os repórteres compreenderem e depois escreverem sobre suas atividades. Para eles, também era muito difícil ver aquela linguagem, aprimorada em anos de laboratório e revistas científicas, transformada de modo a ficar ao alcance do tal “público médio”. Com raras exceções, esses cientistas não sabiam se expressar para uma platéia leiga. Tendiam a ser desnecessariamente detalhistas e técnicos. Utilizavam um jargão incompreensível para os que não acompanhavam sua especialidade. (FRANÇA, 2005, p. 36)

Com relação aos jornalistas, França (2005) defende que eles precisam fazer mais do que apenas traduções. Há que se encontrar meios que aproximem as pesquisas à realidade do público leigo, que não possui experiência no assunto. Só assim conseguirão promover o interesse deste contingente populacional por ciência.

Um passo assaz relevante a ser dado é ensinar os próprios cientistas a lidar com a imprensa. Eles não devem conduzir a entrevista como se fosse uma tese ou uma dissertação. Muitas vezes o que interessa ao jornalista está na conclusão da pesquisa. Portanto, o pesquisador não deveria complicar falando de cada detalhe mínimo de seu trabalho. Um histórico sobre a problematização do trabalho já é o necessário para introduzir o assunto. Questões que, muito provavelmente, serão levantadas pelo repórter são o que motivou a pesquisa e quais as suas aplicações imediatas. O cientista deve ter em mente que o repórter não é um aluno que deve ouvir uma aula inteira para só no fim fazer as perguntas. O jornalista deve e pode fazer perguntas durante a entrevista, pois isto facilita o entendimento. (FALCÃO, 2005)

Sobre esta relação, o diretor de redação da revista Superinteressante, Sérgio Gwercman, afirma que:

É difícil falar, porque cada um é cada um. Muitas vezes, você pega uns cientistas mais receosos. Às vezes, estão muito preocupados com o que os pares cientistas deles vão cobrar. Eles passam anos desenvolvendo um estudo que a gente pode narrar em um parágrafo. Um pouco eles têm razão e um pouco a gente tem razão. (GWERCMAN, 2011)

Na Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) a pesquisa sempre existiu, formando uma tríade com o ensino e a extensão. Em 1994, foi criada a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação que organizou e formalizou a documentação dos trabalhos. Mas, desde a fundação da universidade, em 1972, a pesquisa esteve presente. (TREVIZAN, 2011)

Segundo Gil (2010, p. 1):

Pode-se definir pesquisa como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema.

Trevizan (2011) ressalta que:

A pesquisa acadêmica é de natureza científica mesmo. Então, é uma pesquisa diferenciada, se compararmos com o termo pesquisa usado genericamente. Você diz que vai fazer uma pesquisa de mercado, isso é um uso genérico da palavra. A pesquisa acadêmica está vinculada ao rigor científico, às regras científicas. Então, é uma pesquisa que nasce de um problema. Esse problema vai justificar a necessidade da pesquisa e é sempre levantada uma hipótese e, na busca dessa hipótese, são selecionadas teorias que vão dar sustentação ao estudo. Por isso, que ela é acadêmica, é científica. Porque, ela tem todo um comportamento baseado em teorias já aceitas cientificamente. (TREVIZAN, 2011)

Sobre a importância da pesquisa e da iniciação científica, Creste (2011) afirma que isto é o que diferencia uma universidade de uma faculdade. Garante que a pesquisa é o primeiro universo em que o aluno entra em contato com a noção de desenvolvimento de ideias, de crítica reflexiva, do desenvolvimento de uma hipótese, do teste dela e das conclusões que o trabalho obterá. “[...] ele abre o universo da sua mente, [...] o professor não se torna o repetidor de informações e o aluno não se torna um mero receptor de informações. Tanto o professor quanto o aluno tornam-se promotores do conhecimento.” (CRESTE, 2011)

Também sobre o incentivo à pesquisa dentro da universidade, Trevizan (2011) declara:

A própria universidade, pela vida acadêmica diária, está sempre convidando o aluno a esta participação. Como? As jornadas científicas. Todos os cursos têm as suas jornadas, ou encontros, ou congressos. Os próprios docentes participam de congressos, muitos deles publicam em congressos. Às vezes, os alunos já são envolvidos na realização dessas pesquisas dos docentes, o próprio ambiente gera essa busca. O trabalho da biblioteca é bastante significativo nessa motivação.

No que diz respeito à extensão, Trevizan (2011) explica quando ela começou na universidade.

A extensão sempre existiu na universidade. Ensino, pesquisa e extensão sempre existiram dentro da Unoeste. Essa tríade, ou seja, a existência dessas três categorias – ensino, pesquisa e extensão – que levou à aprovação da instituição como universidade. Se não houvesse ensino, pesquisa e extensão desde o início, nós não teríamos o reconhecimento do MEC como universidade. O que nós não tínhamos, logo no início da universidade, era a pró-reitoria de extensão e ação comunitária, porque a extensão era gestada pela própria reitoria. Depois, em 2001, foi criada a pró-reitoria de extensão e ação comunitária. Com a criação da pró-reitoria de extensão, uma pró-reitoria específica, aí que foram criados os documentos específicos referentes a todas as ações extensivas, programas, projetos, atividades, eventos, cursos, viagens. Enfim, foram produzindo os documentos. As ações já existiam, mas com a criação da pró-reitoria de extensão foram formalizadas e passaram a ser documentadas e gestadas por uma pró-reitoria específica. (TREVIZAN, 2011)

Quanto à característica da extensão, Trevizan (2011) ressalta que ela pode ser realizada por meio de programas, projetos ou atividades soltas, episódicas. Programas são um conjunto de projetos. Projetos são um conjunto de atividades. E as atividades soltas não têm vínculo com projetos ou programas. Garante que a ação extensiva não é uma assistência social, como muitos pensam. Defende, também, que um projeto de extensão pode originar uma pesquisa, como, por exemplo, quando um pesquisador com sua equipe *in loco* realizando as atividades extensivas, acaba por levantar dados, ou informações que podem conduzir a uma pesquisa. E, da mesma forma, uma pesquisa pode, futuramente se juntar à extensão, pois se o pesquisador faz descobertas que são aplicáveis à comunidade, ele só poderá desenvolver esta aplicabilidade por meio de um programa ou projeto extensivo. Os programas e projetos de extensão estão em níveis mais elevados do que as atividades soltas, pois estas são uma ação extensiva curta, pontuada. Como por exemplo, quando alguém vai a um município ajudar trabalhadores a executar determinada tarefa em determinada área de conhecimento. É uma simples atividade, sem caráter processual.

Encerra-se esta subseção relativa ao jornalismo científico com pensamentos de dois autores no que diz respeito ao que se espera dos jornalistas científicos na atualidade. Oliveira (2010 p. 14) diz que o jornalista:

[...] deverá ter visão crítica e interpretativa da ciência, como já fazem bons jornalistas nas áreas de política, economia, cultura e esportes, só para citar as mais tradicionais. Deve romper com a cultura de “papagaios de cientistas”, que só aos poucos começa a se diluir nos jornais e meios eletrônicos brasileiros, derrubar o estereótipo de cientista do tipo professor Pardal, e desmistificar a imagem maniqueísta que o senso comum carrega da ciência. O jornalismo científico de qualidade deve demonstrar que fazer C&T é, acima de tudo, atividade estritamente humana, com implicações

diretas nas atividades socioeconômicas e políticas de um país. Portanto, do mais alto interesse para o jornalismo e para a sociedade. (OLIVEIRA, 2010, p. 14)

Para Romanini (2005, p. 121-122):

Os comunicadores sociais, com destaque para os jornalistas – por estarem na linha de frente dos acontecimentos –, são convidados a abandonar o encantamento ingênuo e a assumir um papel // crítico diante da parafernália tecnológica de nossa era, cientes de suas implicações a médio e longo prazo. (ROMANINI, 2005, p. 121-122)

### 3.3 História e técnica do veículo revista

O fascínio do ser humano por adquirir informação é algo que vem enraizado em sua natureza curiosa. Quando esta informação é acrescida de belas imagens, a atenção deste indivíduo é captada com maestria. A revista cumpre este papel.

Para Scalzo (2009, p. 11-12):

Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento. Nenhuma das definições acima está errada, mas também nenhuma delas abrange completamente o universo que envolve uma revista e seus leitores.

Este veículo de comunicação teve seu início do século XVII, mais precisamente no ano de 1663, quando foi publicada, na Alemanha, a primeira revista de que se sabe: era a *Erbauliche Monats-Unterredungen (Edificantes Discussões Mensais)*. Ela foi considerada magazine porque trazia vários artigos versando sobre um mesmo tema – no caso, teologia – e era direcionada para um público específico, porém tinha aparência e formato de livro. Nos anos seguintes, viu-se o surgimento de algumas outras, como *Journal des Savants*, na França, em 1665; o *Giornali dei Litterati*, na Itália, em 1668; o *Mercurius Librarius* ou *Faithfull Account of all Books and Pamphlets*, na Inglaterra, em 1680; e, em 1693, surge na França, um modelo a

ser copiado por muitas outras: a primeira de todas as revistas femininas, *Mercúrio das Senhoras*. (SCALZO, 2009)

A propósito, o *Journal des Savants*, que originalmente era intitulado *Le Journal des Sçavans*, foi a primeira revista científica a ser lançada. (ALI, 2009)

Segundo Ali (2009, p. 309) a revista era um:

Boletim semanal de 12 páginas que se propunha a divulgar as descobertas científicas, invenções mecânicas e matemáticas, observações astronômicas e meteorológicas, estudo sobre anatomia, obras literárias, além de novidades artísticas, decisões jurídicas e notícias necrológicas dos homens célebres. Ou seja, tudo que interessava as pessoas letradas. Fundada por Denis de Sallo, conselheiro do Parlamento Francês, suas publicação foi interrompida em 1792 e retomada em 1816. Continua sendo editada duas vezes por ano pela Academie des Incriptions et Belles-Letres da França.

Três meses depois, foi lançada a segunda revista científica que se tem notícia e esta viria para servir de modelo a todas as outras seguintes, era a *Philosophical Transactions*. Editada na Inglaterra pela Royal Society. Ao longo dos séculos, divulgou inúmeras descobertas científicas. Teve como seus colaboradores Isaac Newton e Charles Darwin. (ALI, 2009)

Foi em 1704 que o termo “revista” foi utilizado pela primeira vez. O crédito é de Daniel Defoe, autor de *Robinson Crusoe*, que lançou em Londres *A Weekly Review of the Affairs of France*. (A REVISTA..., 2000)

A primeira revista mais próxima ao estilo que se conhece hoje em dia foi lançada em 1731, em Londres, com o nome de *The Gentleman’s Magazine*. Ela foi inspirada nos grandes magazines – que eram lojas que comercializavam todo o tipo de mercadoria – e trazia diversos assuntos que eram tratados de forma leve e prazerosa. Foi ela que cunhou o termo magazine, que desde então passou a designar revistas em inglês e francês. Algum tempo depois, surge a *Ladies Magazine*, que segue a mesma linha, todavia direcionada para o público feminino. (SCALZO, 2009)

Em 1741, ocorre o lançamento das primeiras revistas norte-americanas, são elas: *American Magazine* e *General Magazine*. Por consequência, depois destas duas, até o final do século XVIII, já havia a proliferação de centenas de títulos no mercado. Conforme o país se desenvolveu, diminuiu suas taxas de analfabetismo e conquistou uma população que se interessava por novas ideias e, em decorrência disso, sentia a necessidade de divulgá-las, começaram a surgir mais

revistas nos Estados Unidos. Os indivíduos, que agora eram alfabetizados, começaram a ter um ímpeto de quererem ler e se instruir, porém para eles o livro ainda representava um instrumento de elite, quase inatingível. Sendo assim, eles se debruçaram sobre as revistas, que reuniam vários assuntos numa mesma publicação e ainda contavam com imagens de ilustração. (SCALZO, 2009)

Segundo Scalzo (2009, p. 20), “a revista ocupou assim um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro).”

Com o desenvolvimento da indústria gráfica, ocorreu o aumento das tiragens das revistas e isso chamou a atenção dos anunciantes que começaram a divulgar seus produtos nelas. Isto permitiu que os magazines fossem financiados pelos anúncios e pudessem, com isso, diminuir o preço cobrado ao leitor, possibilitando uma disseminação maior do veículo. (SCALZO, 2009)

Em 1842, veio ao mundo, em Londres, uma publicação que transformaria a maneira de concepção e edição de revistas. Era a *Illustrated London News*, a primeira ilustrada que, por sinal, é editada até hoje. Por meio de 16 páginas de texto e 32 de gravuras, ela reproduzia os acontecimentos da época. (SCALZO, 2009)

Conforme Scalzo (2009, p. 22) diz, “outro modelo de publicação que se desenvolve no século XIX é o das revistas literárias e científicas. Várias delas, fundadas entre 1840 e 1890, estão vivas até hoje. É o caso da *Scientific American* e da *National Geographic Magazine*.”

Porém, segundo a autora (2009), em toda a sua história, o que mais contribuiu para o progresso dos magazines foi o lançamento da primeira revista semanal de notícias. Foi em 1923, que Briton Hadden e Henry Luce, lançaram nos Estados Unidos, a *Time*. “A ideia era trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática, com todas as informações cuidadosamente pesquisadas e checadas.” (SCALZO, 2009, p. 22)

Segundo Scalzo (2009, p. 23):

Com a mesma ideia de concisão em mente e aproveitando o desenvolvimento da fotografia na imprensa, de novo é Henry Luce, em 1936, quem inventa uma nova fórmula de revista – *Life*, a semanal ilustrada. Ela nasce impressa com papel de qualidade e em formato grande, adotando a ideia de que uma boa imagem vale mais do que uma boa descrição. Por isso mesmo valorizava ao máximo a reportagem fotográfica. (SCALZO, 2009, p. 23)

Em 1922, DeWitt Wallace e sua mulher Lila Acheson Wallace criam a *Reader's Digest*, que apresentava artigos editados de outras revistas e de jornais, além de diversos motes que o leitor só encontraria ali. Leitura agradável e linguagem mais simplificada eram características editoriais obrigatórias para a *Reader's Digest*. Atingiu a marca de 50 milhões de exemplares vendidos em todo o mundo, durante as décadas de 1940 e 1950. E continua, ainda hoje, a ser uma das revistas mais vendidas no mundo. (SCALZO, 2009)

Após a Segunda Guerra Mundial surge, na França, a revista feminina *Elle*. Ela era semanal e, hoje em dia, é editada em 16 países, tendo uma vendagem boa em todos eles. Sobretudo, foi em 1962 que aparece uma das mais importantes revistas femininas de todos os tempos, a *Cosmopolitan*, tratando de temas como independência, carreira da mulher, relacionamento. No Brasil a *Cosmopolitan* é a *Nova*. (SCALZO, 2009)

Conforme diz Scalzo (2009), as revistas femininas sempre obtiveram mais sucesso que as masculinas. Porém, isso iria mudar em 1953, quando Hugh Hefner criou a *Playboy*. Ele integrou bom jornalismo, moda, bom humor, bebida e gastronomia, com fotos de garotas nuas. Tornou-se um sucesso e é uma das fórmulas mais copiadas em todo o mundo. *Playboy* tem 18 edições internacionais.

Segundo A REVISTA... (2000), no Brasil, a revista nasceu em janeiro de 1812, em Salvador, pelas mãos do editor, tipógrafo e livreiro português Manoel Antonio da Silva Serva, com o nome de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*. Era “um maço mal encadernado de folhas de papel, trinta páginas monotonamente recobertas de texto, sem uma ilustração que fosse.” (A REVISTA..., 2000, p. 16)

Sobre este marco inaugural no Brasil, Scalzo (2009, p. 27) diz que a própria revista

[...] propõe-se a publicar discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumos de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importância das novas descobertas filosóficas.

Segundo Scalzo (2009, p. 27), “em 1813, no Rio de Janeiro, surge O *Patriota*, a segunda revista publicada no Brasil. Contando com colaboradores da



elite intelectual do período, [...] como o próprio nome sugere, propunha-se a divulgar autores e temas da terra.”

Já em 1827, surgiu a primeira revista segmentada. *O Propagador das Ciências Médicas*, órgão da Academia de Medicina do Rio de Janeiro, era destinada aos novos médicos que iniciavam sua atuação no país. É tida como o primeiro magazine brasileiro especializado. (SCALZO, 2009)

Apesar do lançamento destas revistas, o rótulo “revista” ao veio a ser adotado no Brasil em 1828, quando do lançamento da carioca *Revista Semanaria dos Trabalhos Legislativos da Camara dos Senhores Deputados*. (A REVISTA..., 2000)

Conforme expresso em A REVISTA... (2000), as primeiras revistas brasileiras não tiveram uma importância expressiva para a sociedade da época, pois não se preocupavam em refletir o que acontecia o cotidiano da população. Eram eruditas e não noticiosas. Segundo Scalzo (2009), todas essas publicações, porém, tiveram uma vida muito curta, saindo algumas apenas uma vez, outras, duas ou três, enfim, tiragens bastante ínfimas, consequência da falta de assinantes e de recursos. As que duravam mais tinham uma vida de, no máximo, um ou dois anos. Mas, a realidade das revistas começaria a mudar quando surge, em 1837, a *Museu Universal*.

Refletindo a experiência das Exposições Universais européias que dominam o século XIX, com textos leves e acessíveis, a publicação foi feita para uma parcela da população recém-alfabetizada, a quem se queria oferecer cultura e entretenimento. Além dessas inovações, a revista trazia ilustrações. (SCALZO, 2009, p. 28)

No mesmo segmento que *Museu Universal*, viu-se surgir *Gabinete da Leitura*, *Ostensor Brasileiro*, *Museu Pitoresco*, *Histórico e Literatura*, *Ilustração Brasileira*, *O Brasil Ilustrado* e *Universo Ilustrado*. Até revistas tidas como eruditas, por exemplo, *Íris*, *Guanabara* e *O Espelho*, começaram a utilizar fórmulas parecidas, com imagens e leveza. (SCALZO, 2009)

Ainda a este respeito, Scalzo (2009, p. 29) diz que, “com o lançamento de *A Marmota na Corte*, em 1849, começa a era das revistas de variedades – que abusam das ilustrações, dos textos mais curtos e do humor. As caricaturas são a febre seguinte nas revistas brasileiras.”

A partir de 1860, o mundo editorial das revistas assistiu a uma entrada maciça da ilustração e da fotografia, que dentro de poucos anos dominariam as páginas. O fato que marcou o início da cobertura das revistas sobre acontecimentos que focavam o país foi a Guerra do Paraguai (1864-1870), que foi retratada em *Semana Illustrada* e *A Vida Fluminense*. (A REVISTA..., 2000)

O editor de *Semana Illustrada*, Henrique Fleuiss, foi quem fez nascer no Brasil um gênero jornalístico novo: a fotorreportagem. Ocorreu da seguinte maneira: Fleuiss convenceu alguns oficiais que iam para a Guerra do Paraguai a mandar relatos exclusivos sobre os confrontos e, para isso, ensinou-lhes os princípios de uma técnica ainda bastante precária, a fotografia, a partir da qual se elaboravam as ilustrações. Em consequência disso, a fotografia passou a ser essencial na reportagem e em seus primórdios quem melhor soube se utilizar do recurso foi a *Revista da Semana*, de 1900. (A REVISTA..., 2000)

Assuntos como corrupção, disputas políticas e injustiças sociais não passavam ilesos ao humor picante das matérias da *Revista Illustrada*, criada em 1876, por Angelo Agostini. Caracterizava-se por ser mais para ver do que para ler. (A REVISTA..., 2000)

Entre o fim do século XIX e o início do século XX, um novo tipo de revista se fez presente no Brasil. Eram chamadas de “galantes”, voltadas para o público masculino e apresentavam em suas páginas notas políticas e sociais, piadas e contos picantes, caricaturas, desenhos e fotos eróticas. A primeira deste segmento foi *O Rio Nu*, lançada em 1898. Mas, o gênero atinge seu ápice em 1922, quando do lançamento de *A Maçã*. (SCALZO, 2009)

Em 1904, surgiu a *Kósmos*, revista de cultura onde trabalhava João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto. Ele provocou uma transformação nas pautas com sua ousadia, realizando reportagens bastante vanguardistas para a época. Não era o modelo de reportagem que se veria décadas mais tarde, dentre outras coisas, por faltar objetividade, mas nela já continham ingredientes fundamentais, como a observação da realidade e a disposição de contar a vida dos brasileiros. (A REVISTA..., 2000)

Surgem, em 1905, as primeiras histórias em quadrinhos que saem na revista *Tico-Tico*. Foi em 1939, que apareceu o que se conhece, hoje, como gibi, com histórias do Popeye, Super-Homem, Tarzan, Zorro. A primeira história em

quadrinhos da Walt Disney a ser lançada no Brasil foi *Pato Donald*, trazida por Victor Civita, fundador da Editora Abril. (SCALZO, 2009)

Em 1928, surgiria a revista que consagraria o gênero da grande reportagem. É *O Cruzeiro*, lançado por Assis Chateaubriand, que iniciava a sua caminhada rumo à construção de um império comunicacional nunca antes visto no país. Com um faro jornalístico espetacular, Chateaubriand esmerou-se na solidificação da presença da reportagem ilustrada em sua revista. Encabeçavam esta tarefa, nos anos de 1940, o fotógrafo francês Jean Manzon e o repórter paulista David Nasser, que formariam uma das mais famosas e bem-sucedidas duplas de trabalho do jornalismo brasileiro. Com suas andanças pelo país, a dupla trazia fotos e histórias sensacionais, que possibilitaram ao indivíduo dos grandes centros conhecer um Brasil profundo e interiorano. Apesar das inovações e transformações, *O Cruzeiro* não era um exemplo de isenção e rigor jornalísticos. (A REVISTA..., 2000)

Segundo A REVISTA... (2000, p. 53):

Só mais tarde *O Cruzeiro* haveria de encarar um verdadeiro concorrente – *Manchete*, lançada em 1952 por Adolpho Bloch. Em meados da década de 1950, *Manchete* circulava com caprichada impressão em cores – enquanto *O Cruzeiro* seguia usando papel de má qualidade e tinta sépia, o que lhe dava uma aparência envelhecida. Ainda assim, a revista de Chateaubriand continuava a cravar recordes, como os 720 mil exemplares vendidos da edição especial sobre o suicídio do presidente Getúlio Vargas, em agosto de 1954.

Sobre a revista de Bloch, Scalzo (2009, p. 30) diz que era “[...] uma revista que valoriza, ainda mais que *O Cruzeiro*, os aspectos gráfico e fotográfico. [...] além de lançar e manter colunas de cronistas como Rubem Braga, Paulo Mendes Campos etc.”

Em 1966, surgiu *Realidade*, da Editora Abril. A revista uniu temas ousados, investigação aprofundada, textos ricos e ensaios fotográficos memoráveis. Trazia em si um padrão de reportagem até então desconhecido no país. (A REVISTA..., 2000)

A REVISTA... (2000, p. 57-59) define o estilo editorial de *Realidade* e o que marcou presença em suas páginas:

Com algo da francesa *Réalités* e da americana *Esquire* em sua fórmula, a revista refletia a inquietação cultural e de costumes dos anos de 1960, repercutindo novos padrões de comportamento. Não economizava espaço. Suas reportagens eram fluviais, exaustivas, e os textos, elaborados com esmero literário. *Realidade* fez capas notáveis. Jogou luzes sobre a magnífica geração de jovens músicos – Chico Buarque, Gilberto Gil, Caetano Veloso – que ia então chegando à cena. Abriu largos espaços para Che Guevara, morto pouco antes na guerrilha boliviana. Encarou temas então melindrosos como a maconha, o clero de esquerda, o racismo e o movimento estudantil que crepitava nas ruas. Foi ver de dentro a Guerra do Vietnã (1964-1975) – e pagou um preço cruel: na capa que trouxe a reportagem, o enviado especial José Hamilton Ribeiro aparece ferido, minutos após pisar na mina terrestre que lhe estraçalhou a perna esquerda. (A REVISTA..., 2000, p. 57-59)

*Realidade* foi sucesso nas bancas, alcançando tiragens de até 500 mil exemplares, porém apesar de vender muito, se tornou inviável, pois os anunciantes passaram a preferir a televisão, que logo substituiria este tipo de revista como veículo generalista. (A REVISTA..., 2000)

Nas décadas de 1950 e 1960, proliferaram-se publicações destinadas ao público de feminino. Surge, então, *Manequim*, a primeira revista de moda do Brasil, que trazia para a mulher moldes de roupas que se podia fazer em casa. (SCALZO, 2009)

A grande aceitação dos periódicos femininos da Editora Abril, capitaneados pela pioneira *Capricho*, de 1952, e por *Manequim*, de 1959, proporcionou o surgimento, em 1961, de *Claudia*, que logo tomaria o posto de mais importante magazine dedicado à mulher. Logo no seu início, já falava de pílulas anticoncepcionais e sobre a luta pela liberação sexual. (A REVISTA..., 2000)

A colunista de *Claudia*, Carmen da Silva, foi quem revolucionou o jornalismo feminino, com a sua coluna “A Arte de Ser Mulher”, pela qual se aproximou das mulheres de uma maneira inédita e tocou em assuntos, até então, obscuros, como o machismo, a solidão, o trabalho feminino, o sexo. Na posterior década de 70, com as mulheres ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho, viu-se, também, o florescimento de novas publicações. (SCALZO, 2009)

Segundo A REVISTA... (2000, p. 170), “o ano de 1973 veria nascer duas revistas de comportamento – *Mais*, da Editora Três, e *Nova*, da Abril, esta inspirada na americana *Cosmopolitan*, voltada para uma mulher independente e sedutora.”

Nesta década, também, surgiu *Marie Claire*, da Editora Globo, que se interessou por temas mais áspers, trazendo reportagens de impacto e grandes viagens fotográficas. (A REVISTA..., 2000)

As revistas de informação tiveram seu início com *Visão*, de 1952. Mas a ideia de consolidou mesmo, quando do lançamento de *Veja*, em 1968, pela Editora Abril. Foi criada nos moldes da americana *Time*, trazendo a novidade do texto impessoal, que dava a impressão de a revista ser escrita, em sua totalidade, por uma mesma pessoa. *Veja* teve muitos problemas com a censura na época da ditadura, tendo edições mutiladas e apreendidas, devido ao fato de a política ser um dos seus principais assuntos. (A REVISTA..., 2000)

O êxito de *Veja* – que chegaria ao ano 2000 como a quarta maior revista semanal de notícias do mundo, atingindo picos de tiragem de 1,7 milhão de exemplares semanais, atrás apenas das americanas *Time*, *Newsweek* e *U.S. News* – excitou o mercado e resultou no aparecimento de outras publicações com fórmula semelhante. [...] *IstoÉ*, que Mino Carta criou em 1976 como mensal e que no ano seguinte se tornaria semanal, trouxe como novidade um caderno de seis páginas dedicado aos direitos do consumidor. (A REVISTA..., 2000, p. 62)

*IstoÉ* atingiu a tiragem média de 500 mil exemplares e entrou no século XXI como uma das principais revistas brasileiras. Em 1998, disposta a brigar por espaço com *Veja* e *IstoÉ*, a Editora Globo lançou *Época*, inspirada na alemã *Focus*. Com uma grande campanha de vendas, *Época* alcançaria em menos de dois anos uma tiragem de quase 700 mil exemplares. Todas estas revistas semanais de informação, de alguma forma, exerceriam expressiva influência na vida dos cidadãos do final do século XX. (A REVISTA..., 2000)

Falando-se nas características do jornalismo de revista em si, algo que o diferencia dos outros meios de comunicação é, sem dúvida, a periodicidade. Enquanto os outros meios são capazes de veicularem notícias em tempo real – como é o caso do rádio, da TV e da Internet – ou, então, no dia seguinte – como é o caso do jornal impresso –, a revista tem um período mais dilatado de produção, sendo, normalmente, semanal, quinzenal ou mensal. Isto interfere demasiadamente no trabalho do jornalista de revista, pois ele não pode oferecer para o seu leitor somente um resumo de tudo que ele já viu e ouviu nos outros veículos. É necessário que o profissional de revista, busque novos ângulos, publique notícias exclusivas,

foque naquilo que o leitor deseja saber e, sobretudo, que ele entenda o público leitor da sua revista. (SCALZO, 2009)

Aí está, também, mais uma diferenciação da revista: a intimidade existente entre ela e o leitor. É, incontestavelmente, o veículo que estabelece maior vínculo afetivo com o seu leitor e baseia-se totalmente naquilo que seu público-alvo almeja ver estampado em suas páginas. (SCALZO, 2009)

Scalzo (2009, p. 49) afirma que, “apesar da existência de títulos como *Para Todos e Tudo*, sabe-se que quem quer cobrir tudo acaba não cobrindo nada e quem quer falar com todo mundo acaba não falando com ninguém.”

A imprensa brasileira atual importou, na maioria dos casos, um padrão de jornalismo norte-americano. E este padrão inseriu nos veículos de comunicação o mito da objetividade, que prega que a imprensa deveria colocar-se neutra diante dos fatos e deixar que o público tire suas próprias conclusões. Porém, para o jornalista Clóvis Rossi, esta é uma busca impossível, já que cada jornalista tem a sua própria bagagem cultural, seus conhecimentos e opiniões que, de alguma forma, o influenciará no momento de escrever a matéria. (ROSSI, 2007)

Outra prática realizada no jornalismo atual é a pauta, que é um documento contendo informações sobre um fato, no qual o repórter se baseia para realizar a matéria. Mas também há algumas críticas acerca deste procedimento. Rossi (2007, p. 19), diz que:

[...] ela, no geral, reflete a idealização das pessoas que permanecem nas redações e não daquelas que estão em contato direto com os fatos ou as pessoas geradoras de notícias. Idealmente, a pauta deveria ser composta de fora para dentro das redações.

Lage (2009, p. 29) liga o surgimento da pauta à revista:

Veículos impressos (e também, naturalmente, os serviços jornalísticos de rádio e televisão, desde que surgiram, no século XX) sempre planejavam de alguma forma suas edições, mas a instituição da pauta como procedimento padronizado é relativamente recente. Institucionalizou-se, a princípio, nos magazines: a razão é que revistas, ao contrário de jornais não têm o compromisso de cobrir todos os assuntos de sua área de abrangência.

Porém, o autor também defende que pautas muito detalhadas e precisas deixam o repórter numa situação em que ele se limita a relacionar fatos, depoimentos e dados estatísticos conforme o que já lhe chega pronto. Tem-se a

impressão de estar preenchendo um formulário e, não, fazendo uma matéria. (LAGE, 2009)

O que pode-se observar é que, alguns veículos, na maioria das vezes mensais, não adotam mais o modelo clássico de pauta. Na visita do grupo desta pesquisa a revistas de jornalismo científico nacionalmente conhecidas (*Unesp Ciência, Superinteressante e Galileu*), notou-se que a pauta é muito mais livre e feita oralmente, do que realizada seguindo uma estrutura rígida.

Sobre a pauta, o diretor de redação da revista *Galileu*, Emiliano Urbim (2011), declara:

A figura do pauteiro tem bastante em jornal diário, em editorias maiores. Eu trabalhei na Folha. Tem o cara que chega antes de manhã, bem cedinho, vê o site de todos os negócios, vê o jornal do concorrente e vai distribuindo. Aqui não chega a ter. Eu acabo fazendo um pouco essa função. Tenho que ver a Super, sempre tenho que ver a Época, fora o monte de site que eu vou entrando aí, então eu acabo distribuindo, sigo alguns sites, algumas pessoas que estão ligadas em coisas que interessam à Galileu, e vou distribuindo ao longo do mês. Quando começa o mês seguinte, todo editor, alguns repórteres já tem uma listinha de coisas que eu passei pra eles irem atrás. (URBIM, 2011)

Percebeu-se, ainda, que nestes veículos não existe a presença do *lead*, que é uma introdução que responde a seis perguntas básicas (o que, quem, onde, como, quando, por que) logo no primeiro parágrafo do texto. Este recurso é bastante utilizado na imprensa diária. Nestas revistas o texto tem mais possibilidades, não tendo que seguir um padrão pré-estabelecido.

Quanto à relação com as fontes, no jornalismo de revista, deve-se primar por um ambiente cordial, como nos outros veículos. As suspeitas quanto às intenções do repórter por parte de quem dá a informação podem ser minimizadas, com o jornalista deixando claro que compreende aquilo que um cientista diz ou mostrando que divide um repertório em comum com ele. (LAGE, 2009)

Existem diversos tipos de fontes: as oficiais, que são mantidas pelo Estado; as primárias, que são aquelas em que o jornalista se baseia para adquirir o essencial para a matéria; e, as secundárias, são procuradas para a preparação de uma pauta ou para a contextualização de um assunto.

Em jornalismo de revista trabalha-se, quase sempre, com reportagem especializada, dado o caráter segmentado que o próprio veículo possui. Acerca disto, Lage (2009, p. 120) afirma, especificamente de reportagens sobre ciência e

tecnologia, que “a tarefa da reportagem especializada em ciência e tecnologia é transformar conhecimento científico-tecnológico em informação jornalística.” O autor completa dizendo, que:

É fundamental num texto de informação jornalística científica é fazer compreender e aproximar o universo da ciência do universo em que vive e pensa o consumidor da informação. Para isso recorrem-se a associações, relacionamentos, descobertas de conexões. (LAGE, 2009, p. 123)

Rossi (2007, p. 7), define o jornalismo da seguinte maneira:

Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens.

E Novaes (1996, p. 55), no que concerne ao papel social do jornalista, declara:

É extremamente pesado e difícil o papel do profissional da comunicação nos dias de hoje. Porque na verdade é uma luta contra poderes imensos, em benefício do cidadão comum, simples e pequeno como deveria ser o jornalista, de mãos vazias.

Segundo o autor (1996, p. 45), “a função do jornalista [...] seria trabalhar para que todos os cidadãos tenham igual acesso a todas as informações, já que elas são um bem social que, em princípio, não deveria ser apropriado com finalidades particularistas.”

Finaliza-se esta subseção com o que Scalzo (2009, p. 61) pensa ser uma boa revista:

A definição do que deve ser uma boa revista não é imutável. Na verdade, evolui todos os dias. Muitas revistas morreram, e outras continuarão a morrer, porque seus leitores mudaram e elas não souberam acompanhá-los. Antigamente, era possível manter uma revista sem submetê-la a transformações gráficas e editoriais, mantendo-a praticamente inalterada por um longo período de tempo. Hoje, isso não é mais possível. Se o editor não se der conta disso, o leitor o ultrapassa correndo.



### 3.4 A plataforma online e suas particularidades

Como notada pelo grupo a ausência de bibliografia acerca de jornalismo de revista online, que é a plataforma pretendida para a implantação da revista de jornalismo científico, optou-se por estudar separadamente o jornalismo de revista convencional, como visto na última subseção e o jornalismo online na presente subseção. Os conhecimentos destas duas áreas serão cruzados a fim de proporcionarem embasamentos para a criação de um projeto editorial condizente com o segmento e a plataforma escolhidos.

Segundo Pinho (2003, p. 41):

O termo *Internet* foi cunhado com base na expressão inglesa “INTERaction or Interconnection between computer NETworks”. Assim, a Internet é a rede das redes, o conjunto das centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais, também recursos computacionais.

Pinho (2003) garante que nenhuma instituição controla a rede mundial. Os padrões e normas se seguem nela são estabelecidos pela própria comunidade. Cada organização social constrói sua própria parte na internet e, com isso, ainda permite que informações sejam trocadas por ela com outras instituições, sem custo algum.

Pinho (2003, p. 49) destaca as principais diferenças da Internet em relação aos outros veículos, são elas: “não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custo de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo.” Reforça que o jornalista deve conhecer bem essas diversidades e considerá-las para o uso adequado da Internet como ferramenta de profusão de informação. (PINHO, 2003)

No que tange à leitura na tela do computador, Pinho (2003) diz que a nossa visão é afetada de formas diferentes pelo monitor do computador e pelo papel.

Uma das reações mais óbvias ao se ler à luz do monitor é que os nossos olhos piscam menos do que as 16 vezes por minuto com a vista relaxada, o que pode levar a uma maior incidência de fadiga visual (ardência, visão embaçada ou embaralhada) e de dores de cabeça. (PINHO, 2003, p. 51)

A produção de algum conteúdo jornalístico para Internet é relativamente pouco cara, em comparação com o custo de elaboração de outros meios, como televisão e mídia impressa. Apesar desta discrepância, existem critérios, requisitos e qualidades que são comuns a qualquer meio de comunicação jornalístico e não fogem à plataforma online, que são: clareza, densidade, concisão, precisão, exatidão, simplicidade e coerência. Mas, também, como se caracteriza por ser o meio jornalístico que surgiu mais recentemente, a Internet propõe algumas renovações nas práticas e técnicas de jornalismo. (PINHO, 2003)

Pinho (2003, p. 120) afirma que “alguns sites noticiosos procuraram levar para a Web o formato de revista, conhecida no mundo virtual como revistas eletrônicas (*e-zines*).” A primeira a ser lançada foi *Salon*, criada nos Estados Unidos, em 1994, com recursos financeiros provenientes da Apple Computer Corporation. (PINHO, 2003)

No Brasil, as revistas eletrônicas cobrem diversas especializações, como a divulgação científica e a cibercultura. *Cérebro e mente*, por exemplo, é um título virtual de divulgação científica em neurociência editada desde 1997 pelo Núcleo de Informática Biomédica (NIB) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). O objetivo do magazine eletrônico é difundir informações sobre neurociência para promover uma melhor compreensão dos processos mentais normais e patológicos que ocorre no ser humano, em linguagem acessível para estudantes e leigos. (PINHO, 2003, p. 121)

Porém, segundo Moherdai (2000), o primeiro jornal de expressão que ofereceu um serviço online foi o *The New York Times*, ao disponibilizar em meados dos anos 1970, em seu New York Times Information, textos e artigos das edições diárias passadas, que podiam ser acessadas por assinantes que possuíam pequenos computadores.

Ainda conforme Moherdai (2000, p. 25) diz, “no Brasil, as empresas jornalísticas entraram na rede a partir de iniciativas isoladas como as do Grupo O Estado de S. Paulo, que investe em serviços especializados de informação desde os anos 1980.”

O acontecimento que é considerado a primeira grande cobertura online foram os conflitos ocorridos em Kosovo, em 1999. Foi considerada a “Guerra da Internet”, influenciando, conseqüentemente, a entrada de outros veículos jornalísticos no mundo digital no início de 2000. E, hoje em dia, são numerosas as

tentativas de desenvolver sites noticiosos adaptados às características da Internet e que também sejam atraentes para os usuários. (MOHERDAUI, 2000)

Com o avanço do jornalismo na Internet, novas formas de se fazer e ditar notícias surgiram, mas também trouxeram consigo indagações que provocaram impacto nos grupos de comunicação: as principais preocupações passaram a ser quanto ao modo como os jornalistas deveriam realizar o seu trabalho; como lidar com o conteúdo noticioso; como essas transformações afetariam as redações e as estruturas industriais; como ficaria a relação dos veículos de comunicação com seu público; e como tratar a ética neste âmbito tão amplo que é o jornalismo na Internet. (MOHERDAUI, 2000)

Segundo Moherdauí (2000, p. 148), “quando se fala em narrativas digitais, surgem diversas fórmulas ou classificações para defini-las. Principalmente a ideia de abandonar a pirâmide invertida, conforme sugeriu Roger Black em seu *Websites que funcionam* [...]”

Rodrigues (2001, p. 9) defende que “o resultado do *mix* de experiências que você adquiriu durante sua vida profissional é a matéria-prima para um bom texto para Web.” Para ele (2001) nada na rede é definitivo, não há certo e errado. Rodrigues (2001, p. 27) ainda declara que, “na internet, texto e design trabalham juntos e buscam o mesmo objetivo: atrair o internauta e fazer com que ele visite o site.”

Segundo Pinho (2003), na Web também é preciso captar atenção visual do visitante e construir uma composição equilibrada entre tipos, fontes e ilustrações, assim como é realizado nos meios impressos. No mundo virtual a cor é muito importante, sendo imprescindível, por trabalhar com a emoção, ao contrário da palavra, que tem apelo intelectual.

De acordo com Luoton e Philips (2008), a cor compõe uma realidade, cria um código de informação e demonstra uma atmosfera. Garantem que apesar de ela ser um fenômeno variável, pode ser descrita e compreendida. Ao aprender a captar essas características, tem-se uma facilidade maior no momento de escolher e compor as combinações de cores.

Para Pedrosa (2009, p. 20), “a cor não tem existência material, é apenas a sensação produzida por certas organizações nervosas sob a ação da luz – mais precisamente, é a sensação provocada pela ação da luz sobre o órgão da visão.”

Os fenômenos visuais estão conectados a determinados níveis de adaptação do olho ao ambiente em que se encontra. Mas, a atenção humana só se volta para essas adaptações quando elas demonstram índices de intensidade além do normal. A cor nunca foi tão empregada como no século XX. (PEDROSA, 2009)

Outra questão importante a ser discutida é a fotografia utilizada no ambiente online. No início do jornalismo digital as fotografias eram bastante semelhantes às usadas em jornais e revistas impressas, porém com a chegada das redes de alta velocidade o emprego da imagem em formatos mais modernos e criativos passou a ser usado. (BUITONI, 2011)

Porém, ainda hoje, as imagens não são utilizadas em toda a sua potencialidade. Quase sempre são usadas, simplesmente, como identificação de algo, como reconhecimento de um fato. A fotografia, dentre todos os elementos informativos, é o que está tendo mais dificuldade em se adaptar ao meio digital, tanto no que concerne à qualidade e à quantidade. (BUITONI, 2011)

Para Buitoni (2011, p. 178), “a imagem fotográfica contemporânea, entendida e trabalhada em sua complexidade poderia trazer formas mais expressivas e informativas ao jornalismo.”

Buitoni (2011) reitera, dizendo que na atualidade a divulgação de imagens que sejam verdadeiramente significativas obriga que se compreendam as características estéticas da fotografia como produtoras de conhecimento.

Rodrigues (2006) afirma que a imagem apresenta características da informação que não foram demonstradas pelo texto e, por isso mesmo, sempre que se puder, é aconselhável o uso de fotografia e ilustração no online, pois a Web é, por natureza, visual.

Outro recurso bastante presente no ambiente online é o infográfico. Para Prado (2011, p. 120), “imagens digitais através dos gráficos e infográficos conquistam profissionais que se dedicam com esmero a esse recurso visual tão interessante e que contribui, e muito, para complementar o conteúdo jornalístico.”

Prado (2011) afirma que, no online, este recurso acrescenta profundidade à informação e extrapola os limites de sua função informativa.

Para Pinho (2003, p. 183):

O texto para nova mídia digital – e, em especial, a informação e o conteúdo jornalístico – deve ser bem estudado e pensado, pois escrever para o mundo on-line é diferente de escrever para a página impressa. Como o

jornalista tem na escrita a principal maneira de contar suas histórias, ele não pode ignorar os fatores que condicionam a redação jornalística para a Web. (PINHO, 2003, p. 183)

E o autor (2003) completa, dizendo que “a necessidade de concisão da informação tornou-se um verdadeiro fenômeno dos tempos modernos. Na Web, as frases devem ser curtas e os parágrafos devem ter no máximo cinco ou seis linhas para uma leitura mais fácil e agradável.”

Para finalizar esta subseção e este capítulo, usar-se-á o pensamento que o diretor de redação da revista Superinteressante, Sérgio Gwercman, tem a respeito da convergência dos meios de comunicação para o ambiente online:

O que eu acho que existe é o fim da visão estanque de plataforma. Antigamente, você tinha cada produto jornalístico confinado a uma única plataforma: a TV Globo era uma televisão, a Veja era uma revista, a Folha de São Paulo era um jornal, e eles só entregavam conteúdos dentro dessa plataforma. O que eu acho que está acontecendo é uma expansão de plataformas. Uma mesma marca pode existir em mais de uma plataforma. Essa é a transformação que a gente está vivendo e, quando a gente fala migração, por trás dela existe a ideia de que cada marca pode existir só em uma plataforma, então, eu vou ter que escolher, vou ter que parar de estar na plataforma revista para poder estar na plataforma online. Não, eu acho que tem que estar nas duas e, provavelmente, em mais. Eu acho que é isso que é o caminho. (GWERCMAN, 2011)

## 4 REVISTA SABER: DIVULGANDO A CIÊNCIA

### 4.1 Projeto Editorial

Este presente projeto editorial vem traçar contornos da revista aqui denominada de Saber. O veículo proposto para a Unoeste tem por objetivo primordial ampliar a divulgação científica da instituição e, para que isso ocorra de maneira eficaz, decidiu-se fazer uso, além da técnica do jornalismo e seus instrumentos básicos como pauta, fonte e apuração, também e, principalmente, usufruir do jornalismo científico e jornalismo de revista.

Conhecimentos teóricos foram buscados junto aos autores dos temas e uma série de entrevistas foram realizadas com editores, chefes de redação de veículos de comunicação comerciais e institucionais para que o conhecimento prático também integrasse este projeto.

### 4.2 Introdução

Sendo a Unoeste uma universidade que conta com 53 cursos de graduação, e na pós-graduação oferece três mestrados *stricto sensu* e 98 especializações *lato sensu*, há uma grande quantidade de produção científica.

Para divulgar esses trabalhos, a Unoeste tem a revista semestral *Colloquium*. Inicialmente impressa, passou a ser online a partir de. De cunho científico, em suas páginas é possível encontrar as pesquisas reproduzidas na íntegra, divididas pelas áreas do conhecimento.

Já a revista que se propõe aqui tem como principal diferencial o jornalismo científico, ou seja, o jornalismo voltado para divulgação da ciência utilizando o emprego de normas características do jornalismo para a produção da notícia como pauta, fontes, reportagens, matérias, artigos.

Muito embora ambos os veículos possam valer das mesmas pesquisas, a Saber dará um tratamento especial a seus textos, que diferentemente

do da Colloquium, serão evitados os jargões técnicos tornando o texto mais coloquial e capaz de ser melhor compreendido por pesquisadores engajados em diferentes áreas do conhecimento e também por pessoas fora do universo científico.

Dessa forma, a Saber vem a somar esforços à divulgação das pesquisas da instituição, valendo-se da linguagem jornalística, em um formato de revista e que será amparado por uma plataforma online, que amplia as possibilidades de propagação da revista.

### **4.3 Objetivos do veículo**

#### *4.3.1 Objetivo geral*

- Divulgar pesquisas científicas, finalizadas ou em andamento, de docentes ou discentes vinculados à Unoeste.

#### *4.3.2 Objetivos específicos*

- Fazer bom uso dos princípios básicos de jornalismo, bem como sua ética;
- Tornar a linguagem tecnicista do mundo acadêmico acessível aos mais distintos públicos, por meio do jornalismo científico;
- Pensar a fotografia como fonte de informação complementar ao texto;
- Servir como meio de convergência de conhecimento das diversas áreas do saber.

#### 4.4 Justificativa

Considerando os mais diversos cursos oferecidos pela universidade e, deparando-se com a barreira da tecnicidade textual de cada área do conhecimento, busca-se por este projeto, a criação de um veículo jornalístico que promova, incentive, divulgue e fomente a pesquisa, respeitando a hermeticidade da escrita científica da Revista Colloquium.

Muito embora, haja na instituição um veículo de divulgação científica, a revista Colloquium, concomitantemente à ela, a revista Saber agregará esforços de maneira diversificada. Enquanto a primeira propõe-se a divulgar as pesquisas em sua totalidade, a segunda visa atingir maior número de pessoas, valendo-se de uma linguagem coloquial. Para alcançar este objetivo é que se optou pelo uso do jornalismo científico, como um meio de “traduzir” os jargões técnicos em signos utilizados mais cotidianamente.

Ainda pensando na amplitude é que se decidiu abrigar a revista em uma plataforma online. A internet, hoje, é um meio de acesso rápido e de busca efetiva, além de seu custo ser mais ínfimo do que o custo de uma revista impressa.

#### 4.5 A Unoeste

A Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) é hoje a única universidade particular de Presidente Prudente e é mantida pela Associação Prudentina de Educação e Cultura (Apec) que nasceu em 1972, por esforços dos professores Agripino Lima e Ana Maria de Oliveira Lima.

Contando com dois campi, hoje a Unoeste completa 39 anos e dispõe 53 cursos de graduação nas diferentes áreas do conhecimento e também oferece cursos de pós-graduação e especialização *lato* e *stricto sensu*. Além dos cursos a distância que também possui.

Como em toda universidade, a tríade: ensino, pesquisa e extensão se faz presente na instituição e é fomentada através de eventos, jornadas e simpósios realizados semestralmente por todas as faculdades que integram a universidade.



Especial atenção é voltada à pesquisa, pois, segundo levantamento com os pró-reitores, é no momento em que o estudante se torna um pesquisador que ele se depara com um universo de infinitas possibilidades e poderá buscar respostas para suas inquietações, amadurecendo assim seu conhecimento.

Logo, para poder obter um diploma, todo e qualquer aluno deve realizar o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), requisito para obter a graduação em qualquer que seja a faculdade na instituição. Mesmo sem conhecer o número exato de TCC's defendidos semestralmente, é possível verificar que há uma grande produção de conhecimento científico dentro da universidade.

A Unoeste se organiza em uma reitoria e outras quatro pró-reitorias. Há uma pró-reitoria acadêmica, uma administrativa, outra voltada somente à pesquisa e extensão e a última, preocupada com extensão e ação comunitária.

#### **4.6 Público-Alvo**

A revista Saber nasce de uma necessidade de integração e divulgação dos trabalhos científicos desenvolvidos na Unoeste. Para tal, ela é pensada visando atingir, primordialmente, docentes e discentes da instituição, que são representados por homens e mulheres, com dezoito anos ou mais, sem um limite de idade específico. Devido ao vasto alcance de sua plataforma, em segundo plano cria-se a expectativa de que demais universidades usufruam do conteúdo produzido.

Também, vislumbra-se a possibilidade de que a revista alcance um público que não faça parte do mundo acadêmico, mas que tenha singular interesse em obter informações acerca do que é produzido de mais atual no universo científico.

#### **4.7 Linha Editorial**

Composta por matérias que se basearão em trabalhos acadêmicos da Unoeste, finalizados ou em andamento, correspondentes das áreas do

conhecimento: exatas, biológicas e humanas é que foi criada toda a linha editorial da Revista Saber. Uma revista que vem a somar esforços na divulgação da pesquisa científica da instituição e que terá, inicialmente, sua periodicidade semestral.

Toda revista deve ter uma missão editorial que nada mais é do que um norteador dos objetivos da publicação. A missão deve trazer objetivamente o que a revista se presta, qual seu foco, sua ideologia. Para isso pensou-se e chegou a seguinte missão editorial para a Saber: “Difundir a pesquisa científica da Unoeste, fomentando, incentivando e aglutinando o saber, com parcimônia e objetividade jornalística.”

Foram visitadas no total três redações de revistas científicas de grande circulação: a Superinteressante e a Galileu, mais comerciais e a Unesp Ciência, mais institucional. A importância da missão editorial é tão presente que se faz visível a cada capa ou matéria, é ela realmente a alma do magazine.

Uma missão bem definida é o primeiro passo para a composição de uma revista, mas um elaborado projeto editorial também se faz essencial, pois é ele que ajudará a dar foco ao jornalista para a condução do seu trabalho.

O projeto editorial funciona como um esboço descritivo da revista. É neste projeto que se deve pensar nas editorias, seções fixas, matérias, colunas, layout, fotografia; enfim, em toda a gama de recursos necessários que irão compor a revista.

Em se tratando de revista, o texto das matérias será tratado em narrativa, contando histórias e fatos, para tanto se evita o uso do parágrafo inicial, denominado pela doutrina de lead, prática observada nas entrevistas realizadas na Galileu, Unesp ciência e Superinteressante. Leve e claro, o texto deve se aproximar do seu público leitor de maneira agradável, mas, tendo o zelo de não torná-lo extremamente simplista, de modo a ferir o cientista e a pesquisa. Evitando-se o uso demasiado de gírias e adjetivos, a leitura será facilitada e a apreensão do conteúdo deverá ser o mais eficaz possível.

Os textos devem se iniciar com uma contextualização da matéria, não se preocupando em sintetizá-la, mas sim em atrair o leitor, aproximando a informação da realidade cotidiana. Lembrando que sempre haverá uma história a ser contada, evitando que toda a matéria se esgote no primeiro parágrafo.

Na elaboração de matérias científicas, o jornalista se deparará com muitos números e tabelas. Por isso, a atenção deve ser redobrada e sempre que

houver dúvida, ela deve ser esclarecida de imediato. Na tentativa de relatar os fatos, a descrição será um dos gêneros jornalísticos mais utilizados, pois promove a aproximação do leitor por causa da riqueza de detalhes e contextualização.

Todo este procedimento textual de nada valerá se o leitor não conseguir visualizar a informação de modo prático em sua vida. Desta forma é que se faz essencial a contextualização de cada matéria.

Mas antes que qualquer matéria seja construída ou texto redigido, um passo crucial deve ser a criação da pauta. Como visto anteriormente, a Unoeste oferece um vasto campo de pesquisas que servirá de banco de pauta.

Assim, antes de ir a campo, uma pauta, que nada mais é do que um levantamento inicial de informações que serve como bússola para o repórter, deverá ser criada.

Nos veículos visitados na capital, viu-se que essa pauta não existe com concretude. Há que se ponderar que, em se tratando de um tema como ciência que possui uma infinidade de campos, o repórter poderá se sentir um tanto quanto perdido sem a formalização de uma pauta redigida.

Logo, deve-se ter um pauteiro na redação, figura responsável em criar estas pautas e agendar as entrevistas. Com uma pré-apuração em mãos, o repórter poderá pesquisar mais sobre o assunto e ir fundo no tema. Falar de ciência requer muita atenção no momento da apuração. Por isso, sugere-se reunião de pauta com todos da redação, trazendo ideias e discutindo o material proposto para a edição.

Todos devem relevar que, os assuntos pertinentes às pautas se tornarão matérias, estas que serão lidas pelos leitores da revista. Assim, pensar no que é interessante a público é a maneira mais adequada de se pensar e definir os assuntos das matérias. Buscar um equilíbrio entre os assuntos também é obrigação de todos. Não há que se preferir criar matérias sobre biológicas, deixando exatas desfalcada. Cada edição deve buscar uma harmonia na atenção despendida às diferentes áreas do conhecimento.

## 4.8 Fotografia e infografismo

Um texto bem redigido e atrativo é apenas umas das ferramentas usadas em revistas. Outra de essencial importância é a fotografia, indissociável deste veículo.

As imagens deverão ser pensadas com cautela, buscando sempre uma inovação de ângulos e perspectivas. A fotografia não é mero ilustrador e muito menos um complemento do texto, ela na verdade deve ocupar sua real função que é a de agregar informação às matérias.

Se bem colocadas na página, tendo um tratamento especial, elas serão o principal chamariz ao leitor, captando sua atenção e curiosidade, levando-o a ler a matéria.

O mesmo se aplica aos infográficos. Em muitos casos o jornalista deparará com uma listagem imensa de números que fazem parte da pesquisa do cientista. Estes dados por vezes se tornam monótonos se colocados em um texto corrido. Aqui entra uma das funções do infográfico: poder contextualizar de maneira clara dados que o texto não consegue, também servindo como uma fonte de informação adicional à matéria e não como meras ilustrações.

Tanto a fotografia quanto o infográfico são os itens que mais chamam a atenção de um leitor quando este folheia uma revista. A Revista Saber, querendo despertar atenção, aguçar a curiosidade e dividir conhecimento com o leitor, deve se atentar a uso correto destes dois potentes instrumentos.

## 4.9 Estrutura

Inicialmente, a primeira parte visualizada da estrutura de uma revista vista pelo leitor é a capa.

A capa é a cara da revista, é nela que se desperta o interesse crucial em se abrir ou não o periódico. Uma capa elaborada com zelo chama atenção e faz com que o leitor passe da capa para o conteúdo. Esse é o primeiro desafio que

somente é vencido quando a capa consegue mostrar de maneira clara e interessante o conteúdo principal que aquela edição trata.

Dessa forma, a capa da revista Saber foi pensada de modo que nela se encontre a manchete em destaque da edição. Apenas uma foto ou ilustração correspondente a essa matéria receberá tratamento diferenciado. Além disso, sempre haverá chamadas curtas. O número de chamadas fica padronizado em 3. O objetivo com isso, é de deixar o visual mais limpo e, portanto, mais atrativo e de fácil leitura.

São as boas capas que acabam fazendo com que a revista repercute e fique gravada no leitor.

O expediente conterà os nomes dos jornalistas, fotojornalistas, ilustradores, editor, diagramador, diretores, coordenadores e demais colaboradores que participarem para a confecção da edição em si.

A carta do editor deverá ser um texto produzido pelo editor-chefe e que reflita a visão da equipe sobre a edição e, bem como, as matérias nela contidas. É a apresentação do conteúdo.

O sumário deverá conter todo o conteúdo encontrado na revista, dividido por seções, bem como suas respectivas páginas. Ele deve servir como um norteador ao leitor, para que a busca pela matéria de interesse seja simples e eficiente. Para cada matéria, seção fixa, entrevista perfil e artigo, o sumário deverá ter um texto curto indicando para a página onde há o texto na íntegra. Neste sumário, as matérias em destaque poderão vir acompanhadas de imagens e, assim, servir para despertar o interesse do leitor também para outros assuntos, diferentes dos quais ele estava procurando.

A carta do leitor será o espaço onde se reproduzirão e-mails enviados por leitores, que tragam comentários pertinentes à revista. Lembrando que esses comentários poderão ser editados pelo editor-chefe, com o intuito de simplificar ou mesmo reduzir o tamanho do comentário, para melhor estruturação no momento da diagramação. Não serão publicadas cartas ofensivas, na qual a pessoa, empresa ou instituição não possam se defender. Quando necessário, a carta poderá constar com uma nota da redação, que visa esclarecer ou explicar alguma informação contida na carta.

Cada edição deverá ter três editorias fixas, uma de cada área do conhecimento – humanas, exatas e biológicas. Em cada editoria conterà uma seção

fixa com os seguintes nomes: “Hipotenusa”, para a editoria de exatas, pois remete à matemática, números, fórmulas, teoremas, que são ingredientes que permeiam o âmbito das ciências exatas; “Mente Social”, para a editoria de humanas, pois abarca a complexidade do pensamento e das ações humanas, tema de estudo desta área do conhecimento; e, “Tubo de Ensaio”, para a editoria de biológicas, pois irradia a imagem de laboratórios, experiências, que ligam-se à questão da vida, das células, dos organismos, portanto, das ciências biológicas. Cada seção terá uma matéria de acordo com sua temática.

São estas seções fixas que demonstram a personalidade da revista, criando um elo com o leitor que se situa melhor dentro da revista. São elas que organizam os textos e os temas.

Para melhor pensar estas editorias e seções fixas, foram estudados outros veículos, tais como a revista Superinteressante, da Editora Abril, a revista Galileu, da Editora Globo e a revista Unesp Ciência. Ideias ajudam a criar novas adaptações para fórmulas já batidas.

Assim, essas editorias não foram elaboradas ao acaso, foram pensadas e repensadas para que se encontrassem em equilíbrio. Ainda, são elas que refletem a variedade de temas abordados e, portanto, não há que preferir um a outro. Tudo isso soma-se à identidade e personificação da revista.

Ainda, haverá três matérias de maior destaque. Não, necessariamente, postadas em uma seção fixa. Destas três, uma será a grande reportagem, que será a matéria principal da edição.

Como seção fixa, ainda haverá a de entrevistas, chamada “Eu, Pesquisador”, que visa entrevistar algum discente ou docente pesquisador da instituição e deverá conter, ao menos, uma fotografia *portrait*, que ocupe uma página inteira. Esta seção deverá ter um pequeno parágrafo de abertura, chamado de cabeça pela doutrina, e toda a entrevista deverá ser diagramada em forma de pingue-pongue.

A última página da revista deverá ser dedicada à seção de artigo, que será chamada de “Discorrer”, e que deverá, obrigatoriamente, conter um box com o currículo do articulista da edição e uma imagem *portrait* do mesmo.

A revista conterà por volta de 30 páginas, nas quais será distribuído o conteúdo nesta ordem:

-página 1: capa

- página 2: expediente e carta do editor
- página 3 e 4: sumário e carta do leitor
- páginas de 5 a 8: matéria 1
- páginas de 9 a 11: seção fixa – exatas (Hipotenusa)
- páginas 12 a 15: matéria 2
- páginas de 16 a 18: perfil (Eu, Pesquisador)
- páginas de 19 a 21: seção fixa 2 – humanas (Mente Social)
- páginas de 22 a 27: matéria 3 – a grande reportagem
- páginas de 28 a 30: seção fixa 3 – biológicas (Tubo de Ensaio)
- página 31: artigo

Sendo um veículo institucional, por vezes, a pedido do departamento responsável, poderá haver publicidade da própria Unoeste ao longo das páginas da revistas. Porém há que se relevar que sempre deverá haver mais páginas editoriais com relação às páginas de propagandas. Sendo assim, o número de páginas de cada edição poderá variar pelo por conta do número de publicidade veiculadas.

#### **4.10 Projeto Gráfico**

Todo o projeto gráfico desenvolvido para a revista foi terceirizado pelo designer gráfico Ricardo Ferreira.

O projeto gráfico está intrinsecamente ligado à identidade da revista. O trabalho visual que fará com que a revista seja reconhecida diante de outras. Desde sua concepção deve-se relevar os objetivos do veículo, pois o conjunto de layout, cores e fontes encontram justificativa direta com a essência da revista.

Pensar o design é tão importante quanto pensar na missão editorial, na fotografia ou até mesmo no texto. Uma fotografia por mais atrativa que seja, perde qualidade se mal alojada na página. O mesmo vale para um texto que seja todo recortado, quebrado em várias colunas, trazendo desconforto para o leitor.

Pensando então em questões relacionadas a cores, tipografia, logotipo, é que se inicia o trabalho de criação da identidade visual da revista. Mas, o resultado final somente é satisfatório quando imagem, texto e design caminham lado a lado. por ser um trabalho terceirizado, o grupo repassou ao Ferreira todo o projeto

editorial, para o desenvolvimento gráfico. portanto, este subitem está respaldado no trabalho do profissional contratado, com o consentimento do grupo.

De um lado, modernidade, sofisticação, acessibilidade. Do outro, união de conhecimento, afinidade, integração. A elaboração de uma revista digital que assume o compromisso de difundir pesquisas científicas em uma linguagem acessível aos mais distintos públicos, convergindo o conhecimento das diversas áreas do saber: revista Saber. (FERREIRA, 2011)

Sobre o logotipo, Ferreira (2011) diz que, “conceitualmente, o logotipo propõe uma leitura fácil e direta, de forma a ser a identidade visual do projeto, proporcionando um vínculo de intimidade com o leitor.” E sobre a utilização da cor, o designer acrescenta que, “a cor, como um componente fundamental na identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta, adequada e consistente.”



**Figura 01:** Logotipo padrão da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira

Segundo Ferreira (2011), o logotipo da revista Saber tem, por padrão, duas cores oficiais: a roxa e a cinza. Mas, em algumas circunstâncias, se faz necessária a adaptação destas cores, para uma perfeita leitura e compreensão. “A cor cinza remete à seriedade e busca de conhecimento. A cor roxa significa a profundidade, a grandeza, a calma e a sabedoria.” (FERREIRA, 2011)



Seções			
<b>EU PESQUISADOR</b>	VERMELHO ESCURO	R: 153 - G: 48 - B: 49	dinamismo, força, paixão.
<b>HIPOTENUSA</b>	VERDE ESCURO	R: 0 - G: 119 - B: 68	ideal, segurança, equilíbrio.
<b>MENTE SOCIAL</b>	LARANJA	R: 243 - G: 116 - B: 53	advertência, luminosidade, energia.
<b>TUBO DE ENSAIO</b>	AZUL	R: 0 - G: 93 - B: 153	espaço, sentido, verdade, infinito.

**Figura 02:** Cores que representam cada uma das seções e o significado de cada escolha

Fonte: Ricardo Ferreira

Garamond Premier Pro - Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890

Garamond Premier Pro - Italic  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890*

Garamond Premier Pro - Semibold  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890**

Garamond Premier Pro - Semibold Italic  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890***

Swis721 - Roman  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890

Swis721 - Italic  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890*

Swis721 - Bold  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890**

Swis721 - Bold Italic  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890***

**Figura 03:** Tipografia utilizada na revista

Fonte: Ricardo Ferreira

Ferreira (2011) afirma que, outro importante componente do projeto gráfico é a tipografia. Quando usada de maneira correta, garante a eficiência da comunicação e contribui para a unidade visual. Com o intuito de criar uma aparência consistente e de fácil identificação, foram selecionadas como padrão gráfico as famílias de tipos “Garamond Premier Pro” e “Swis721”. “A Garamond é uma fonte de

desenho serifado clássico e de excelente legibilidade em textos longos. Deve ser utilizada no corpo de texto de todas as matérias. A fonte Swis721 não possui serifa e sua utilização se limita a boxes e textos secundários.” (FERREIRA, 2011)



**Figura 04:** Simulação de capa com logotipo na cor padrão  
Fonte: Ricardo Ferreira



**Figura 05:** Simulação de capa com logotipo com cor alternativa  
Fonte: Ricardo Ferreira

#### **4.11 Recursos técnicos**

Os materiais necessários para a composição desta revista serão: quatro computadores devidamente equipados com programas de Photoshop, InDesign e Word, bem como acesso à internet de banda larga. Além de três gravadores, uma impressora, um scanner e cinco cartuchos de tinta preta e colorida.

#### **4.12 Recursos Financeiros**

A cotação para a confecção do projeto gráfico, caso seja terceirizado, foi de R\$ 12,00 por página, sendo a revista composta por 31 páginas, o gasto final será de R\$ 372,00. Para redução de custos, o grupo sugere que sejam contratados estagiários da Facopp, o que permitiria, também, o aprendizado dos estudantes. Neste caso, teria que haver um professor responsável. Já a remuneração do professor para realização do estágio fica a cargo da universidade.

#### **4.13 Recursos Humanos**

Para a implantação e produção da revista o grupo sugere que serão necessários: um professor responsável pela coordenação geral da revista e, no mínimo, cinco estagiários: um fotógrafo, dois repórteres, um editor de texto e um pauteiro/produtor. Caso o design gráfico não seja terceirizado, então, será necessário um estagiário a mais que desenvolva esta função.

## 5 MEMORIAL DESCRITIVO

Desde que os alunos de Jornalismo iniciam a vida acadêmica, já sabem que terão que produzir o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), essencial para que a formação no nível superior seja possibilitada, de acordo com as exigências do Ministério da Educação (MEC). Só que com o passar dos bimestres, aos poucos, vão se esquecendo dele e aí, com a chegada do sétimo termo, penúltimo dos semestres a serem completados na Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp), o termo TCC vem à tona com força total, devido à necessidade de desenvolvimento do pré-projeto – que, posteriormente, se transformará no TCC – já no referido termo.

Com o surgimento desta necessidade, o primeiro dos problemas já se faria perceber: a escolha do tema. Dificuldade tamanha, pois seria este o universo a ser estudado durante todo o ano. E numa sala com uma média de apenas seis alunos – fala-se média por haver sempre aqueles alunos que fazem DP ou algo do tipo e que, com isso, tornam-se alunos flutuantes nas aulas –, a definição do tema teve lá suas particularidades e dificuldades. Havia na sala dois alunos, Simone Cereja e Layrton Gomes, que gostavam de televisão; José Thiago Zago e Gustavo Dalle Vedove, que se interessavam mais por texto impresso, sendo ele, revista ou jornal; Camila Monteiro, que descobrira uma paixão por assessoria de imprensa no sétimo termo, mas que também gostava de impresso; e, Jurandir, que demonstrava aptidão e amor ao rádio e ao segmento esportivo.

Em um microcosmo estudantil composto por tantas virtudes e querereres diversos, algumas concessões, para não dizer muitas, tiveram que ser feitas. Começou, então, a tentativa de aproximar as similaridades presentes em cada um. Os primeiros que decidiram qual rumo tomariam acerca da decisão do mote do trabalho de conclusão de curso foram Simone e Layrton que, notando a ausência de interesse por vídeo na turma matutina de jornalismo, se juntaram a um grupo da turma noturna que havia proposto um tema ligado à TV Facopp, que estabelecia paridade com a vontade dos dois. Sobraram os outros quatro que, em um tempo um pouco mais estendido, demoraram a chegar a uma conclusão do que fariam.

Um dia, a professora Giselle Tomé, que no sétimo termo ministra aulas de jornalismo especializado, tentando lançar luz sobre as mentes indecisas e

irrequietas dos alunos, trouxe um exemplar da revista Unesp Ciência – veículo impresso produzido mensalmente pela Unesp que, por meio do jornalismo científico, divulga trabalhos científicos realizados por pessoas relacionadas à Unesp – para mostrar a eles, na intenção que dali tirassem alguma ideia ou caminho para um TCC, visto que mais da metade dos alunos que sobraram se interessavam por revista.

A primeira proposta veio do aluno José Thiago, que pautado pela revista Unesp Ciência, sugeriu a criação de uma revista de jornalismo científico para a Unoeste, já que ainda não havia na universidade este tipo de divulgação das pesquisas desenvolvidas. O tema foi acatado pelos outros colegas de classe, Camila, Gustavo e Jurandir.

A partir disso, iniciou-se a confecção do pré-projeto, que após alguns encontros entre os integrantes do grupo, mostrou-se pronto e foi apresentado à banca qualificadora para que esta considerasse o projeto viável ou não. Conseguido o aval dos professores, era hora de prosseguir com o cadastramento do projeto junto aos órgãos competentes pela pesquisa dentro da universidade.

Começava aí, uma série de desencontros a respeito do cadastramento do projeto. Um dos documentos dos quais eram necessários serem preenchidos para o cadastramento precisava ser assinado pela pró-reitora de pesquisa e pós-graduação da Unoeste, Zizi Trevizan. Ao ser levado este documento até ela, ela garantiu que não era de responsabilidade de sua pessoa assiná-lo daquela maneira que ele estava. Justificou que aquele documento deveria se desmembrar em dois e disse, ainda, que o projeto caracterizava-se como extensão e, não, como pesquisa. Muitas reuniões e conversas entre os coordenadores da Facopp, a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação e o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) se passaram até que, por concordância de todas as partes, ficou acertado que o projeto encaixava-se tanto como pesquisa, quanto como extensão, por apresentar um estudo teórico aprofundado, mas também conter uma peça prática capaz de ser aplicada concretamente na sociedade. Porém, esta conclusão demorou a chegar e, com isso, o cadastramento do projeto atrasou, sendo que o registro como projeto de extensão veio primeiro e com mais facilidade, já o de pesquisa apresentou mais contratempos e se arrastou até o segundo semestre, adentrando ao oitavo termo e sendo finalizado apenas em setembro.

Retornando ao curso dos acontecimentos, logo após a aprovação do pré-projeto pela banca qualificadora, o grupo realizou reuniões a fim de iniciar a divisão da bibliografia que cada um leria para a produção do TCC. Ficara combinado que durante as férias do meio do ano de 2011 tais leituras seriam feitas pelos alunos e fichadas para adiantar o andamento das atividades quando o oitavo termo chegasse. Porém, ocorreu atraso nas leituras e na entrega dos fichamentos.

O fato é que, mal se aportou no derradeiro termo, o grupo teve um desfalque. O integrante Jurandir não conseguiu concluir tudo o que lhe fora solicitado pela universidade para poder passar de termo e, com isso, não pôde prosseguir junto ao grupo na realização do TCC. Agora seguiam apenas três componentes no projeto.

Visto o fato do atraso na produção dos fichamentos para a confecção do corte teórico do TCC, uma nova divisão foi feita. Ficou, também, decidido que o aluno Gustavo seria o responsável por redigir a peça teórica. Nas orientações que se iniciaram em agosto, foi possível traçar ideias mais concretas acerca do fazer da revista. Contudo, parecia que o trabalho não rendia, uns se dedicavam mais, outros menos, mas, mesmo dentro das possibilidades de cada um, tinha-se a impressão de que o trabalho patinava um pouco. Ainda havia, também, como já relatado, o problema do cadastramento do projeto como pesquisa que persistia e desviava a atenção dos alunos, que ficavam na incerteza de não saber se a realização da pesquisa seria possível ou não.

No mesmo mês de agosto começou a articulação para uma viagem à capital do Estado de São Paulo para a feitura de entrevistas com profissionais que atuassem na área de revistas de jornalismo científico. Não importando que as revistas visitadas fossem impressas – apesar de possuírem sites e versões online – e a plataforma escolhida pelo grupo fosse a online, pensou-se nestas entrevistas como forma de obter mais conhecimento relativo ao jornalismo científico e como se dá a produção de notícias em veículos nacionalmente conhecidos que trabalham com esta vertente jornalística almejada pelo grupo. Os alunos chegaram a entrar em contato com uma única revista de jornalismo científico totalmente dedicada ao ambiente online – que foi identificada por meio de pesquisa na rede –, a ComCiência (<http://www.comciencia.br>). Porém, o grupo não obteve retorno. Mas, pelo que pôde ser analisado, a revista possui edições temáticas, textos bastante longos e não

apresenta qualquer apelo visual, sendo composta basicamente de textos e pouquíssimas imagens ou ilustrações.

Em conversas com a orientadora Giselle Tomé, foi decidido que as revistas a serem visitadas seriam a Unesp Ciência, da Editora Unesp; a Galileu, da Editora Globo; e, a Superinteressante, da Editora Abril. A primeira de caráter mais institucional e as duas últimas, mais comercial. Após alguns dias de intensa troca de e-mails e adequações às agendas tanto do grupo, quanto dos veículos pretendidos, as entrevistas ficaram marcadas para o começo de setembro, mais especificamente dias cinco e seis.

Todos os integrantes do grupo foram à viagem. A saída do ônibus ocorreu às 22h15 de Presidente Prudente. O percurso foi tranquilo e a chegada se deu um pouco antes das seis horas da manhã. Os alunos seguiram direto para o hotel – onde o aluno Gustavo já havia feito reserva antecipadamente para não ocorrerem percalços acerca de disponibilidade de quartos – que fica a 300 m da Avenida Paulista, em uma rua de nome Sílvia. As bagagens foram descarregadas e o grupo seguiu para tomar um café da manhã em uma padaria próxima dali, na Haddock Lobo, guiados pelo aluno Gustavo que, dos três integrantes, era o que possuía um conhecimento mais aprofundado da cidade de São Paulo e de alguns caminhos a serem percorridos. Após o café, retornaram ao hotel para se prepararem para a primeira e única entrevista daquela segunda-feira, cinco de setembro de 2011, que seria às 14h na redação da Unesp Ciência, que fica na região central, extremamente próxima à estação Anhangabaú do metrô.

Para isso, o grupo saiu com bastante antecedência para, caso acontecesse algum imprevisto, não se atrasassem para a entrevista. Foram, claro, de metrô. Ao descerem na estação havia quase duas horas ainda para o horário marcado da entrevista. Resolveu-se, então, que iriam dar um passeio rápido pela famosa Galeria do Rock, que se encontrava bem perto do prédio da Unesp, e onde além de passear, poderiam almoçar. E foi o que foi feito. Mas, mesmo assim, ainda sobrou tempo, e o grupo teve por curiosidade, então, conhecer a biblioteca Mário de Andrade, que se situava em frente ao prédio da Unesp. Após alguns minutos de leituras agradáveis de revistas até então desconhecidas pelos estudantes, estava quase na hora da entrevista e o grupo já seguiu para o local determinado. Fez-se o cadastro na recepção e foi-se até o quarto andar, correspondente à redação da Unesp Ciência. A acolhida foi feita pela diretora de redação, Giovana Girardi. A

entrevista começou no horário marcado, durou quase uma hora e rendeu bastante informação a respeito de como funciona uma revista de jornalismo científico destinada a uma universidade. Giovana foi bastante atenciosa e gentil com todos, respondeu às perguntas de José Thiago, enquanto Gustavo anotava as principais declarações dela e Camila fotografava a conversa. E tudo, claro, foi gravado em vídeo e áudio, para evitar transtornos advindos. Terminada a entrevista, os alunos retornaram ao hotel, onde baixaram o conteúdo dos gravadores em um notebook para perceber se o registro de áudio havia ficado bom. E, sim, tudo tinha dado certo. Como não havia mais compromissos neste dia, o grupo optou por conhecer alguns locais da Avenida Paulista, porém sem voltar tarde, visto que no dia seguinte, duas entrevistas viriam. No período da manhã, Galileu, e à tarde, Superinteressante.

A entrevista na Galileu estava marcada para 11h30 e os alunos acordaram cedo para poderem não se atrasar. Para chegar à Editora Globo, prédio onde se encontra a redação da Galileu, foi necessário pegar metrô e descer na estação Pinheiros e, em seguida, pegar um táxi até lá, pois a editora não se encontrava muito próxima à estação do transporte metropolitano. Chegou-se, também, com devida antecedência, fez-se o cadastro na recepção e esperou-se até que o diretor de redação da Galileu, Emiliano Urbim, chegasse. Assaz atencioso, Emiliano subiu junto com o grupo no elevador e foram até o quarto andar do prédio localizado no bairro Jaguaré. Ele encaminhou o grupo até sua sala e lá a entrevista foi feita. Muito bem-humorado, Emiliano respondeu às perguntas com muita disposição e generosidade. A conversa durou quase duas horas e foi de grande valia para o grupo compreender como funciona um veículo de circulação nacional que trabalha com o jornalismo científico.

Encerrada a entrevista com Emiliano, o grupo pegou, novamente, um táxi, agora para a Editora Abril, que fica ao lado da estação Pinheiros do metrô. A chegada foi feita, mais uma vez, bem antes do horário marcado, para não ocorrerem imprevistos. O grupo fez o cadastro na recepção e ficou pelo hall e pela cantina da editora, até um pouco antes do horário da entrevista. Daí, subiram até o décimo quarto andar, onde se localiza a redação da revista Superinteressante e foram recebidos por Adriana Meneghello, atendente ao leitor da revista, que foi muito simpática e mostrou para o grupo todas as redações que funcionavam naquele andar e explicou como tudo se dava. Na hora marcada, Sérgio Gwercman, diretor de redação da Superinteressante, chegou e a entrevista com ele foi iniciada. Também



muito atencioso, Sérgio contou como era a vida da revista e acrescentou importantes informações ao grupo, acerca de como se dá um produto de jornalismo científico que é destinado a um público tão grande.

Após a entrevista, o grupo pegou metrô e retornou ao hotel, onde se descarregou o conteúdo das gravações das entrevistas. E tudo tinha saído como esperado, tudo gravado corretamente. Como sobrou um pouco de tempo até a saída do ônibus que traria o grupo de volta a Presidente Prudente, a equipe resolveu ir jantar em um shopping center próximo ao hotel. Depois do jantar, voltaram ao hotel para pegarem as malas e seguiram – um pouco a pé, um pouco de metrô – até a agência da viação que os retornaria a Presidente Prudente. O ônibus deixou São Paulo às 23h e chegou a Presidente Prudente por volta das 6h.

De volta à cidade, era hora de fazer as transcrições das entrevistas realizadas em São Paulo. Era também a vez de realizar as entrevistas com os profissionais da Unoeste que eram relacionados à pesquisa e à extensão. Elas ocorreram no segundo semestre de setembro e no começo de outubro. E todas deveriam, igualmente às de São Paulo, ser transcritas. Foram realizadas com Zizi Trevizan, pró-reitora de pesquisa e pós-graduação, que falou de pesquisa e extensão (não foi possível ao grupo entrevistar a atual pró-reitora de extensão e ação comunitária da universidade, Angelita Ibanhes de Almeida Oliveira Lima, pois ela estava fazendo uma viagem e não retornaria dentro do prazo que o grupo possuía); José Eduardo Creste, pró-reitor acadêmico, que falou sobre a universidade e como ela se relaciona com o ensino, a pesquisa e a extensão; e, Jair Rodrigues Garcia Junior, vice-coordenador do Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares (Nipem), que falou sobre o Nipem e como ele atua na Unoeste. O grupo pretendia entrevistar, também, a reitora da universidade, Ana Cardoso Maia de Oliveira Lima, porém ela se encontrava em viagem, juntamente com a pró-reitora de extensão e ação comunitária.

O grupo atrasou a entrega das transcrições para a orientadora e, com isso, o trabalho teve contratempos. Também ocorreu certa demora na entrega dos capítulos teóricos, bastante por causa do retardo nas transcrições das entrevistas, que seriam usadas em muitas partes dos capítulos. Algumas pautas chegaram a ser levantadas, para a realização da peça prática do TCC, nas faculdades de veterinária, arquitetura, direito e outras, porém o atraso na descoberta das pautas, adicionado a todos os outros atrasos cometidos pelo grupo, levou a orientadora a

fazer uma proposta decisiva: trocar a peça prática. Aconselhados por ela, devido à escassez de tempo, o grupo optou por não produzir mais o conteúdo da revista e, sim, apenas o projeto editorial, lançando mão do pensamento de que é melhor fazer um trabalho mais simples, porém bem feito, do que fazer um trabalho mais complexo, que fique a desejar.

A primeira atitude a ser tomada, então, foi finalizar o projeto editorial da revista para poder encaminhá-lo ao designer gráfico que ficaria responsável por criar o projeto gráfico, de maneira terceirizada. E foi o que foi feito. Os alunos, por meio da indicação do professor Marcelo Mota, entraram em contato com Ricardo Ferreira. Foi enviado a ele o projeto editorial completo e, num curto espaço de tempo, ele já havia entregado ao grupo uma simulação de capa da revista. Após alguns dias, decidiu-se encontrar, pessoalmente, com o designer para lhe dar maiores explicações acerca do que se queria a respeito da revista. Numa tarde de sábado, então, este encontro aconteceu e foi bastante esclarecedor para ambas as partes.

Ricardo Ferreira, além de criar o projeto gráfico da revista, desenvolveu uma simulação de como ela seria na realidade, utilizando textos retirados do site da Agência Brasil (<http://agenciabrasil.ebc.com.br>), que são disponíveis para uso da imprensa. As imagens foram usadas, também, da Agência Brasil e do Google Images. O único texto e imagem produzidos pelos alunos foi o usado na seção Perfil. Esta simulação da revista em si integra a peça prática deste TCC, juntamente com o projeto editorial.

No mês de outubro, todas as transcrições foram entregues à orientadora e, também, todos os capítulos teóricos, passando, assim, por sua correção. Este memorial descritivo foi feito e, do mesmo modo, foram construídos os elementos pré-textuais e pós-textuais.

Após tantos meses de trabalho, cada integrante do grupo se mostrou importante dentro do processo de confecção deste projeto. Uns com mais tarefas, outros com menos, uns se destacando mais em uma área, outros mais em outras, mas todos essenciais para que tudo se concretizasse de forma satisfatória, apesar de todos os contratemplos e percalços.

Este trabalho se mostrou de grande importância para a abertura dos horizontes dos alunos, que perceberam, como resultado de muito estudo, dedicação, entrevistas e leituras, o valor inestimável que a pesquisa e a ciência representam para o crescimento e desenvolvimento de um mundo mais justo quanto à

distribuição de informação. E, em especial, ficou evidenciado o papel do jornalismo como intermediário das informações entre cientistas e sociedade.

O grupo tem a honra de trazer à universidade e à sociedade o projeto editorial para uma revista de jornalismo científico que, espera-se, muito em breve, seja implantada na Unoeste.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Do caminho percorrido até o cadastro efetivo do presente trabalho como pesquisa acadêmica – fato que chamou ainda mais a atenção do grupo para a área em questão –, a gana de se aprofundar no tema, traçar um panorama da pesquisa na Unoeste e, desta forma, colaborar para sua propagação, tornou-se a essência de todas estas páginas.

Para estudar jornalismo científico foi necessária muita pesquisa. Debruçar-se sobre a literatura de diversos autores, visitar profissionais e redações de veículos da área de interesse, o que culminou em várias reflexões que deram aos alunos responsáveis por este projeto um conhecimento ímpar sobre a teoria e a prática do jornalismo científico.

Foi descoberta a real importância da divulgação científica em um país onde a educação é algo tão frágil e ineficaz. A pesquisa científica, área que ainda encontra-se em estado de letargia frente a todo potencial que poderia ser praticado, foi vista como uma das maneiras em potencial de auxiliar uma mudança de consciência, junto à toda sociedade. Um objetivo que a prática do jornalismo compartilha.

O grande cerne de todo este TCC, o jornalismo científico, consolidou-se como a grande ferramenta de proliferação do conhecimento e das descobertas científicas à grande massa. Pela sua peculiar habilidade em criar uma ponte entre as diversas linguagens, científica e coloquial, tem sua importância ressaltada ao longo das páginas deste trabalho.

Em redações de revistas de grande porte e de circulação nacional, tais como Superinteressante e Galileu, a quantidade de profissionais é enxutíssima, contando, em média, com cinco ou seis jornalistas, realidade que coincide com o que os professores sempre alertaram, ao longo de toda a faculdade.

Em especial, para o jornalismo científico, nas redações visitadas, o que mais conta para que o repórter dessa área seja contratado é o seu potencial de curiosidade, de repertório acerca da ciência como um todo. Ser um jornalista com especialização em ciência não é um requisito fundamental. Mas, desde já se percebe que, para os que quiserem se aventurar por esta fantástica área, como visto nas entrevistas, há que se inquietar com qualquer interrogação, buscando,

constantemente, atualização das pesquisas mais recentes, tendo pleno domínio da linguagem científica e didaticidade suficiente para convertê-la em uma linguagem mais acessível à massa.

Além do estudo desta especificidade jornalística, um resgate do jornalismo de revista foi realizado. O maior desafio foi, com certeza, pensar uma revista abrigada em um ambiente online, cuja escassez de autores dessa área é bastante acentuada, não existindo uma fórmula pré-definida sobre como fazer jornalismo de revista online.

O projeto editorial é a alma do veículo e, nele, erros não puderam ser cometidos, pois comprometeria todo o destino da revista. A criação da missão editorial da revista Saber (nome escolhido pelo grupo por resumir todo o objetivo da ciência, na busca pelo conhecimento) foi um dos passos fundamentais para o desenvolvimento do trabalho prático.

A missão diz: “difundir a pesquisa científica da Unoeste, fomentando, incentivando e aglutinando o saber, com parcimônia e objetividade jornalística”. Cada reunião, cada discussão, cada definição e mesmo cada atraso de entrega dos capítulos desse TCC, não impediu o grupo de crescer enquanto jornalistas e, pela natureza do trabalho e pelo mergulho no universo acadêmico, por que não dizer, também, que permitiu o crescimento enquanto pesquisadores, que se tornaram fanáticos por divulgação e com vontade suficiente de buscar conhecimento, além dos já adquiridos neste trabalho.

Com a finalização deste projeto, o grupo tem como percepção alcançada a certeza de que o presente trabalho é de grande representatividade para a universidade e para a sociedade, pois abarca em si a pesquisa e a ciência, que são indispensáveis para a construção do conhecimento, e o jornalismo, que possibilita a recepção igualitária das informações provenientes do âmbito acadêmico, proporcionando que o indivíduo leigo tenha acesso às mesmas descobertas que um pesquisador inserido no meio científico tem. E, com isso, o jornalismo cumpre sua função primeira, que é a relevância social, permitindo que o cidadão absorva aquilo que é produzido no mundo da ciência e, por meio disto, possa melhorar a sua qualidade de vida.

## REFERÊNCIAS

**A revista no Brasil.** São Paulo: Abril, 2000.

ALI, Fátima. **A Arte de Editar Revistas.** 1. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira.** 4. ed. São Paulo: Ática, 1990. 1 v.

BLASECHI, Aline. **Informações sobre a Unoeste e opinião sobre a importância deste projeto para a mesma,** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <camila\_cmonteiro@hotmail.com> em: 11 abr. 2011.

BUITONI, Dulcília Schroeder. Imagem jornalística na internet: novas visualidades fotográficas aplicadas ao jornalismo. In: PRADO, Magaly (Org.). **Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem.** 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Cap. 13, p. 174-190.

BURKETT, Warren. **Jornalismo Científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990. Cap. 1, p. 5-25. Cap. 2, p. 27-48. Cap. 3, p. 49-69.

CRESTE, José Eduardo. **Pró-reitor acadêmico da Unoeste.** Entrevista concedida a José Thiago Sachetti Zago, 23 set. 2011.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FALCÃO, Verônica. **Dupla hélice: aos jornalistas, auxílio; aos cientistas, preparo para lidar com a imprensa.** In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus, 2005, p. 89-104.

FERREIRA, Ricardo. **ProjGraf\_inc.pdf.** Presidente Prudente, 13 out. 2011. 1 arquivo (671 KB).

FRANÇA, Martha San Juan. **Divulgação ou jornalismo?:** duas formas diferentes de abordar o mesmo assunto. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica:** jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2005, p. 31-47.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos De Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. Cap. 1, p. 1-6. Cap. 2, p. 7-15. Cap. 4, p. 25-43.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos De Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIRARDI, Giovana. **Diretora de redação da Uneso Ciência.** Entrevista concedida a Camila Cristina Monteiro, Gustavo Dalle Vedove Pinheiro de Carvalho e José Thiago Sachetti Zago, 5 set. 2011.

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. Rio de Janeiro: Record, 1997, p. 53-60.

GWERCMAN, Sérgio. **Diretor de redação da Superinteressante.** Entrevista concedida a Camila Cristina Monteiro, Gustavo Dalle Vedove Pinheiro de Carvalho e José Thiago Sachetti Zago, 6 set. 2011.

IVANISSEVICH, Alicia. **A mídia como intérprete:** como popularizar a ciência com responsabilidade e sem sensacionalismo. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica:** jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2005, p. 13-30.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística.** 5. ed. São Paulo: Ática, 1997.

LAGE, Nilson. **A Reportagem:** teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LUOTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos Fundamentos do Design.** 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web:** produção e edição da notícia on-line. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2000.

NOVAES, Washington. **A Quem Pertence A Informação?** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

PEDROSA, Israel. **Da Cor à Cor Inexistente**. 10. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2009.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. 1. ed. Rio de Janeiro: LCT, 2011.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando texto para mídia digital**. 2. ed. São Paulo: Berkeley, 2001.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: redação e informação para a web**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

RODRIGUES, Jair. **Vice-coordenador do Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares (Nipem)**. Entrevista concedida a José Thiago Sachetti Zago, 22 set. 2011.

ROMANINI, Vinicius. **Parem as máquinas!:** relações entre tecnologia, informação e desenvolvimento sustentável. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005, p. 105-123.

ROSSI, Clóvis. **O Que É Jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

TREVIZAN, Zizi. **Pró-reitora de pesquisa e pós-graduação da Unoeste**. Entrevista concedida a Camila Cristina Monteiro, 27 set. e 4 out. 2011.

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA. **Mantenedora**. Disponível em: <<http://www.unoeste.br/Site/auniversidade/Mantenedora.aspx>>. Acesso em: 29 set. 2011.

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA. **A Unoeste Hoje**. Disponível em: <<http://www.unoeste.br/Site/auniversidade/AUnoesteHoje.aspx>>. Acesso em: 29 set. 2011.



UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA. **Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares.** Disponível em: <<http://www.unoeste.br/Site/pesquisa/nipem/NIPEM.aspx>>. Acesso em: 29 set. 2011.

URBIM, Emiliano. **Diretor de redação da Galileu.** Entrevista concedida a Camila Cristina Monteiro, Gustavo Dalle Vedove Pinheiro de Carvalho e José Thiago Sachetti Zago, 6 set. 2011.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Difusão Metropolitana e Divulgação Científica.** São Paulo: Plêiade, 2007.

**ANEXOS**

**ANEXO A**  
**ENTREVISTA COM GIOVANA GIRARDI**

**Entrevistada:** Giovana Girardi, diretora de redação da revista Unesp Ciência. Formada em Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo. Já trabalhou nas revistas Galileu e Scientific American, e nos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo.

**Dia:** 05/09/2011

**Horário:** 14h

**Local:** Redação da Unesp Ciência, em São Paulo.

**Meio:** Presencial

**Assunto:** A revista Unesp Ciência e o jornalismo científico.

**SABER:** Há quanto tempo a revista está em circulação?

**GIOVANA GIRARDI:** Acabou de fazer dois anos. Ela começou em setembro de 2009.

**SABER:** E desde quando a revista está com essa plataforma online?

**GIOVANA:** Desde sempre. Desde a primeira edição, a gente foi colocando os PDFs no portal da Unesp. Depois, a gente criou um blog. Nesse blog, também, se coloca todas as edições.

**SABER:** E quantos profissionais fazem parte da redação da Unesp Ciência?

**GIOVANA:** Cinco.

**SABER:** Todos eles com formação em jornalismo?

**GIOVANA:** Não. Na verdade, com formação em Jornalismo, só eu e o Pablo. A Luciana é formada em Farmácia, o Luiz é formado em Engenharia Química e o nosso editor de arte, que é o Ricardo Miura, é designer.

**SABER:** Na redação, existe algum profissional especializado em alguma área, ou todos fazem todos os tipos de matérias?

**GIOVANA:** A gente tem tendências. Então, por exemplo, a Luciana gosta muito das biológicas, até por causa dessa formação farmacêutica dela, química. Mas, ela já fez matérias de outras coisas. Por exemplo, fez uma capa sobre exploração de minérios no mar, ou acabou de fazer essa capa de geologia. Então, na verdade, às vezes, você procura pautas mais nessas áreas que tem mais afinidade. Mas, não necessariamente, faz matérias só nisso. Por exemplo: eu faço mais ambiente, o Pablo faz mais arqueologia, história, mas também, ele gosta muito de física. O legal do jornalista de ciência é que é um cara curioso, ele gosta de aprender, gosta de ir atrás. Até pode ter uma área que prefere, mas, em geral, faz outras.

**SABER:** Vocês, depois de jornalismo, fizeram especialização para focar em alguma coisa que vocês tivessem mais interesse, mais afinidade, alguma outra área?

**GIOVANA:** O Pablo fez. Ele sempre curtiu religião e acabou de fazer um mestrado em religião, mas não que ele só faça matérias disso. Até porque, em jornalismo

científico, não tem tanto a ver com esse assunto. Ele tem essa especialização. A Lu também tem mestrado, mas foi da época que ela ainda estava na faculdade. Ela teve interesse de fazer neurociência. Não foi pensando no jornalismo, então ela fez um curso. Como ela não tinha jornalismo, ela também fez um curso de jornalismo no Labjor, em Campinas. É muito da cobertura mesmo. Por exemplo, eu fiz muita coisa de ambiente. Você cobre uns congressos, você cobre umas coisas, você vai aumentando seu conhecimento, mas nada formal.

**SABER:** Vocês usam matérias de freelancers?

**GIOVANA:** Sim.

**SABER:** Como a revista surgiu? De onde surgiu a ideia de criar uma revista de jornalismo científico para divulgação dentro da Unesp?

**GIOVANA:** Quando o reitor, que agora está afastado, o Herman, assumiu em janeiro de 2009 – ele tinha sido eleito em 2008, assumiu em 2009 –, ele conversou com o assessor-chefe de imprensa, que era o Maurício Tuffani na época, que é um cara que tem um histórico de jornalismo científico, trabalhou muitos anos na Folha com jornalismo de ciência, foi diretor de redação da revista Galileu, e disse que a Unesp tinha que ter uma revista de ciência, mas sem muito saber para que lado ir. Até, na época, pensou numa coisa tipo Pesquisa Fapesp. Então, o Tuffani assumiu o desafio e me chamou. A gente já se conhecia de outros lugares, trabalhamos juntos na Galileu. Daí, ele jogou a bola na minha mão. A ideia foi fazer uma revista que não existisse. Então, eu pesquisei em outras instituições, estrangeiras até, vi a revista da Harvard, vi da Johns Hopkins, vi outras revistas comerciais, tipo Cid, que é uma revista americana, New Scientist, essas revistas todas, e fui me inspirando. Só que, claro, eu olhei o que havia de ligado a uma instituição, porque uma revista comercial, bem ou mal, eu sabia fazer, já tinha passado pela Galileu, pela Scientific American, mas ligada a uma instituição, ainda não. Então, a gente pensou que precisava ter uma revista legal, e aí foi isso. Eu comecei a investigar o que seria um bom caminho, o que deveria constar em uma revista dessa, fui fazendo o projeto. Comecei a trabalhar no projeto em abril de 2009. Trabalhei, mais ou menos, uns dois meses no projeto, submeti à reitoria e eles aprovaram. Depois, começou a contratar gente e a fazer.

**SABER:** Como foi a escolha dos profissionais que trabalham aqui? Veio por indicação, por afinidade? São da universidade?

**GIOVANA:** Tanto o Pablo, quanto a Luciana, eu já conhecia, já tinha trabalhado com os dois em outros momentos. Eu sabia que ela tinha uma afinidade com biológicas, sabia da afinidade do Pablo nas exatas e nessa parte de arqueologia, essa parte de história. Achei que dava um mix legal. E o Igor, que era da formação original – ele já não está mais aqui –, já estava aqui na Unesp. Na verdade, ele tinha sido contratado junto comigo para uma ideia de revista, mas ele não foi uma escolha minha, já estava aqui na casa, e ele é físico com mestrado em física, mas que, também, se enveredou para jornalismo de ciência. Na verdade, é meio comum você ter no jornalismo de ciência, gente que vem da ciência, porque curte ciência, mas curte divulgação. Aí, vai para jornalismo.

**SABER:** Você falou que o pessoal curte a ciência, depois vem para o jornalismo. Mas, eles procuram aprender o jornalismo em forma de uma especialização ou vêm aprender aqui, no dia a dia?

**GIOVANA:** Jornalismo – vocês vão ver na prática – é uma coisa bem de prática. O cara tem uma afinidade para escrever, gosta de divulgar. Principalmente, para o jornalismo científico que tem essas duas características, gosta tanto de ciência, que gosta de contar a ciência para todo mundo. Você curte divulgar, curte escrever, se interessa por isso. É um ambiente super dinâmico. Você curte ciência, mas você não está para pesquisa, você não quer ser professor. Eu já vi tanta gente assim. Você vai ver na Pesquisa Fapesp, acho que tem dois ou três que eram cientistas.

**SABER:** Você falou que fez um levantamento de outras revistas internacionais. No final, como você definiu a missão editorial da Unesp Ciência?

**GIOVANA:** Parte veio da própria demanda que o reitor estabeleceu. Ele tinha uma noção de que a Unesp precisava melhorar sua divulgação. Isso foi um trabalho feito em toda a assessoria de imprensa: melhorar o atendimento à imprensa, os outros veículos da casa. Não é bem isso, acho que até não seria tão legal divulgar. Vamos supor, aqui em São Paulo, você tem três grandes universidades: a Usp, a Unesp e a Unicamp. Em geral, a Usp e a Unicamp saíam sempre e era uma certa percepção de que a Unesp também tem muita coisa boa e não está aparecendo tanto. Por que não está aparecendo tanto? Vamos fazer um trabalho para melhorar isso. E a revista veio nesse sentido de melhorar essa divulgação. Tem uma outra característica, essa sim é uma particular da Unesp: ela é uma universidade muito espalhada. Tem 33 unidades em 23 campi. Você tem, realmente, no Estado inteiro. Vai de São Vicente a Ilha Solteira, de Rosana a São José do Rio Preto, está espalhado pelo estado. E tinha muito essa percepção de o cara que está em São Vicente não sabe o que o cara de Ilha Solteira está fazendo, mas, eventualmente, eles podem estar trabalhando em áreas afins. Então, era importante melhorar a divulgação, internamente e externamente. Tanto que a revista foi pensada para circular na Unesp, para todos os professores e servidores, e isso dá 12 mil pessoas, mais ou menos. Só que a circulação da revista são 25 mil exemplares. Ela também vai para toda a imprensa especializada, ciência, saúde, educação, tem pesquisa médica, tem pesquisa em educação, não vai sair só na editoria de ciência da Folha. Uma matéria que poderia sair aqui, pode sair em outros lugares. Então, vai para toda a imprensa, para formadores de opinião em geral, vai para todas as agências de fomento, vai para todas as universidades, vai para todos os deputados estaduais, vai para todos os diretores de escolas de ensino médio de São Paulo, que já são 3500. Ela tem essa coisa meio de mostrar mesmo o que está fazendo, mas, além de ser uma revista que mostra o que a Unesp está fazendo, é uma revista que discute ciência. São duas linhas: uma coisa é você contar que tem um laboratório super bacana dentro da Unesp que está pesquisando como identificar se uma cerveja está fraudada, como é o trabalho desses caras específicos. Outra coisa é você fazer uma matéria como a bolha da nanotecnologia. Aqui você tem Unesp, mas você tem Usp, você tem Unicamp, porque isso aqui é discutir um grande tema da ciência nacional, até mundial. A revista se propõe para essas duas coisas: mostrar a universidade, mas também colocar a universidade como opinião, olhando para uma questão mais geral, como uma lupa. E aí, então, se propõe não só a ser um jornalismo institucional, mas ser um bom jornalismo de ciência.

**SABER:** Então, você falou que, hoje, a tiragem dela está em 25 mil. Esse público-alvo modificou da sua ideia inicial? Você pensou primeiro em uma divulgação interna para os docentes e discentes da Unesp?

**GIOVANA:** Discentes não. Docentes e funcionários. Os alunos não recebem a revista como público primário, mas eles acabam vendo a revista, até porque são muitos mestrandos e doutorandos. Eles acabam sendo fontes nas matérias, mas a revista, gratuitamente, chega para todos os professores e todos os funcionários. Está disponível na biblioteca e os alunos podem ver também, mas não vai para todos, porque senão teria que ser 50 mil exemplares. Tem muito aluno na Unesp, não ia dar para todo mundo.

**SABER:** Esse público-alvo foi modificando? Expandiram-se os docentes e funcionários?

**GIOVANA:** Não. É, mais ou menos, a mesma distribuição desde o começo.

**SABER:** Vocês fazem algum tipo de pesquisa constante com o público da Unesp Ciência?

**GIOVANA:** Como o grosso do nosso público são os professores, aliás, o grosso não. Mais ou menos, a metade do nosso público é unespiano e a outra metade está fora. É o público que a gente está entrando em contato para fazer matéria. Temos esse contato, mas nada com uma pesquisa formal. Como a gente está sempre em contato com eles para ver novas fontes, novas pautas, acaba tendo esse *feedback* de saber se a revista está agradando ou se não está. Em geral, o retorno tem sido bom.

**SABER:** Bom, falando em pauta, como surgem as pautas, as ideias das pautas? Os docentes mandam ideias até vocês? Vocês têm uma forma mais ágil de saber onde está sendo fomentado determinado tipo de pesquisa?

**GIOVANA:** A revista está inserida dentro de um órgão de comunicação e imprensa da Unesp. Até por isso, o assessor-chefe já tem um contato com as coisas mais importantes que estão sendo feitas na universidade. Em geral, isso é uma coisa que a gente está tentando melhorar. O pesquisador ainda não tinha essa cultura de oferecer pauta, até por causa dessa característica que a gente falou no começo, de estar espalhada, de estar no interior. Tinha muito essa coisa de estar ali, no seu canto, fazendo a sua pesquisa, falando com seus pares, mas não muito preocupado de passar isso para a imprensa. Isso está mudando. Alguns vêm chegando mais na gente, uma vez que você vai e faz a matéria. Acaba rendendo. Você sempre vai saber: se está conversando com um, ele vai te indicar uma coisa mais para frente e, assim, sucessivamente, esse contato vai se alimentando. Você parte do zero e você vai crescendo. É muito da nossa procura, também, por papers. A gente fica fazendo um rastreamento do que os pesquisadores estão publicando, a gente tem acesso a todos os bancos de dados de papers que estão saindo e como paper é uma coisa que acontece com um grande tempo entre você submeter o trabalho, o trabalho ser lido pelos pares, aprovado ou reprovado, e os veículos sabem quando as coisas vão sair, eles colocam os embargos, vai sair o paper tal daqui a um mês, isso fica disponível. Não é aberto para todo mundo, o jornalista tem uma senha para poder

ver isso. Mas aí, assina um termo de embargo que você vai respeitar. Com isso, a gente consegue saber até com certa antecedência algumas coisas que vão sair.

**SABER:** Qual o formato da pauta? Vocês têm um encaminhamento?

**GIOVANA:** A gente tem uma reunião de pauta todo mês. Normalmente, logo depois de fechar uma edição, já faz a reunião de pauta da próxima, mas tenta se antecipar um pouco. Normalmente, se estabelece algumas pautas que vão entrar nessa edição e algumas que já sobram para a próxima, vai tentando trabalhar com uma certa gaveta, uma certa antecipação, porque, eventualmente, uma coisa cai. Mas, aí a gente faz uma reunião com toda a equipe, cada um traz as suas ideias, coisa que procurou, coisas que viu num paper, que vai sair aqui, conversou com um e soube de tal coisa, ouviu de um assessor-chefe que vai ter não sei o que lá. Então, cada um chega com as suas ideias e a gente faz uma reunião. Quase sempre, na reunião a gente consegue fechar tudo que vai entrar na próxima edição. O pessoal, normalmente, já chega com proposta. Então, “olha, fulano rende um Perfil legal” ou “olha, acho que esse laboratório rende um Como se faz legal”, já chega com essas propostas, mas, na pauta, a gente tenta manter um equilíbrio entre exatas, humanas e biológicas e entre os campi. Tem alguns campi que são enormes, como o de Botucatu. Por ser um campus enorme, ele tem muita pesquisa, pode correr o risco de ter quatro matérias de Botucatu, o que não é legal, porque você tem que abarcar a diversidade da universidade. Assim que isso está decidido, as pessoas começam. A gente define quem vai fazer o que, qual vai para freelancer. Eu volto para minha mesa, faço a pautinha com prazos e datas, a pessoa vai fazer uma viagem no tal dia, depois a gente vai fazer uma reunião de layout no dia tal, a entrega do texto no dia tal e aí escalona a data das entregas, porque, óbvio, não pode chegar tudo no mesmo dia. E as matérias todas chegam para mim, eu edito, depois vai para o editor de arte, ele joga na página, tem uma reunião de layout com ele, o repórter vai e fala assim, “a gente foi, a gente tirou foto disso”. A gente vai ver as fotos ou a gente vai fazer um infográfico ou a gente vai fazer uma ilustração. Começa a riscar a página. O cara escreve no tamanho. Não, ele nunca escreve no tamanho, sempre escreve maior, e aí toca a cortar. Brincadeira, eles escrevem no tamanho e é isso. E aí, a gente fecha e vai para revisão. Basicamente, é isso.

**SABER:** Ainda sobre essas pautas. Tem algum critério de escolha sobre elas? Vocês trabalham mais com pautas de pós-graduação ou de graduação? São pesquisas que já estão finalizadas ou que ainda estão em andamento?

**GIOVANA:** Tem as duas coisas. Graduação menos. Normalmente, é pós ou do próprio professor pesquisador. Pode tanto ser uma pesquisa terminada, concluída, com resultado X, Y, Z ou em andamento, que é o caso, por exemplo, do Estudo de Campo. No Estudo de Campo, você tem o pesquisador em campo, literalmente. Ele ainda está fazendo a pesquisa dele. Porque, a gente chegou a uma conclusão, e isso foi uma coisa que a gente concluiu no projeto editorial: a pesquisa é mais do que o paper, a ciência é mais do que o paper. Então, não é só virar e falar assim: pesquisadores do campo de não sei o que lá publicaram a descoberta de uma nova espécie. Vai, é legal, mas não é só isso. Como é descobrir essa espécie? Como é ir a campo? Porque, a gente acha que isso tudo tem uma coisa de atrair o leitor, de mostrar que a ciência não é pronta, para começo de conversa. Não é fechada, ela está sempre em movimento. O pesquisador não é só o cara que publica o paper, o



pesquisador é o cara que enfia o pé na lama, que está debaixo de chuva para ouvir o passarinho, que se ferra, que prospecta e não acha nada. E a gente acha que isso tudo humaniza, aproxima, aumenta a curiosidade pela pauta. Acho que o leitor brasileiro tem o pesquisador como uma coisa fria e distante. Não, é uma pessoa, um ser humano, que está ali fazendo, que ta se dedicando. Então, a gente concluiu isso, que isso era legal de mostrar e eu acho que isso é o nosso diferencial, que é narrar, que é você ter a oportunidade de contar uma história. Uma história que está acontecendo. Não é só uma história pronta, tanto que é a seção que a gente mais gosta de fazer na revista, é o Estudo de Campo, com certeza. Mas, o Como se Faz também tem essa pegada, que é: como se faz pesquisa nesse lugar? Por exemplo, essa aqui (mostra na revista) é um estudo de campo, é um trabalho que estava começando. Essa menina é uma mestrandade de geografia, mas ela trabalha com uma área chamada geografia crítica e ela queria investigar como a ideia dos mercados municipais, em São Paulo, foi mudando de um centro de abastecimento para um centro turístico. A matéria ficou pequena, porque foi a última matéria que a gente fez na edição e ela acabou entrando no espaço que deu.

O que está acontecendo é o que ela quer descobrir. Então, você vai junto nessa investigação. Ela vai entrevistar um cara, você vai junto ouvir. O cara vai caçar passarinho, vai tentar investigar a vida do passarinho x, você vai junto. Então, às seis da manhã, você está lá na Juréia, ouvindo o passarinho com ele.

**SABER:** Então, nem sempre o resultado da pesquisa é tão fundamental? Mas, o processo de como ela se dá também é notícia?

**GIOVANA:** Exato. O resultado também vai virar notícia, mas é uma outra notícia, uma outra matéria.

**SABER:** Aí viraria uma suíte?

**GIOVANA:** Não. Ainda não aconteceu isso. Como a revista ainda está um pouco nova, muitas das pesquisas que a gente acompanha ainda estão rolando, algumas não concluídas. Isso é até uma coisa que a gente está analisando. Se a gente vai retomar algum tema que a gente já deu, a gente ainda não sabe, mas, por exemplo, essa daqui (mostra na revista), genoma, foi feito o genoma do boi zebu. É uma pesquisa pronta. O cara foi lá, sequenciou o genoma. Sequenciou o genoma é notícia? Afinal de contas, você sequencia um genoma todo santo dia, só você olhar bem. Desde que o genoma ficou mais popularizado, você tem genoma todo dia. Qual é a importância de você sequenciar mais um? Mas, você já tinha sequenciado o genoma principal do boi, agora é do zebu. Isso é importante, porque o zebu é o principal boi brasileiro, e isso pode ajudar na carne. É uma pesquisa que você está falando de um resultado pronto, mas você está prospectando no futuro também. A gente tenta não fazer matéria que poderia entrar no jornal. Quer dizer, as outras matérias também poderiam entrar no jornal. Quero dizer que a gente tenta não ficar só no resultado, sempre tenta pensar além, sempre tenta trazer algo a mais. Porque, se embasar em um paper e, se é um paper importante, uma revista importante, uma Natural, uma Science, os jornais, provavelmente, vão dar. E aí, como que você vai concorrer com isso, vai perder o sentido. É legal. Eles têm que dar mesmo, afinal de contas a pesquisa está lá na Natural e a pesquisa tem que ser dada. Mas, se a gente quiser abordar esse mesmo assunto, a gente tem que tentar buscar dar algo a mais. Essa é a diferença do resultado pronto e do resultado ainda em andamento: se

fica claro. Porque, eventualmente, a gente tem coisas que são concluídas, e você está contando, ela não saiu, ninguém deu.

**SABER:** Mais ou menos, o que a Fabíola de Oliveira fala no livro dela de jornalismo científico. Ela tece uma crítica de que o jornalista científico tem que fazer, mais ou menos, como o jornalista político faz. Justamente, a questão da prospecção do que vai vir. E na questão da construção do texto, vocês procuram buscar a construção da pirâmide invertida?

**GIOVANA:** Não. É revista, não é jornal. Você não tem que ter o que, quem, quando, onde, por que. Eventualmente, tudo bem, uma matéria menor você pode partir daí, mas, em geral, a gente busca uma narrativa, a gente tenta deixar os textos mais leves, mais gostosos de ler. Você conta uma história, mas, claro, não pode ser aquele baita nariz de cera. É obvio que o lead não é aquele lead quadrado, é uma revista.

**SABER:** Vocês trabalham com outras plataformas, fora a revista impressa e a versão online dela?

**GIOVANA:** Não, a gente não tem isso. Talvez, venha a acontecer. Temos o PDF disponível, temos o blog. Aí, no blog, eventualmente, a gente coloca um vídeo. Porque, quando a gente está em campo com o pesquisador e rende muito material, muita foto ou faz um videozinho de alguma coisa, aí a gente põe lá. Mas, é o máximo que a gente tem.

**SABER:** Redes sociais também?

**GIOVANA:** Sim. Usamos Twitter e Facebook.

**SABER:** A revista é disponibilizada na íntegra, em PDF online. Mesmo assim, ainda vale imprimir, por questões da distribuição?

**GIOVANA:** Sim, vale. Até porque – e aí voltando ao nosso público –, você está considerando o pessoal um pouco mais velho. Não que a gente considere nosso leitor velho, mas tem umas pessoas mais antigas, de revista. E tem outra – aí pode ser uma crença pessoal –, eu ainda acredito nisso aqui (o papel). E tem muitas pessoas que leem, você leva para qualquer lugar. É claro, os tablets vão permitir isso, mas eu não acho que elimine o papel.

**SABER:** Ela é disponibilizada em bancas também?

**GIOVANA:** Poucos lugares. Na Livraria Cultura. Acho que, hoje, está, basicamente, na Cultura e também dá para comprar na livraria Unesp, da editora Unesp. Então, lá tem disponível. E, agora, a gente está começando a ter assinatura, via editora Unesp.

**SABER:** E a questão de ser viável online e ter ela impressa seria, justamente, por causa da pessoa que é mais apegada ao papel?

**GIOVANA:** É engraçado. A revista sempre esteve disponível e ela não chega para todo mundo, tem uma tiragem de 25 mil exemplares, mas a gente sempre teve uma demanda de gente pedindo a revista, pedindo o papel. Não é uma revista com fins lucrativos. Óbvio que ela não foi feita para render dinheiro para a universidade. Vende, mas porque a gente percebeu que tinha mais gente interessada que não estava contemplada pela distribuição gratuita. Mas, aumentar a tiragem para atender todo mundo, também não é o caso. Mas, tem gente querendo comprar, tem gente querendo ler e a gente sabe que estamos fazendo um tipo de jornalismo que, apesar de estar ligado a uma instituição, não é 100% institucional. Uma pessoa, que é interessada em ciência, vai ter jornalismo de ciência aqui. Você vê: a gente está fazendo dois anos agora e, só agora, a gente está tendo esse negócio de assinatura, atendendo a demanda, atendendo a pedidos, porque o principal intuito é divulgar.

**SABER:** Estava fora da missão da revista?

**GIOVANA:** É. A gente até se surpreendeu um pouco, achou que poderia interessar outras pessoas. Mas, em um primeiro momento, colocamos esse valor. Mas, não achava que ia ser tanto, e agora achamos que tem um público.

**SABER:** Você sabe a quantidade de acessos que tem a versão online?

**GIOVANA:** Eu não sei, de cabeça.

**SABER:** A revista só trabalha com publicidade da própria universidade?

**GIOVANA:** Isso também tem a ver com essa outra discussão, que tem a ver com os fins lucrativos. Por enquanto, são só os parceiros. Então, tem um anúncio da editora Unesp e da Imprensa Oficial que imprime com subsídio. Mas, a partir desse mês, está abrindo critério de ter outros anunciantes. A gente recebeu uma ou outra ligação de gente interessada, mas não tinha vingado ainda e, também, porque a gente não tinha essa política. Agora, a gente está abrindo a possibilidade, vamos ver o que vai dar.

**SABER:** Dois anos de existência da revista. Os campi começaram a participar mais ativamente, depois que eles começaram a receber a revista? Eles procuram mandar mais pauta?

**GIOVANA:** Começou a ter esse feedback deles de oferecer coisa, mas, ainda, é mais discreto do que eu gostaria.

**SABER:** E como é feita a escolha do personagem que estampa a seção Perfil?

**GIOVANA:** Quando a seção foi criada, a ideia, no primeiro momento, era pegar pesquisadores mais velhinhos que tenham história, ou com a instituição, ou com pesquisa. De repente, é um cara que teve uma importância com a origem da genética no Brasil. O primeiro critério é até um critério meio bobo, acho complicado de contar isso, mas era meio ser velhinho, mas não só um velhinho. Não só porque tem 80 anos vai entrar, mas por ter essa relação de história com a universidade. Porque, a gente queria mostrar essas pessoas que estão fazendo desde o começo,

apesar de ser uma universidade relativamente nova. Ela foi criada como Unesp em 76, mas aglutinando institutos isolados que existiam no estado. Então, foram vários institutos isolados que se juntaram e viraram a Unesp, e alguns desses institutos têm 100 anos. Então, a ideia era mostrar quem tem uma história com a ciência paulista, brasileira. Mas aí, depois de um tempo, isso ia ficar um pouco limitado. Tem velhinho, mas não tem tantos. Velhinhos morrem e não é porque é velhinho que vai entrar. Aí, começou a mesclar com pessoas mais seniores, não necessariamente, velhas, mas seniores e com uma baita história de pesquisa. Professora Vanderlan Bolzani, do instituto de química, que é uma super pesquisadora da área de produtos naturais, condecorada no exterior. E a mulher além de ter uma baita história na pesquisa, ela pode fazer um panorama de como está a pesquisa, hoje, no Brasil. Mescla os dois tipos de pessoas. Essas que têm mais histórias, nesse sentido de contar a origem da universidade, a origem de alguma área, não estão atuantes e aí é legal, porque é super legal conversar com essas pessoas, porque elas estão cheias de histórias para contar. Essa mesmo desse mês, é uma velhinha muito louca. Ela trabalha com mitos indígenas, ela já tem 81, mas ela investigou a mitologia indígena, foi para o Xingu, foi para não sei onde. É muito legal a história de vida dela, ela vai contando isso, acaba sendo uma coisa super curiosa. A gente tenta pegar gente que tem essa história para contar, que tem coisas a mostrar, apesar de não estarem tão atuantes hoje.

**SABER:** Necessariamente, todos eles devem ser unespianos?

**GIOVANA:** Todos da Unesp. Eventualmente, pode ser até alguém que saiu, que não está mais hoje, mas que o forte da sua história foi construída aqui. Essa seção é, totalmente, institucional.

**SABER:** E a escolha da capa? O que você leva em conta para escolher qual matéria que vai para a capa?

**GIOVANA:** Tem que ser a mais abrangente, mais inédita. Inédita, assim, de inovadora mesmo, de alguém não ter dado atenção para esse tipo de assunto ou ter uma pegada muito diferente do que está acontecendo. Vamos supor, acho que aqui tem três exemplos legais. Essa matéria, “Quem vigia os vigilantes”, foi sobre segurança pública. A ideia partiu, porque a gente soube que tem um observatório de segurança pública em Marília, que analisa boas e más práticas de segurança pública. Até aí, tudo bem. Só que esse ano tem saído muita estatística de segurança pública: homicídio que cai, latrocínio que some. Mas, tem muito assim. Isso é uma coisa que os jornais estão noticiando o tempo todo, por quê? Porque a secretaria de segurança pública resolveu abrir os seus dados, que é uma coisa muito estatística. Tá, mas, o que isso significa? Se você for olhar os jornais, é claro que eles sempre colocam um analista para comentar os dados, mas não com uma profundidade de uma matéria como esta. E a gente descobriu que esse cara – até por analisar as estatísticas de todo o Estado, tanto municipais, quanto estaduais – estava compondo um quadro, um panorama, que a gente não tinha visto ainda, esse cara tem uma pegada diferente. Então, aqui você tem uma abordagem inédita e você tem a possibilidade de pautar a imprensa, porque a gente não pode esquecer que é uma revista institucional. Você está vendendo uma fonte nova, que a imprensa ainda não conhecia, mostrando que é um cara legal, que está com uma pesquisa inovadora,

abrangente, sobre um assunto que é importante para a sociedade. Eram vários critérios ali interessantes para você ter uma capa.

Essa da nanotecnologia foi até engraçada. O que aconteceu foi que o Pablo chegou com uma pauta para a gente de um médico da Unesp que tem dois tipos de tratamento usando nanotecnologia para tratar problemas oculares. A gente falou, “legal, mas entre tantos”. Quantas pessoas não estão usando nanotecnologia para fazer novos tratamentos? Isso não é matéria para a gente, ou se é, é matéria pequena. Não é uma matéria grande, só contar um tratamentinho. Mas, nanotecnologia está todo mundo falando. Na prática, você ainda não sabe quais os riscos que ela causa para o ambiente, para a saúde. Tem uma série de discussões, uma série de painéis internacionais que estão começando a abordar o assunto. Mas, qual é o pito que a nanotecnologia apita? A gente foi buscar uma abordagem diferente. Não é só, a nanotecnologia pode trazer mil e novas possibilidades para a medicina, para a engenharia, para a agricultura. Não. Pode trazer benefícios, mas tem risco. Porém, os riscos todo mundo falou. Qual que é a nanotecnologia agora, para onde ela vai? Por quê? Por que ela está começando a ser criticada? É bem isso que a gente escreveu aqui. No princípio, era a revolução, agora os cientistas estão reduzindo as expectativas em torno da nanotecnologia, reavaliando seu potencial inovador, investigando os impactos à saúde e ao meio ambiente. Isso foi super curioso. Para bom entendedor, meia revista basta. No mesmo mês que a gente deu essa capa, a Ciência Hoje deu uma capa também de nanotecnologia. Mas, eram os avanços da nanotecnologia. Aí, você olha e fala que isso aqui é uma abordagem diferente, aquilo ali é o que todo mundo dá. É essa a nossa busca sempre. Onde a gente pode mudar o que todo mundo está dando, o que a gente vai trazer de realmente novo para o público. Porque, mais uma matéria igual não importa. Você tem que trazer alguma abordagem diferente, você tem que instigar de alguma forma diferente.

**SABER:** Fizemos algumas análises das edições passadas. A gente viu que as fotografias têm um peso grande, as ilustrações são muito bem feitas, as fotografias muito bem pensadas. A revista foi pensada com um editorial fotográfico mais elaborado?

**GIOVANA:** Sim. Sempre foi essa a ideia. Tem que ser uma revista bonita, não adianta só ser bem escrita. Um calhamaço de texto não vai ajudar. Por melhor que seja o texto, tem que ser agradável, tem que ser uma revista gostosa de ver.

**SABER:** Como vocês selecionam o que vai para a seção Click?

**GIOVANA:** O princípio é que ela tem que ser um flagrante de algum fotógrafo nosso, quando está em campo. Então, a gente está fazendo uma matéria, de repente, ele vê uma coisa bonita, legal, ligada à natureza, e fotografa.

**SABER:** É sempre voltado nessa parte?

**GIOVANA:** Não, não é só natureza, não. Na verdade, tem algumas humanas. No caso, eu acho que aqui, as três vão ser de natureza. Pode ser, tanto fotógrafo nosso, como colaboração de professores, pesquisadores. Essa daqui foi isso (mostra na revista). Esse menino mandou para a gente, o Fábio, fez essa foto, ele é um especialista em sapos. Isso aqui é um sapinho que tem três centímetros, só que

ele fez um super close, e ele está todo camuflado, você vê que ele está da cor do chão. Ele fez esse registro e mandou para a gente. Isso tem a ver com a pesquisa dele. O Click, normalmente, tem que ter a ver com pesquisa ou que a gente tenha feito na situação de acompanhar uma pesquisa. Porque, tem que ter uma historinha. Essa daqui foi tão legal (mostra na revista). Essa foto, na verdade, o Guilherme fez, que é o nosso principal fotógrafo colaborador. Ele fez, porque achou bonita, e a gente achou bonita também. Quis dar, mas não tem muita história. Descobri que eram formigas lava-pés, contei um pouquinho. Ela aconteceu durante uma matéria. Então, tudo bem. E aí, depois um leitor viu e falou que, realmente, achava que eram lava-pés, mas que era da espécie tal e ela estava comendo um besourinho não-sei-das-quantas. Ele conseguiu identificar tudo isso na foto, mandou para a gente, foi tão legal que a gente até publicou na seção de cartas. Ele falou, “adoro as fotos e notei que as formigas estão cercado um hemíptero da família não-sei-das-quantas, provavelmente, para se alimentar. A gente achou o máximo, porque, o cara colaborou mais.

**SABER:** E quantas seções fixas vocês têm?

**GIOVANA:** Perfil, Cartas, Como Se Faz, Estação de Trabalhos, Estudo de Campo, Quem Diria, Arte, todas essas. Isso aqui são seções fixas (mostra na revista).

**SABER:** Mas, algumas revistas têm em uma e não têm na outra.

**GIOVANA:** Aqui tem em todas. O que acontece, eventualmente, é que o Estudo de Campo vira matéria de capa. Aí, o que acontece é isso aqui (mostra na revista): você tem Estudo de Campo, aqui tem quatro, ele não está aqui, mas aqui tem quatro, está vendo. Porque, normalmente, são três matérias e todas essas seções. Se a gente tira uma daqui e põe para cá, aqui vai ficar quatro. As seções têm sempre, essas aqui têm em toda edição. O que já aconteceu é que, em vez de a gente dar três matérias, a gente dá duas, e fica duas de oito páginas e uma seção cresceu um pouco mais, porque, em geral, a gente tem capa de oito, uma matéria de seis e uma matéria de quatro e você tem as seções: Perfil com seis páginas, Como Se Faz com quatro, Estação com duas, Estudo de Campo com seis, Quem Diria com duas, Arte com duas, Livros com duas, Click com duas e Ponto Crítico com uma. Eventualmente, acontece. É que se o Como Se Faz rende mais, pode ficar com seis páginas, então, a gente vai diminuir duas páginas de uma matéria. Mas aí, às vezes, isso pode mudar. Ou a matéria de capa estava tão boa que merece dez, então, já aconteceu isso em uma edição. A matéria de capa ficou com dez, o Como Se Faz ficou com seis e aí caiu uma matéria. Mas, as seções têm em todas.

**SABER:** Você falou do projeto gráfico, que vocês procuram valorizar a imagem. Algo mais que você poderia falar para a gente? O que foi pensado no projeto gráfico da revista?

**GIOVANA:** Bom, isso tudo é projeto gráfico. Ter bolinha, mas isso são as frescurinhas. Isso é sempre igual, as bolinhas, as linhas e isso tudo é projeto gráfico. Imagem, ter fotos bonitas, grandes, bem feitas e infográficos, na medida do possível. A gente, também, tenta acrescentar na produção da reportagem uma explicação, dependendo da tecnicidade do assunto. Essa matéria de capa é uma pesquisa com fósseis, não fósseis animais, fósseis vegetais. A gente brincou: é a verdadeira selva

de pedra, porque são árvores fossilizadas. E é legal, porque é muito anterior aos dinossauros, é de 250 milhões de anos e aí os caras estão tentando recompor como era a paisagem local. Então, a revista tenta dar uma ideia do que era essa paisagem local. Você tem uma região que, hoje, é cerrado nordestino, entre Maranhão, Piauí e Tocantins e é uma região em que chegava o mar, e era uma região com muito mais rios, com árvores muito maiores do que você tem hoje. Na verdade, isso aqui não foi o exemplo mais feliz nosso, mas é tentar ajudar, é complementar a informação. Você está contando de uma paisagem quase fictícia, se você pensar que é um tempo tão remoto, a gente tenta ajudar com infográficos.

Você vai fazendo uma matéria de espaço – acho que essa edição tem Marte –, você está falando de um planeta, o que isso significa? Você está falando da atmosfera do planeta, como que é essa pesquisa? Você tem que ter um infográfico explicando o que eles estão fazendo. Eles estão tentando limpar as imagens da superfície de Marte. É tão árida, é tão difícil que precisa. Na medida do possível, todas as matérias têm. A gente tenta ilustrar da forma que vai mais contribuir para a compreensão. Se foto resolve bem, precisa de infográfico, vamos fazer um infográfico, vamos chamar um infografista. A gente não tem aqui na equipe, isso é tudo contratado de fora. Então, o infografista vem aqui, faz reunião e vamos pensar no infográfico. Eventualmente, é uma matéria mais conceitual, aí vai e tasca uma ilustração, tipo essa daqui (mostra na revista). A gente pode usar foto, mas vai, realmente, acrescentar? Aí, a gente brincou com ilustração. Então, são as três possibilidades, e gráficos, na medida do possível. Enfim, a ideia é, realmente, complementar a informação. A gente não tenta fazer nada muito gratuito, é sempre trazer um algo a mais.

**SABER:** Já fomos avisados pela literatura, pelos professores, que a relação entre o jornalista científico e o pesquisador, às vezes, é complicada, porque o pesquisador vê uma pesquisa de anos resumida em quatro páginas, sempre alguma coisa acaba se perdendo. Como tem sido feita essa relação entre o jornalista científico e o pesquisador?

**GIOVANA:** É, eu acho que isso é uma coisa que você vai construindo ao longo da sua carreira mesmo. Essa dificuldade você vai poder ver em qualquer lugar, qualquer lugar que vai ter jornalismo científico.

**SABER:** Elas existem?

**GIOVANA:** Existem, mas acho que depende muito da sua postura e da forma como você se apresenta para o pesquisador, da forma que você se prepara. Eu acho que isso é muito importante. Se você chega para entrevistar completamente cru, completamente sem saber o que é o trabalho, achando que tudo vai se resolver na entrevista, você está num bom caminho para tudo dar errado. Tem que se preparar. Matéria de ciência você não faz descobrindo a matéria no dia. Você tem uma pauta, então, antes de fazer uma entrevista, vá ler, vá pesquisar, vá fuçar no currículo lattes do seu pesquisador. Não pode simplesmente chegar e “ah, me conta tudo aí”. Saber mais sobre a pesquisa é o primeiro, você vai demonstrar confiança para o cara. Agora, é claro, você surge com uma revista, primeira edição, o cara pode ficar um pouco receoso, mas você vai lá faz um trabalho bom, você vai lá faz mais outro trabalho bom, você vai ganhar a confiança da pessoa, é um trabalho de confiança. Mas, eu acho que é parecido com a política: você não ganha a confiança do seu

político da noite para o dia, do pesquisador também, mas você tem que fazer direito e tem que ser rigoroso. E aí, uma coisa que a gente faz, por ser Unesp, por ser uma revista institucional – isso você não vai ver em revistas mais independentes –, é submeter a matéria à fonte depois, mas não é sempre. Você vai fazer uma matéria que tem dez fontes, você não vai passar a matéria inteira para as dez fontes, não faz o menor sentido. Você vai fazer matéria com um monte só, você está em dúvidas, os termos estão certos, manda. A sua intenção é ser correto, claro, não é uma matéria investigativa, você não está indo lá ferrar a pessoa. A gente tem que ter essa diferença de abordagem.

**SABER:** São trazidos certos contrapontos? Porque tem um pesquisador que está pesquisando por uma doutrina diferente de um outro pesquisador que está pesquisando a mesma coisa. É questionado esse embate para enriquecer a matéria?

**GIOVANA:** A gente tenta, na medida do possível, trazer os contrapontos, porque a ciência não é pronta, você não tem uma verdade única. Claro que você vai construindo, por isso, que tem essas coisas dos pré reviews, dos seus pares. Você faz um artigo e submete, as pessoas vão tentar replicar aqueles dados, depois de replicar, aquilo continua se mostrando aquilo. Então, começa a chegar perto de uma verdade. Mas, eventualmente, daqui uns 50 anos, alguém vai derrubar aquilo. É claro, é pedir muito da área, mas humanas, principalmente, você vai ter diversas opiniões. Essa história da nanotecnologia, tem gente que acredita, piamente, que continua sendo um grande “boom” e tudo mais. Você tem que trazer, você não pode assumir uma opinião, você tem que trazer a diversidade. Isso é jornalismo. Não é porque é jornalismo de ciência que tem que ser diferente, é jornalismo. Jornalismo tem que ter contraponto, tem que ter todos os lados. Então, isso também acontece aqui.

**SABER:** Qual a principal dificuldade do jornalista que trabalha nesse segmento, no jornalismo científico?

**GIOVANA:** Eu acho que é um pouco isso que você falou do contato com o pesquisador, mas nesse sentido de você tentar. Você tem que se aprofundar, você tem que aprender. Eu sempre digo que o grande barato que eu vejo no jornalismo de ciência é que cada matéria você aprende um pouco. Por mais que você domine o assunto, que você já tenha feito 25 matérias daquele assunto, você vai fazer uma coisa nova, você está aprendendo. Ao mesmo tempo em que isso é fascinante, é claro que é uma dificuldade. Dificuldade assim é uma demanda. Você não faz uma matéria muito trivialmente, você sempre tem que se esforçar. Isso é difícil. Agora, fora isso, é o trabalho com a sua fonte ou você com você mesmo. Acho que a maior dificuldade mesmo é você fazer isso ficar legal para o leitor. A hora de escrever o texto tem que pensar bem no que você vai contar, o que é importante e o que não é, se isso vai ficar claro, será que se aprofundar demais vai ajudar ou vai só piorar. Você tem que raciocinar. No texto, às vezes, o pessoal sofre. Você vê assim, tanto que aqui, normalmente, na hora de escrever a pessoa prefere ficar em casa, vai se concentrar, porque a redação é um pouco barulhenta, ou, às vezes, você está estudando tanto o assunto que ele já ficou claro para você, mas na hora de escrever, você tem que pensar que você está falando com um público totalmente leigo. Então, eu diria que o texto ser didático, e não é o didático pelo didático, aquele



didático bobinho, porque senão fica parecendo livro didático. Você tem que ser atraente, você tem que ser claro, você tem que simplificar a ponto do seu leitor entender, mas sem ofender o seu pesquisador. Até o Carlos Eduardo, que é nosso colunista, escreve isso nesse mês. Eu acho que é bem legal para vocês, que é isso que ele fala. É o clássico dilema, você tem que ser simples o suficiente para um leigo ser capaz de entender, mas ser estritamente correto para não agredir os cientistas que serviram como fonte. Acho que isso aqui resume, um pouco, a problemática do jornalismo científico.

**SABER:** Ficar entre a cruz e a espada?

**GIOVANA:** É.

**SABER:** E qual a sua visão sobre o jornalismo científico, hoje, no Brasil? Você acha que ele está crescendo? Ou que ele não está sendo tão procurado? Há várias faculdades que fornecem pós, mas há interesse dos jornalistas buscarem, é uma área que o jornalista tem procurado desenvolver? Tem tido campo no Brasil, hoje?

**GIOVANA:** Um pouco cíclico, mas eu não tenho o visto crescer muito, não. Você vê nos grandes jornais: você tem Folha, com editoria de ciência, no Estadão você tem uma grande editoria que se chama Vida E, que tem ciência, saúde, ambiente e educação, e mais alguma coisa que eu não lembro agora. Acho que O Globo traz um jornalismo de ciência e só. Aí, você tem algumas revistas, mas que são cada vez menos científica, eu diria. Tipo Superinteressante, Galileu. Por outro lado, você tem o extremo como a Scientific American, difícil assim, ela não é acessível. Você tem a Ciência Hoje, a Pesquisa Fapesp, essas que circulam mais. A Unesp não coloco nesse mesmo hall, porque é mais restrito, apesar de estar disponível lá. Mas, eu acho que o público tem interesse, eu acho que tem temas que estão pegando na mídia, que são importantes e que não adianta você achar que qualquer um pode fazer. É bom que seja alguém que seja especializado ou que tenha essa visão do jornalismo científico. Por exemplo, aquecimento global, transgênicos, acidente nuclear, mas tem coisa assim além de notícias, além de você falar “Fukushima teve um acidente”. Estava prestes a se romper com o terremoto, é importante analisar, é importante você ter essa visão do jornalismo, nem sempre tem. A demanda existe, o público pede, mas você tem alguns jornalistas que estão se especializando nisso, mas são uns 20, 30, não são muitos. Mas, eu acho que ele tem a sua importância, a importância de informar, de ensinar entre aspas. É óbvio que não está substituindo uma educação formal, mas eu acho que ajuda a formar uma opinião. Como você vai julgar se você é a favor ou contra um transgênico, se você não entende direito o que ele é? E o jornalismo científico vai fazer isso. Ou como você entende se é importante o seu candidato do governo do Estado adotar uma política de redução das emissões de gás carbônico, se não entende a importância das emissões de gás carbônico. Então, acho que o jornalismo científico tem essa função e que o grande jornalismo tem que incorporar cada vez mais. E eu acho que, aos poucos, tem surgido a iniciativa até de mesclar um pouco isso. Eu acho que começou mais com o ambiente, uma abordagem da sustentabilidade, que permeia todo o jornalismo. Então, você vai ter essa abordagem na economia, você vai ter essa abordagem em cidades. Talvez, com o jornalismo de ciência, isso possa aparecer um dia. Com o ambiental já está aparecendo e é uma área que está dentro do científico, mas eu não te diria que está crescendo. Mas, há uma necessidade de crescer. Se bem que

em outros lugares do mundo, teve uma baita redução de equipe de ciência. É complicado, porque, eventualmente, em um momento de corte vão achar que ciência é firula.

**SABER:** A gente sempre foi educado na nossa faculdade que a didaticidade não pertence ao texto jornalístico em si, mas a gente vê que em determinados segmentos do jornalismo, ele é meio que didático.

**GIOVANA:** Como é? Que não faz parte?

**SABER:** É, no jornalismo geral, o texto jornalístico não seria didático, dentro de um veículo diário.

**GIOVANA:** Não sei, depende. Se você vir no manual da Folha, ser didático é norma deles. Texto da Folha tem que ser didático.

**SABER:** Mas, minha questão é a seguinte: dentro da Unesp Ciência, você falou que os discentes não são tanto o público-alvo.

**GIOVANA:** Eles são. O que acontece é que eles não recebem a revista na distribuição geral. Na nossa distribuição tem 12 mil exemplares que vão para os professores e funcionários, e o resto da revista está aí para quem quiser ver. O aluno é alvo, é claro. Eu quero que o aluno leia a revista, eu quero que o aluno saiba o que está acontecendo no campus dele. Ele só não a recebe de graça. Mas, esse é meu público, claro. Em geral, o universitário é meu público. Meu público-alvo, não é meu público que está recebendo, diretamente. Porque, veja, se o orientador recebe, ele vai ler, ele vai se interessar. O aluno quer ver, vai acabar chegando por esses outros meios, chega pela internet, chega porque recebeu a revista de alguém, vê na biblioteca. Então, ele é público-alvo. Eu só digo que ele não está, hoje, recebendo a revista, gratuitamente. Mas, é óbvio, que ele é alvo.

**SABER:** E no início, foi pensada a revista como um produto de assessoria de imprensa da Unesp, ou sempre foi separada?

**GIOVANA:** Ela é.

**SABER:** Ela é tida como um produto?

**GIOVANA:** Ela é um produto da assessoria de imprensa. Isso aqui é assessoria de imprensa, ela é feita aqui dentro. Isso aqui serve para divulgação. Vamos supor essa história do genoma do zebu que eu estava contando. A gente deu a matéria e foi feita uma coletiva aqui. A revista saiu no dia da coletiva. Chegou da gráfica no dia da coletiva. Então, ela foi junto no material de imprensa. Ela é, óbvio, material de assessoria

**SABER:** Você já trabalhou nas duas áreas, na Galileu e agora na Unesp Ciência. É muito diferente na hora de produzir as matérias, trabalhando com ciência?

**GIOVANA:** Acho que a maior dificuldade é esse limite da pauta. Foi uma coisa que vocês não perguntaram, mas assim, ela é uma revista institucional, então, a gente

não pode fazer uma matéria na revista sobre a Usp. Na Galileu poderia. Então, nesse sentido a pauta lá é mais abrangente. Eu poderia ir lá e fazer uma matéria com pesquisadores americanos. Aqui, o que eu posso fazer são duas coisas: matérias gerais de grandes temas da ciência brasileira ou da ciência mundial, o que tem várias fontes, inclusive a Unesp. Eu não posso fazer uma matéria sem ninguém da Unesp, mas eu posso fazer uma matéria com gente da Unesp e com gente de fora, e matérias da Unesp, Laboratório, Estudo de Campo, o Perfil. Essas são matérias da Unesp. Num grande jornalismo, na verdade, eu trabalhei na Folha e no Estadão também. O mundo é sua pauta, você pode ter matéria de qualquer lugar, então, isso é diferente. Mas, na confecção da reportagem, a forma de apurar, a forma de investigar se mantém. É claro que, eventualmente, a gente é institucional. Eventualmente, você vai ter cuidado, óbvio. Se você sabe de um podre do pesquisador, não vai entrar, claro. Mas, essa é a diferença, só. No formato, na forma de fazer, na forma de investigar, na forma de apurar, na forma de levantar dados. Isso não é só no jornalismo, como em qualquer lugar.

**ANEXO B**  
**ENTREVISTA COM EMILIANO URBIM**

**Entrevistado:** Emiliano Urbim, 32 anos, diretor de redação da revista Galileu. Formado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS), tendo concluído em 2001. Fez o curso da Folha de S. Paulo e, desde 2002, está em São Paulo. Já trabalhou nas revistas MTV, Capricho, Superinteressante. Cursa especialização em escrita criativa, no Instituto Superior de Educação Vera Cruz.

**Dia:** 06/09/2011

**Horário:** 11h30

**Local:** Redação da revista Galileu, no prédio da Editora Globo, em São Paulo.

**Meio:** Presencial

**Assunto:** A revista Galileu e o jornalismo científico.

**SABER:** Você está há quanto tempo aqui?

**EMILIANO URBIM:** Entrei em abril deste ano. Antes, eu estava na Superinteressante.

**SABER:** A revista começou como Globo Ciência. A gente fez os cálculos e ela está há 20 anos em circulação. É isso?

**EMILIANO:** Sim, fez 20 anos mês passado.

**SABER:** Você sabe a razão dessa troca de nomes?

**EMILIANO:** Eu não estava aqui. Eu não sei te dizer quais foram exatamente os argumentos. Acho que, em algum momento, sentiram a necessidade de descolar do programa de TV, porque a revista já estava muito diferente do programa de TV. E foi nessa época, então, que mudou o nome da revista. Eles quiseram se aproximar bastante da fórmula de sucesso que já estava dando certo na Superinteressante. E aí, teve muita capa de história, de religião, de qualquer coisa vagamente relacionada ao Código Da Vinci, nazismo, Jesus, Judas. Enfim, foi uma época que isso estava vendendo muito a revista.

**SABER:** A Galileu trabalha, também, na plataforma online. Desde quando vocês estão com essa “disponibilização” dela online?

**EMILIANO:** Eu não vou saber te dizer exatamente, mas faz um tempo. Eu já trabalhei aqui antes de eu ir para a Superinteressante. Então, eu acho que, mais ou menos, desde 2004, 2005, todo o texto já estava disponível para os assinantes abrirem algumas matérias. E, hoje, a gente já abre quase tudo no mês seguinte. Então, na hora que chega a edição de setembro, boa parte das coisas do mês de agosto a gente começa a abrir no site. Eu acho que não faz muito sentido deixar fechado algo que já saiu da banca e que não atrapalha venda nenhuma.

**SABER:** Vocês acabam abrindo a revista antiga completa online ou isso é gradual?

**EMILIANO:** É gradual. É, mais ou menos, as coisas que a gente acha que vai ter interesse, que ficaram mais legais. Não tem nada determinado, mas quase tudo acaba entrando. Acho que uns 80% da revista acaba entrando no site. A gente tem uma cobrança por audiência, e essa audiência é completada, em grande parte, por

chamadas no portal globo.com. Então, sempre que a gente consegue emplacar uma chamada lá é uma festa, vale a semana. Esses dias entrou lá no alto da página da home da globo.com, uma matéria nossa que a gente cometeu um equívoco. Era uma mentira, uma história, a gente foi muito na pressa, mas ficou 15 minutos no ar. A gente avisou a globo.com que estava errada, para tirar do ar, e nesses 15 minutos já deu audiência de uma semana. Não ocorre de todo mundo entrar no galileu.globo.com, já a globo.com quase todo mundo entra, todo dia, em algum momento, para ver alguma coisa.

**SABER:** A gente vê que existem outras plataformas que estão surgindo também, como os tablets. Vocês já trabalham com tablets?

**EMILIANO:** Já. Foi na edição que eu cheguei. Desde a edição de abril já está no Ipad especificamente, o tablet da Apple. Primeiro de graça e agora é cobrado. E a gente quer logo ter para os outros modelos.

**SABER:** Com essa vinda dos tablets e a criação do e-paper também, você acha que a revista de papel ainda vai durar ou ela vai ser substituída por essas novas tecnologias e plataformas que estão vindo?

**EMILIANO:** Eu sempre sou muito cauteloso com essa história de que vai acabar. Eu entrei na faculdade em 1997, e já se falava no fim do papel e que o site ia dominar. E nem tinha nenhum aparelho específico naquele tempo. Notebook ainda era muito caro e já se falava que o jornal não fazia mais sentido, que a revista não fazia mais sentido e tal. E eu acho que todos esses formatos acabaram encontrando algum jeito de continuarem relevantes, de continuarem fazendo sentido. Então, acho que a revista continua. No Brasil, ainda tem muita gente começando a ler, ainda tem muita gente tendo os primeiros 10 reais na carteira para poder escolher uma revista para comprar no fim do mês, e querendo. Então, acho que, antes da gente pensar numa etapa em que alguns países já estão, de gente abandonando o papel, acho que ainda tem gente, no Brasil, para chegar ao papel. Não sei se essas pessoas vão ler as revistas que existem hoje. Isso é uma questão importante, mas, com certeza, revista ainda vai ter, por um bom tempo. Ainda tem muita gente descobrindo revista, começando a ler revista, chegando ao meio impresso e tal. O tablet, a gente ainda não sabe se as pessoas vão usar para lerem revista. Eu acho que todo mundo compra o primeiro número por curiosidade, só para ver como funciona. Um monte de gente comprou uma revista americana que chama "Wired", que é uma que inspira muitas revistas no Brasil. Por um tempo, foi uma grande inspiração da Galileu. Comprou o primeiro número, o segundo já foi metade, o terceiro já foi um quarto e agora já estão dando de graça de novo. Então, eu não sei se é exatamente um aparelho no qual as pessoas vão ler revista. Eu o acho muito bom para as coisas que distraem mais, para ficar na internet.

**SABER:** Para essas novas plataformas, vocês tomam cuidado de criar um texto diferente? Ou a mesma matéria da revista é disponibilizada na íntegra?

**EMILIANO:** Por enquanto, ainda é o mesmo texto, a mesma coisa, o mesmo tamanho. Se tiver alguma mudança é mais estética, feita pelo próprio revisor. Se for alguma coisa maior, ele até consulta, mas, por enquanto, ainda é o mesmo texto e a gente não chega a mudar muito a cara da matéria. Se for ver ela no Ipad, ela está do

mesmo jeito. O que a gente acrescenta bastante é algum gráfico, a gente o deixa interativo. Se tem mais foto que não coube na revista, a gente coloca. Na capa, a gente sempre faz alguma brincadeira, alguma animação.

**SABER:** Busca também o uso do hipertexto, do hiperlink?

**EMILIANO:** Só no índice mesmo. Virou meio que uma etiqueta de revista em tablet não linkar para fora. Só linka para o próprio site da revista ou para alguma matéria nossa que esteja no site. Assim, virou meio que um jeito de fazer revista, que faz algum sentido até para tentar manter o mínimo de foco, de concentração naquilo que o cara está lendo, não sair muito. Então, eu estou lendo Galileu, eu vou ficar só dentro das coisas da Galileu. Acho que o link pode ser muito bom, pode ser muito ruim. No caso da revista atolar de coisinha, acho que ia distrair muito. Por exemplo, o cara ia baixar a revista para ler e ele ia ler outra coisa, até chegar ao Kibe Loco.

**SABER:** Quantos jornalistas trabalham aqui na redação?

**EMILIANO:** Eu sempre erro a conta. Tem eu, a redatora-chefe, diretor de arte. Abaixo da redatora-chefe, dois editores. Abaixo dos dois editores, a editora assistente e dois repórteres. Abaixo do diretor de arte, o editor de arte. Abaixo dele, dois designers, estagiário da arte. Mais a editora do site, repórter do site, estagiária do site e o revisor. Todos os jornalistas são formados. Nos cinco da arte varia a formação: tem cara que fez Artes Plásticas, tem cara que fez Publicidade, Desenho Industrial. Porque, dependendo do Estado, não tem o mesmo curso. Às vezes, é uma especialização dentro de outro curso. Enfim, o cara vai chegar fazendo a mesma coisa, mas acabam se achando por caminhos diferentes. Daí, tem mais três fixos do site (todos jornalistas) e um revisor que é formado em Letras. Muitas das revistas têm um revisor fixo. O normal é que seja um profissional que apareça no final do mês para o fechamento.

**SABER:** Vocês têm algum infografista que trabalhe direcionado para a Galileu ou para o departamento de arte?

**EMILIANO:** Todo mundo da arte, razoavelmente, é capaz de fazer um infográfico. O Fábio, que é o editor de arte e o André, que é designer, têm uma intimidade maior com a linguagem, tendem a pegar mais. Mas, não tem ninguém com esse cargo, com essa tarefa específica.

**SABER:** E os jornalistas que ficam responsáveis em abastecer tanto o website quanto a revista, há uma divisão de pautas? Eles são especializados em determinadas áreas ou eles cobrem todo tipo de matéria?

**EMILIANO:** É separado, na verdade, o site da revista. Já foi mais junto, o que eu acho que faz muito sentido num jornal e até numa revista semanal, quando tu estás o tempo inteiro fechando coisa e o ritmo é outro. Enfim, o ritmo do site fica mais parecido com o dia a dia da redação. Na revista mensal, a gente viu que atrapalhava assim. O cara do site não parava para fazer a matéria dele da revista e o cara da revista também. É engraçado, quando a gente começa a trabalhar em revista mensal, a gente meio que desaprende a escrever rápido, a gente começa a ficar preguiçoso. É como se tivesse que ligar uma chavezinha na hora de escrever para o

site, rapidamente assim, e dava esse problema. O cara acabava atrasando a vida do site, porque não conseguia escrever e aí deixava de fazer coisa da revista e quando alguém do site tinha que fazer coisa da revista, acabava deixando o site na mão, porque no site são só três. Na verdade, dois e meio, porque estagiário fica menos horas. Daí, acabava desfalcando muito o site. Então, hoje já é um troço que contradiz o que todo mundo está dizendo, que tudo é integrado e tal. Aqui, pelo menos, numa revista que se supõe moderna e tecnológica, é tudo separado.

**SABER:** E os jornalistas da revista, eles têm alguma especialização? As pautas são divididas por preferência, ou todo mundo cobre todo tipo de pauta?

**EMILIANO:** Oficialmente, não tem o editor disso ou daquilo, mas, no dia a dia, a gente sente quem tem mais intimidade com o que. Até seria desejável que a gente tivesse. Se fosse uma equipe maior, se a gente conseguisse dividir direitinho, eu até gostaria que a gente tivesse, de repente, o editor de tecnologia, editora de saúde, editor de hardscience, ciência mesmo, física, química, mas não chega a acontecer. O que tem são preferências pessoais de quem está ali, assuntos que interessam eles no dia a dia e que acabam sugerindo pautas. Eu acabo passando coisas mais a ver com a vocação da pessoa, mas não há nenhuma formação específica. Não que eu ache que não precise. Gostaria sim, apoiaria muito se alguém viesse dizendo que faria uma pós em jornalismo científico, por exemplo. Acho que até tem na Unicamp, eu acho legal, vai atrás, bacana, mas, por enquanto, não tem essa especialização oficial. Até porque, é uma equipe muito jovem. Eu tenho 32, os editores têm 29, o outro tem 28 e os repórteres têm 24, 25. Então, nem deu tempo para eles se especializarem muito. Nós estamos bem no início, mas acho super desejável. Eu só estou fazendo pós agora, e acho que demorei muito. Estou fazendo de escrita criativa, numa faculdade que tem aqui perto. Gostaria de ter feito logo depois que eu me formei, assim já está no pique, já tem uma rotina de estudo. Acho muito desejável que as pessoas procurem especializações.

**SABER:** Vocês costumam usar matérias de freelancers?

**EMILIANO:** Bastante. Acho que são poucas as revistas, no Brasil, que fazem quase tudo dentro. Na Abril, por exemplo, era a Veja, a Exame e olha lá, só essas. Talvez, a Contigo. Aqui é a mesma coisa. São a Época, Época Negócios e a Quem. O resto tudo é freelancer. A redação concentra os editores, as pessoas que decidem, meio que dão a cara da revista, e o resto é todo feito fora. No caso do expediente da Editora Globo, fica mais explícito, porque há todos esses que trabalham aqui com carteira assinada e tal, esses “colaboraram nesta edição”. Tem aqui uns 20 nomes, é tudo freelancer.

**SABER:** Vocês buscam esses freelancers ou eles vêm até vocês?

**EMILIANO:** É meio a meio. Às vezes, os caras escrevem para a gente, mandam e-mail, “quero colaborar, gosto da revista, como é que eu faço?”. Manda ideia de pauta. Geralmente, o primeiro contato com o cara é esse. Inclusive, essa é uma dica boa para os seus colegas e até para vocês: não adianta mandar currículo. Às vezes, o cara manda o currículo dizendo que “estou disponível, caso haja uma vaga”. Para mim, o currículo é muito impessoal, não diz nada sobre o cara. Me diz muito mais sobre ele se ele diz que acompanha a revista, ou não. Não é obrigado a



acompanhar a revista, “mas gosto da área e pensei na seguinte matéria, tem a ver. Vocês gostariam de fazer?” Sabe, é fácil assim. Se eu receber um e-mail e eu achar que a ideia é boa, a chance é que, em meia hora, ele já vai ser contatado por alguém para começar a trabalhar naquilo. É como as redações acabaram se estruturando. Antigamente, elas eram muito maiores, tinham editor disso, repórter daquilo, era um negócio. E, hoje, as redações ficaram menores, é verdade. O que se ganhou com isso, foi essa agilidade. Se eu precisar fazer uma matéria sobre um assunto muito específico, eu posso ir atrás de um especialista, um jornalista freelancer que domina aquele assunto muito mais do que qualquer pessoa que eu tenho aqui na redação. Por exemplo, vou fazer uma matéria de videogame. Até, no caso, a gente tem repórter que entende bastante de videogame, mas acredito que outras revistas não têm. Se a *Época Negócios* for fazer uma matéria sobre o mercado dos videogames, eles provavelmente vão atrás de alguém que entende disso, alguém que não vai começar do zero a apuração.

**SABER:** Você acha que essa especialização do jornalista está mais na prática dele do que no conhecimento particular de uma pós? Você acha que tem mais valor?

**EMILIANO:** Do jeito que eu falei, ficou parecendo isso. É o que eu observo na prática. Eu acho que, às vezes, o cara acaba se tornando mais especialista num assunto por escrever muito sobre aquilo, por entrevistar muita gente daquilo, por cobrir bastante aquele assunto. Porque, às vezes, o cara vai fazer uma pós mais genérica como mídias sociais, ou comunicação de massa. Essa que eu estou fazendo para escrever melhor, não é sobre assunto nenhum. No máximo, sobre literatura. Acho que o cara acaba se especializando na prática, no dia a dia mesmo, no conjunto de trabalho sobre determinado assunto. E isso capacita ele para escrever para qualquer meio. Acho que o cara que entende de espaço, por exemplo, Salvador Nogueira, que era da Folha e depois foi editor no G1 e, hoje, está em casa, ganhando dinheiro escrevendo para todos os lugares é isso. Ele entrevistou tanto cientista brasileiro, russo, americano e viu tanto foguete, nave e satélite, que ele pode escrever a qualquer momento, qualquer matéria para qualquer site, revista, qualquer coisa interativa que imaginarem, tablet. Se o cara achar um nicho e investir nele, é um bom caminho, abre muita porta na hora de fazer freelancer, de colaborar para qualquer tipo de veículo.

**SABER:** A gente analisou a Galileu e viu que ela tem uma pegada bem jovem, investe bastante em imagem, gráfico, o texto é bem leve. Como você poderia resumir a missão editorial da Galileu?

**EMILIANO:** Difícil. A gente está em um momento de mudança, de avaliação, de ver o que a gente vai fazer no ano que vem. Mas, acho que vai continuar valendo essa aqui: “o futuro antes”. Acho que foi um belo achado de quem estava aí, de quem fez o projeto anterior. O diretor de arte continua, mas, antes de mim, estava o Ricardo Moreno. Eles chegaram nessa coisa que resume o que a gente quer fazer aqui: quer apresentar tendências, quer trazer para o dia a dia do cara o que está acontecendo, quer trazer tudo de novo. Sempre que alguém vem com uma pauta, o nosso corte é, geralmente, assim: “o que tem de novo isso aí?”. Parece meio óbvio, em se tratando de jornalismo. O que a gente aprende na faculdade é que, dificilmente, alguma coisa vai ser notícia se não for nova. Mas, no mundo de revista é um pouco diferente. Em algumas revistas emplacaria a pauta “a história da cerveja”. Pauta legal, divertida,

quero ler. Mas, na Galileu, necessariamente não. Acho que para diferenciar, para dar um corte, a gente tem que buscar essa linha aí: novidade, tendência, uma coisa que o cara nunca viu. Até nos últimos meses, a gente tem falado de temas tradicionais: dieta, carreira, memória, cérebro. Mas, sempre, buscando os últimos estudos. A gente só entra nesses temas quando aparece um negócio novo sobre ele. Não estamos fazendo um catadão de nada, nem almanaque.

**SABER:** Quem é o público que lê a Galileu?

**EMILIANO:** Acho que ele ficou um pouco mais velho com o tempo. Acho que, antes da reforma que eles fizeram em 2009, eram pessoas mais de colégio, acho que até o vestibular, tanto que até tinha a sessão de passatempo, tinha uns negócios meio assim. Ficava no meio do caminhão entre a Mundo Estranho e a Superinteressante. Sei lá, vou chutar que antes era dos 12 aos 17. Acho que, hoje, a gente deu uma envelhecida, no bom sentido, amadurecida. Então, ninguém tem problemas, só desafios. Acho que o nosso leitor ainda é um público universitário, o cara que já entrou na universidade, já sabe o quer, já está com a carreira direcionada, já tem grana para comprar algumas coisas, já está fazendo suas escolhas. Então, seria dos 20 aos 30 anos. Eu sei que é uma faixa ampla e que, numa agência, iam me dizer que o cara de 20 é totalmente diferente do de 30. Mas, é mais ou menos isso: homem e mulher de 20 a 30, classe A e B.

**SABER:** Em média, qual é a tiragem da revista?

**EMILIANO:** Está em torno de 200 mil: 100 mil assinantes, está conseguindo vender em torno de 30 mil e o resto vira rebarba, vai para estoque, é vendido em rodoviária.

**SABER:** E a abrangência dela é nacional?

**EMILIANO:** É nacional. O Brasil inteiro. Tem uma distribuição mais forte no Rio e São Paulo, porque é onde mais tem banca, onde as pessoas mais compram, mas a ambição é estar nas bancas do Brasil todo.

**SABER:** Vocês têm uma pesquisa? Vocês costumam pesquisar o público que está assinando, que está lendo a revista, para sempre estar atualizando? Como você disse, no início, o público era mais jovem e, hoje, é um público mais maduro. Isso vem de pesquisa que vocês fazem junto ao público?

**EMILIANO:** Este último projeto veio mais de um desejo de mudar de público. Foi um troço que veio muito mais de dentro para fora. Eles sentiram que estavam com muitas capas de religião, de arqueologia, de história, estavam muito parecidos com a Superinteressante. E aí, eles quiseram mudar, fazer outra revista, para sair na frente desse concorrente tão forte. Fui à banca outro dia, tem outras revistas, não param de aparecer. Tem a Mundo Estranho, tem uma da BBC que chama Conhecer, tem uma que apareceu agora, Você Tem Que Saber, tem a Como Funciona, tem um monte. Daí, foi um desejo daqui. Acho que até teve uma pesquisa geral do mercado para ver se esse público existia, se essas pessoas estavam lá fora. Mas, foi assim, um troço pontual para mudar o projeto. E, agora, quando eu entrei, a gente fez mais algumas mudanças, viu que tinham sido cometidos alguns excessos, tinha virado a revista da internet, tudo era Facebook, Twitter, para matérias sobre isso. Sabe um

troço que a gente usa no dia a dia direto, mas que não, necessariamente, todo mundo quer ficar sabendo sobre aquilo. Tinha um excesso disso aí, deu uma volta. Por exemplo, essa direção que a gente tomou já estava sendo tomada um pouquinho antes de eu entrar. Eles já estavam dando capa de comportamento, um troço que a gente está chamando de ciência do comportamento. Não teve pesquisa, nem nada, foi no feeling. Não defendo isso. Está dando certo, a gente aumentou um pouquinho as vendas, mas não sou nenhum defensor do feeling, do chute. Adoraria poder ter o feeling e ter, também, pesquisa direta para embasar o que eu estou fazendo e saber o que as pessoas estão achando. Mas, pesquisa é muito cara. Uma pesquisa de verdade, abrangente, que consiga falar com um monte de gente é cara de fazer para os custos de uma editora, que tem um monte de comprometimento, que tem que dar lucro. Então, a gente faz muito menos do que eu gostaria, sei que tem cara que chuta o balde e não quer saber, mas eu gostaria de saber se as coisas estão dando certo, se as pessoas estão gostando. Cada vez menos gente manda carta, cada vez menos gente escreve. Se o cara gostou da matéria, ele vai comentar com o amigo dele no Orkut, no Facebook. Ele usa isso como a seção de carta dele. Eu fico feliz da vida quando eu vejo alguém no ônibus que está lendo a Galileu. Eu fico olhando para ver como que o cara está folheando, que página que ele parou, se ele gostou. O cara deve achar que eu sou louco. Acho que ele pensa: “eu comprei a revista e fica o cara querendo ler”. Eu morro de curiosidade. Já trabalhei em outras revistas, quando tem algo bem mais limitado do que poderia ser, se faz com alguns grupos de pessoas. Não sei se vocês já viram aquelas salas que é que nem de filme americano de delegacia, com um espelho falso. Ficam pessoas sentadas vendo eles olharem. Fazem com uns quatro grupos. Acho muito pouca gente para definir o que vai fazer numa revista dali um, dois anos. Aí, tu saís dali com umas frases, com umas coisas. Mas, daí, de novo, tu estás usando o feeling, entendeu? De novo, tu estás filtrando, tentando pegar o que tem de bom ali. Coisa que montadora de carro, sabão em pó, fazem toda semana. Coisa que a Rede Globo faz com novela a cada dia. Eles juntam umas sete donas de casa para saber se elas estão gostando da trama tal com fulano e, com isso, eles vão melhorando a novela. Eu acredito em pesquisa sim, gostaria de fazer mais, mas a gente faz muito menos do que pode.

**SABER:** Nesse organograma que você descreveu, não entrou a figura do pauteiro. Como é feita a seleção de pauta, a reunião de pauta?

**EMILIANO:** A figura do pauteiro tem bastante em jornal diário, em editorias maiores. Eu trabalhei na Folha. Tem o cara que chega antes, de manhã bem cedinho, vê o site de todos os negócios, vê o jornal do concorrente e vai distribuindo. Aqui não chega a ter. Eu acabo fazendo, um pouco, essa função. Essas revistas são coisas que eu estou vendo, estava mais cheio, eu dei uma arrumada. Mas, aqui a Superinteressante, sempre tenho que ver, a Época, fora o monte de site que eu vou entrando aí. Então, eu acabo distribuindo, sigo alguns sites, algumas pessoas que estão ligadas em coisas que interessam à Galileu, e vou distribuindo ao longo do mês. Quando começa o mês seguinte, todo editor, alguns repórteres, já têm uma listinha de coisas que eu passei para eles irem atrás.

**SABER:** O pessoal daqui da redação também acaba colaborando, trazendo pautas?

**EMILIANO:** Claro. Esse é um método: o Emiliano vendo coisa e passando, “vem ver se isso aqui rende”, “achei interessante, vamos copiar”, “acho que esse aqui

ninguém vai ver”. Hoje todo mundo vê tudo. E outra, a gente tem a reunião de pauta. Formalmente, no dia da reunião de pauta, senta todo mundo numa mesa, numa mesa grande, e fica lá cada um levando suas sugestões e daí vendo o que emplaca ou não. É um momento bom, tanto para ver as ideias que as pessoas têm, quanto para o outro ouvir a ideia e acrescentar, ou dizer que não é tão novo. Ou, de repente, juntam-se dois caras que trouxeram a mesma ideia. Acho que o principal são esses dois processos, porque eu não escrevo nenhuma matéria, o meu trabalho é ficar captando o que está rolando por aí.

**SABER:** Para elencar essas pautas, levando em conta que é uma revista científica: você considera mais o critério da novidade ou do interesse público?

**EMILIANO:** Eu acho que tem uma diferenciação entre divulgação científica e o que a gente faz, que é um pouco parecido com o que outras revistas fazem. Nesses dois processos, nas reuniões de pauta e nas sugestões que eu passo, o primeiro interesse mesmo é o do leitor, do quê o cara discutiria na mesa de bar, que assunto ele levaria adiante, que ele comentaria com os amigos. Se ele está numa roda de caras falando de dieta, daí ele leu a Galileu, ele tem mais informações, ele vai se sobressair, ele não, necessariamente, é uma pessoa inteligente, mas ele gosta de parecer e aí eu penso sempre nesse cara que é curioso, que quer informação sobre o mundo em volta dele, que quer saber disso. Que é um pouco diferente de uma divulgação científica estrita. Nesta, seu compromisso seria com a pesquisa que tivesse mais novidade, que tivesse quebrando mais barreiras, tipo um baita desenvolvimento de um cara. Às vezes, essas matérias de física, que a gente nem entende o que o cara descobriu direito, ele decifrou uma coisa que naquele campo é importante e o cara divulgou aquilo para ser reconhecido pelos pares dele, usa jargão próprio. Mas, de repente, não interessa, se meu leitor, se no dia a dia, eu não conseguir responder uma pergunta muito simples que é “e eu com isso?” Aí, dificilmente, vai estar na revista. Talvez, a missão da revista seja o “e eu com isso?”. Às vezes, há coisas fantásticas de arqueologia, de internet, se descobriu alguma besteira de rede social, mas isso aí não vai chegar ao Brasil, vão vender a empresa para o Google e vão desaparecer. E porque a gente está levantando a bola desses caras. Isso num extremo de tecnologia. Aí, descobriram a rãzinha da mata atlântica do não sei o quê. Realmente, para os caras que acompanham isso, que curtem ciência, é informação para eles. O leitor que eu estou buscando agora, não é o leitor que curte ciência por ciência. É o cara que quer explicações para a vida dele, explicações científicas para a vida dele. Tem cara que busca explicar a vida dele com religião, com autoajuda, com a mãe dele, com o psicanalista. Mas, eu vou explicar com ciência. Porém, na decisão, o primeiro corte é esse: será que o cara que está em casa vai se importar com isso? Como que isso muda a minha vida? É o corte para capa, especificamente. Para capa, acho fundamental que seja assim. A capa é o cartão de visita da revista, é a cara da revista, é o que o cara vê primeiro, é o que ele vai guardar. É a informação que a gente vai conseguir passar para ele. O segundo corte que pode virar matéria é ter uma história legal. Tem que ser uma história boa de contar. Às vezes, tem coisa muito relevante, muito bacana, muito importante, mas que a história é chata. É, por exemplo, um cara que, ou fez uma pesquisa que se esperava que se chegasse naquilo, ou que foi muito fácil de fazer, ou foi feita num laboratório muito cheio de recurso. Então tá, tudo bem. Mas, não tem novidade nenhuma nisso. No mês passado, a gente deu uma matéria de uns caras que estão fazendo roteador de internet com sucata, no meio do Paquistão.

Este mês tem uma meio bizarra, com uns caras que são cientistas e que querem porque querem, provar que existe pé grande, curupira, esses negócios assim. Isso é muito legal. Se você ler, você vai conseguir contar para alguém. Seria esse o segundo fator, o fator de propagação.

**SABER:** Muitas vezes, a fonte da matéria é o cientista. Vocês têm o zelo com aquele cientista que já terminou a pesquisa dele e já tem a conclusão X e Y ou vocês também vão atrás daquele pesquisador que ainda está com a pesquisa em andamento, sem ter uma conclusão?

**EMILIANO:** Primeiro penso no que meu cunhado gostaria de saber e depois eu procuro se tem alguém pesquisando sobre isso. Uma publicação estritamente ciência, uma editoria de ciência de um jornal, por exemplo, eles estão vendo o que os caras estão pesquisando, o que tem de novo. Para a gente, parte de uma inquietação bem mais cotidiana, bem mais do dia a dia. Daí, a gente pensa: provavelmente, deve ter alguém pesquisando sobre isso no Brasil ou no mundo. Como eu te falei, se não tem novidade, a gente não dá. Se tudo o que eu vou conseguir falar sobre o negócio o cara já leu, não há razão publicar. Mas se já tem novidade, entra no caso que você falou. Às vezes, o cara já concluiu, já virou um livro para o público em geral, coisa que acontece muito nos Estados Unidos. O cara está no meio da pesquisa dele e já faz ali um livro, até com um jornalista junto. Mas, quando ele está no meio da pesquisa, às vezes, ele pede até para não divulgar. Às vezes, você até entra em contato. Imagina o assunto e vamos ver quem está pesquisando. Você descobre que ele está pesquisando, mas que ele não pode divulgar, porque ele quer esperar. Enfim, o processo acadêmico é lento, tem que ser corroborado por um monte de instâncias. Então, a gente respeita. É o caso de uma matéria que a gente queria fazer muito, que eu não vou falar sobre o que é, mas que um cara seria a fonte principal. O assunto é muito palpitante, todo mundo falaria sobre isso e a gente só tem pesquisa velha na mão, só coisas não comprovadas e esse cara parece que está fazendo um negócio diferente. Mas, ele pediu sigilo e desde antes de eu entrar, já estavam atrás do cara para ele falar, mas ele não vai falar. Ele só vai divulgar quando sair e nós estamos aguardando. Mas, tudo bem, senão a gente acaba entrando num caminho perigoso, que é o de divulgar coisas que não têm comprovação nenhuma, corroboração nenhuma. Aí, a gente cai num outro caso, de pessoas divulgarem coisas que não estão prontas, aí a gente fica com o pé atrás. Como assim? Você nem concluiu e já quer que vire matéria, já quer dar entrevista. Se a gente quer manter credibilidade com os leitores, com as nossas fontes, a gente tem que respeitar os ritos, os processos acadêmicos todos.

**SABER:** Como vocês buscam humanizar cada reportagem?

**EMILIANO:** Acho eu que isso vale para tudo, né? Não só para jornalismo que fale de ciência. As pessoas sentem falta dessa proximidade. Uma coisa que a gente tenta fazer é deixar o texto menos sério, menos empostado. O que não quer dizer que devemos usar gíria e nem ficar falando com leitor se dirigindo a “você”. Sabe, como aqueles textos que têm que aparecer no Jornal Hoje, Esporte Espetacular? “Você sabia disso, leitor?”. O que eu quero dizer, por ser mais informal, é escolher palavras, verbos, substantivos, adjetivos, que você usaria no dia a dia. Não faz sentido um guri de 20 anos escrever “entrementes”, se pode falar de outra forma mais simples. O que a gente quer é que o leitor entenda. Nosso compromisso é com

o cara que está pagando. Uma coisa é a linguagem. Outra coisa é para a gente, contar ações do dia a dia do cara, o que eu estou querendo dizer com isso. A gente cobrindo ciência, às vezes entra em termos muitos específicos, com números muito grandes, nome de bichos muito estranhos e processos muitos complicados e que, com certeza, o cientista gostaria que a gente escrevesse o nome certo que ele usa no dia a dia para ele se comunicar com os outros cientistas. Mas, aí, o leitor não vai entender. A gente tem que achar um jeito mais didático, umas comparações boas para que o cara consiga entender. Isso vai desde o texto até a arte. Como conseguir uma síntese visual para explicar aquilo? Nessa aqui tem um exemplo assim (ele mostra a revista): “Colméia anti-bomba”. Talvez, um título mais rigoroso, “cientistas usam abelhas para identificarem o cheiro de explosivos”. Só que a gente tem que humanizar isso. Demoramos para encontrar essa foto (da capa que ele comenta). Eles colocam as abelhas dentro das caixinhas para identificarem o cheiro. Com essa imagem, o cara entende o que se quer dizer. Nessa outra capa sobre dieta, também. O tempo inteiro, a gente se via voltado com comparações de coisas de nutrição: como a célula funciona, como que o os glicídios, as proteínas e não sei o quê. Acontece, que se você já leu sobre isso, você até entende, mas a gente precisava de comparações para trazer isso para o cara. Então, qual foi a metáfora que a gente conseguiu achar para permeiar a matéria inteira? A vida é um vício? Então, vamos o tempo inteiro comparar com droga, com trago, com outras coisas e vamos permeando a matéria inteira. Então, desde a abertura, que é uma brincadeira com o cara que não resistiu e vai usar aquela droga de novo, até os intertítulos. Alguma coisa de vocabulário que deu para mexer. A gente vai usando todo um vocabulário próprio de usuário de droga, depois de recuperação e tal. Ou seja, deixou de ser uma matéria de nutrição sobre vigilantes do peso e passou para uma matéria sobre vício e, nisso, a gente conseguiu ser feliz.

**SABER:** Vocês têm algum tipo de publicidade específica?

**EMILIANO:** Esse é um problema desse segmento: ter anúncio. Porque, pensando um pouco o lado dos publicitários e o pessoal da publicidade aqui da editora, todo mês eu posso falar de qualquer coisa: nutrição, tecnologia, teoria da conspiração, a gente fala de tudo. Para o cara que está vendendo é difícil. Numa revista de moda, eu vendo anúncio de bolsa, maquiagem, roupa, acessório. No caso dessa revista, o público é muito amplo: de 20 a 30 anos. Tem cara curioso, tem aquele com uma motivação muito mais do intelecto do que por coisas que ele consome. Aí, fica difícil. A gente tem bem menos anúncio do que a gente gostaria, nos últimos números deu uma melhoria, mas, em nenhum momento, a gente teve que acrescentar mais página porque venderam mais anúncio, porque venderam mais publicidade.

**SABER:** Há matérias que vão para o site e que não, necessariamente, vêm para a revista?

**EMILIANO:** Quase tudo que sai no site são notas curtas, é uma linguagem bem diferente. Cerca de 90% do que sai no site é uma notinha. Notícia rápida em cima de uma foto, em cima de um vídeo, em cima de uma informação muito pontual. São as coisas que a gente vem fazendo. Vamos retomar os blogs e vamos começar a ter coisas de novo, mas cobrindo os mesmos assuntos: tecnologia, tendência, inovação, o que tiver de novidade em cultura, mas num outro formato, imaginando o cara que está ali na capa da globo.com, viu um título interessante e vai ler. O nosso foco é

numa leitura bem rápida, notícias curtas e, eventualmente, alguma matéria da revista, a gente vê que ela é muito quente, que ela é muito boa de dar naquela hora e que, se a gente der dali a 15 dias, ela vai ser muito velha. Então, a gente acelera aí e passa para o site. Mas, geralmente, costumam ser coisas separadas mesmo.

**SABER:** Analisamos a Galileu com relação ao layout da revista e vimos que as imagens são bem pensadas, as páginas muito limpas. Como é feita a escolha da foto? Como é trabalhada a imagem dentro da revista?

**EMILIANO:** É uma revista diferente de fazer das outras revistas. Um troço que eu quis emplacar aqui, que eu trouxe de outros locais que eu trabalhei – passei pela extinta revista MTV, Capricho, Superinteressante –, é o apelo visual. Todas as revistas tinham um apelo visual muito grande. E as páginas mais bem sucedidas eram as que o repórter que estava escrevendo a matéria, estava conversando com o cara que estava desenhando. Acho que, se vocês veem esse resultado, isso é fruto de uma conversa permanente que vai desde a reunião de pauta até a hora que está fechando o material, ou seja, entre o jornalista e o designer.

**SABER:** Quantas seções fixas vocês têm aqui na revista?

**EMILIANO:** Cara, não tenho aqui de cabeça.

**SABER:** Varia de edição?

**EMILIANO:** Não, não. O ideal é que não varie. A gente encerrou várias seções que a gente achou que a fórmula estava esgotada ou que não tinha mais a ver com as mudanças que a gente quer fazer. Daí, agora está meio desfalcado, mas nos próximos meses vai ter várias novas. Eu gosto bastante de seção fixa, é um negócio que dá uma cara para a revista, é um negócio que valoriza. É um marco da revista, é onde o leitor consegue se localizar. Uma coisa que, se o leitor gosta daquilo, no mês que vem, ele procura aquele espaço. Muitas vezes, a pessoa pensa em um colunista, um nome fixo, que o cara vai lá em toda edição e o lê. Como o José Simão, na Folha. Acho que o formato da seção pode ser muito forte e fazer o cara voltar e reconhecê-la, no meio daquele monte de coisa que são as notícias que mudam todo mês. As seções cumprem esse papel de segurar, de dar um mapa para o cara se localizar. Um número, eu não vou saber te dar, mas eu sou bem fã de seção e coisa fixas.

**SABER:** Pelo o que você comentou, a revista está passando por uma grande mudança?

**EMILIANO:** Teve uma mudança grande recente, em 2009, que foi quando ela deixou de falar sobre alguns assuntos. Hoje, não tem mais capa de religião e história. E se concentrou mais nessa visão no presente e no futuro, do que no passado.

**SABER:** Vocês têm pretensão de expandir o número de páginas da revista?

**EMILIANO:** Expansão não passa pela gente. É sempre determinada pelo número de anúncios que ela conseguir vender. É o anúncio que paga o papel, a tinta, meu salário. A gente depende muito da verba publicitária. Às vezes, a revista está

vendendo muito, mas nem tem tanto anúncio, e tem revista, que nem vende tanto, mas tem anúncio. Essa mudança de 2009, inclusive, foi motivada pela esperança de ter mais anúncios, mas não vieram. São mil motivos que aí vocês nem tinham que estar me entrevistando. Se as vendas tivessem caído, mas os anúncios tivessem vindo, talvez eu nem estivesse aqui, talvez o cara ainda estivesse aqui. Mas, daí a gente deu essa mudada para pegar coisa mais de comportamento, sabe, tentando esse viés. Por enquanto, está dando certo, não sei até quando, e veio mais anúncio. Acho que seja motivado por uma venda maior mesmo. Não é nem por ter achado ali um nicho, que agora eu sei para quem eu vou vender. Acho que é porque vendeu um pouquinho mais. Lá na lista de prioridade dos caras deve ter passado de décimo para nono. Agora, a gente quer aprofundar essa mudança. Mas, isso a gente ainda está estudando. Esse ainda é o projeto gráfico antigo, mais limpo, mais clean, sem alguns excessos, mas, essencialmente, ainda é o mesmo projeto.

**SABER:** As imagens são produzidas por um fotógrafo? O infografista é também um jornalista ou o jornalista trabalha junto com o designer?

**EMILIANO:** Infográfico é sempre os dois juntos, geralmente.

**SABER:** O jornalista da matéria?

**EMILIANO:** É. Às vezes, até o freelancer faz uma apuração que nem sabe o que vai virar depois e ele se surpreende de ver que ficou tão bonito, tão organizado e tão colorido. Por exemplo, esse aqui (folheia a revista): “como que os países, da onde os países tiram a energia deles”. O que a freelancer mandou? A Bruna Fazano mandou um Excel com os nomes dos países e com as porcentagens da onde vem a energia deles: tanto vem de hidrelétrica, tanto vem do carvão, tanto vem de coisa e tal. Aqui que o Tiago Mali, editor, ficou quebrando a cabeça junto com o André e, depois, com o Ricardo, para a gente pensar em como a gente vai chegar a uma imagem que fale de energia e que mostre a proporção do negócio. Todo mundo junto queimando neurônio para fazer, no caso, o infográfico. O infográfico tem que ser conjunto, porque senão acontece do texto dizer uma coisa e o infográfico outra. O designer precisa de uma orientação. É isso, eu apuro e mando o Excel para ele, mas preciso dizer o que é importante ali dentro. Isso vai desde o infográfico até a arte de uma matéria (folheando e mostrando outro caso). Isso aqui, por exemplo, foi tudo uma longa matéria entre a Priscila, que é editora, e o Ricardo. O que eles fizeram? Discutiram sobre quais comidas deviam estar ali. Sabe, não foi para um estúdio e passou no supermercado antes e comprou tudo que ele achava gostoso. Aqui (mostra o trabalho) são os saudáveis, também não podia ser qualquer um. Ela falou para ele o que tinha que ter e o Ricardo escolheu dentro dos que tinha que ter. Ele escolheu o pão mais bonitinho, o tomate mais vermelho. Uma foto produzida, então, tem essas conversas o tempo inteiro. Não é uma revista fácil de fazer, não é uma revista que você pega umas fotos de arquivo e tal, que, às vezes, se aplica, mas é o jeito mais fácil e barato de fazer uma revista e ninguém reclama e acha tudo bem ter uma matéria de relacionamento com dois canadenses sentados numa grama verde. Nunca ninguém vai saber quem são aqueles caras e tal. Existem muitos jeitos de fazer as coisas (folheando novamente). Aqui é diferente, aqui é fotojornalismo, a gente já está falando de outra coisa. A Ingrid já tinha o assunto. Isso é uma seção que não é uma seção. A gente sempre tem uma matéria que é bem visual, que é em cima de foto. Ela tinha apurado que a guerra lá no Iraque, o



avião não vai com o piloto dentro, para atacar. O piloto fica lá na Califórnia com um joystick assim. Tu tens isso, então vamos atrás das fotos. Inclusive, as primeiras que ela achou eram mais precisas, mas eram ruins. Numa revista, a gente tem que ter essa preocupação das fotos ficarem bonitas. Há vezes que a foto é boa, mas aí vai para o papel e precisa de uma resolução maior. Aí, pedi uma pesquisa de imagem, ela fez uma filtragem, sabe, do helicóptero e ela pegou a que ficou mais legal. De maneira que a gente não tem um fotógrafo fixo e são poucas revistas que têm um fotógrafo contratado. Eu acho que as revistas que ainda têm, é porque os caras já eram contratados e foram ficando.

**SABER:** Então, vocês contratam fotógrafos todo mês?

**EMILIANO:** Todo mês, a gente contrata fotógrafo freelancer. Nessa matéria, a gente contratou vários fotógrafos de cidades diferentes. Cada cidade a gente contratou um fotógrafo.

**SABER:** Vocês têm o cuidado de procurar um fotojornalista?

**EMILIANO:** Eu acho que o critério acaba sendo o cara ser um bom fotógrafo. A gente sabe que outros têm a manha de tirar mais retrato, outros mandam melhor em estúdio. Para nossa revista, dificilmente, a gente vai falar “corre lá no centro que estourou um troço lá”. A gente acaba não chamando muito esses profissionais para coisas factuais.

**SABER:** Vocês encontram muita dificuldade quando a fonte é o cientista?

**EMILIANO:** Vou pegar uma água, porque isso vai render...

**SABER:** Quando vocês têm como fonte o cientista, como fica essa relação entre jornalista e cientista, quanto ao espaço da matéria?

**EMILIANO:** Eu acho que o cara tem que entender. Não vai caber tudo na revista. Nem sempre a gente tem espaço. O assunto das nossas pautas não é a pesquisa dele e, sim, o problema que as pessoas têm e em quê a pesquisa dele vai resolver. Acho que o cara tem que estar preparado para isso. Engraçado, vejo uma facilidade muito grande do cientista gringo entender isso. Você manda, os caras respondem no mesmo dia ou na mesma hora. Cara com PhD, candidato a Nobel. Eles são super disponíveis, educados no trato com a imprensa. Educados no sentido de saber que não vou poder dar tudo o que ele está dizendo e nem vou poder usar as palavras dele. Não vou errar e chamar aracnídeo de inseto. Bom, pode ser que eles não saibam ler português e daí eles...

**SABER:** Nesse caso, eles nem pedem a matéria de volta?

**EMILIANO:** Alguns pedem. Às vezes, tem uns brasileiros trabalhando com eles, como assistentes de laboratório, e eles querem para guardar, para ter também. Comentam: “ficou legal, ficou bacana”.

**SABER:** Mas, vocês enviam a matéria antes de publicar?

**EMILIANO:** Isso é outro assunto que a gente pode falar depois. Mas, os caras são muito disponíveis, e tudo bem, eles não leem as matérias, mas eles estão dispostos a responder e a explicar de novo. Um acesso que eu não sei por que, a gente não encontra nos pesquisadores brasileiros. Os caras são muito receosos que os trabalhos deles vão ser distorcidos, estão sempre viajando, sempre passando adiante. Nunca é com eles, nunca querem entrar num assunto mais espinhoso. Às vezes, nem é espinhoso. Outro dia, a gente queria saber qual é a altura que um tijolo precisa ser jogado para matar alguém. “Ah, eu não posso me comprometer com esse tipo de declaração”. Há muita desconfiança de que vai distorcer. Em alguns, essa falta de compreensão do que é fazer jornalismo, e nem estou falando do nosso que nem se encaixa 100 por cento em divulgação científica, o cara não entende que não vai caber a tese dele inteira ali, não vai dar para explicar nos termos dele. O compromisso é com o público e não com os pares dele. Eu vejo uma dificuldade maior entre os acadêmicos brasileiros. Eu não sei. Vendo pelo lado deles também, evidentemente, que sai distorção. Muita gente que não entende nada sobre aquele assunto entrevista o cara e vai escrever, e depois não checa com ele e sai um monte de besteira. Eu tenho impressão que os gringos veem isso como um efeito colateral de divulgar o seu trabalho. Vou dar 100 entrevistas, vai sair umas 10 que vão avacalhar o que eu disse. Eles, talvez, encaram como um prejuízo previsto, e talvez aqui os caras não vejam dessa maneira, são mais receosos. Não estou dizendo que eles deveriam contar com os erros dos jornalistas, mas eu acho que, se você dá um volume de entrevistas maior, é inevitável que uma hora vá cair na mão de alguém que não está prestando atenção direito ou que não entendeu.

**SABER:** Matérias mal apuradas existem e acontecem vira e mexe. Você acha que essa cisma da imprensa geral e o cientista não consegue ver essa imprensa segmentada?

**EMILIANO:** Difícil dizer assim. Acho que é uma coisa de orgulho, do cara não querer se simplificar, não querer parecer saber menos do que ele sabe. Ele não quer dar uma entrevista chamando a bactéria X de bichinho. Ele só quer dar o nome científico da coisa, para não pegar mal. Como ele tem compromisso como pesquisador (faculdade particular faz pouca pesquisa), então, a gente está falando de faculdade pública, onde o compromisso do cara nem é com os alunos dele e, sim, com o departamento, bombar o lattes, e daí o compromisso é com os pares dele. Ele não quer aparecer como um mero divulgador, mero diluidor de conhecimento. Ele não quer ser o cara que está se rebaixando aí, dando entrevista para a imprensa. Mas, acho também, que é cabível pensar que tem aí várias distorções e o cara fica com medo que a dele seja distorcida. Mas, também, não é não dando entrevista que ele vai impedir que seu trabalho seja distorcido, porque aí o cara vai catar na internet, vai tentar entender, sabe. Quanto mais acessível, mais fácil de entender o trabalho dele e não distorcer. Porque senão é isso, sabe. Aqueles caras que não dão entrevista e encaminham o pdf. E daí eu vou escrever da minha cabeça. Se o cara tem receio justificado ou injustificado de que a pesquisa dele não vai ser bem retratada pelo jornalista, então, seja o mais disponível possível, explique para ele como se fosse uma criança de 12 anos, seja o mais didático possível. Talvez, isso que os gringos saibam. Eles sabem que é tão importante o reconhecimento interno, quanto o externo. “Ah, eu estou falando com um jornalista”, então, ele liga uma chavinha, “vou usar outros termos, vou ser mais acessível”. Deveria ser uma cadeira

nas faculdades de pesquisa, química, biologia, medicina. Porque, os que viram estrela disso daí, eles buscam mídia training para saber lidar com o jornalista.

**SABER:** E tem o lance de enviar a matéria para o cientista antes de publicar?

**EMILIANO:** Vale a pena mandar a parte dele. Fico meio assim de mandar a matéria inteira, porque lá vai ter outros caras falando outras coisas e, então, ele vai querer mudar, porque vai destoar do que o outro disse. Às vezes, o cara quer mudar, não porque está errado, é porque ele viu o que o outro está falando e “eu estou parecendo meio radical” ou “só isso eu estou dizendo, vai que está errado”. Ou ainda, ele vê a piada da feiticeira (mostra na revista) e implica, e “tira, eu não falei com vocês”. Sabe, tem que até ser uma parte de humildade nossa, a parte que o cara falou, se não está clara. Às vezes, eu estou transformando o puro texto dele em infográfico. Acho que sim, né? Aí cabe, como foi com qualquer outra fonte. Fico meio assim em mandar a matéria toda. Tenho a experiência que o cara resolve mudar coisa que não tem nada com o que ele falou. Ele não é co-autor daquele texto, ele é fonte daquele texto. Ele tem que ter a confiança de que ele está dando a entrevista e a gente tem que ter a humildade e organização também, de enviar a parte do cara para ver se está tudo certo.

**SABER:** Qual a dificuldade principal para o jornalista científico?

**EMILIANO:** Acho que acesso à fonte, já que a gente está falando dos cientistas. Mas, tenho a impressão que deve ser difícil falar com empresário, artista, jogador de futebol. É uma dificuldade meio geral de qualquer pessoa que é importante no que ela faz, mas essa dificuldade não é específica do jornalismo científico. O específico é essa desconfiança de que vai distorcer, mas aí, você pode se precaver mandando para o cara. “Está certo? Eu entendi direto?” A dificuldade é mesmo separar o joio do trigo e ficar com o trigo. Vou até me entregar agora: são muitos estudos, muitas pesquisas, muita informação contraditória, eu fico perdido. Jogo do Brasil, eu sei que deu um a zero, eu sei que o Damião fez o gol, tem um monte de coisas que se discute, mas outras tantas são fatos e que não vai desviar muito daquilo. Mas, em ciência, tem cara dizendo que o Damião não fez o gol, tem cara dizendo que o um a zero faz bem para saúde, tem cara que diz que mata, tem cara que diz que vem da física quântica. É uma publicação excessiva de coisas que, supostamente, são a verdade. Então, eu acho que a maior dificuldade nesse segmento específico é não cair no caô dos caras, é você conseguir construir uma base razoável de conhecimento sobre aquele assunto, para você mesmo começar a acender os sinais amarelos, para você mesmo não cair em qualquer coisa e saber que já viu aquilo antes. “A pesquisa foi feita com 10 pessoas”, pô, 10 pessoas é muito pouca gente, não prova nada, sabe. Como você constrói isso? É lendo livro, sabe. Pega um livro bom sobre o assunto, pega esse do Miguel Nicolelis, que saiu agora sobre neurociência. Ali, você vai matar 10 dúvidas do dia a dia. Às vezes, é de cientista estar lá todo dia no laboratório e, às vezes, é de jornalistas que foram atrás daquele assunto e agora estão explicando aquele assunto. No Brasil, tem muito pouco desses livros assim, para essas coisas de cérebro. Tem um americano que é super bom, chama Steve Pinker. Ele até é cientista, mas ele fala de trabalho dos outros. Existem muitos lá fora. O cara que é cientista, mas no meio do caminho descobriu que ele tem talento para divulgar, para explicar para os outros. Mas, tem muito de jornalista, também. Esse do editor da Super, o Alexandre Versignassi, explicando a

ciência da economia, acho um exemplo bacana de um cara que foi atrás, que ali você vai esclarecer um monte de coisa. Acho que a principal dificuldade inicial é essa: começar a entender do assunto. Não é um troço que você pode sentar e sair escrevendo tão fácil, que nem outros que estão mais perto da gente, que a gente já tem opinião formada, que você sabe o que é mentira, o que é estranho. Acho que, em ciência, precisa primeiro ter essa base razoável para poder escrever.

**SABER:** Você falou em universidade e tal, vocês têm alguma parceria com universidades ou centros de pesquisa para obtenção de fontes?

**EMILIANO:** Infelizmente, não. Infelizmente mesmo. Como eu queria que a gente fosse mais. Acho que aí é dos dois lados mesmo, acho que é uma desconfiança mútua. A gente não tem.

**SABER:** Vocês têm algum manual de redação próprio? Qual a orientação para o texto da Galileu?

**EMILIANO:** Acho que é um pouco daquilo que eu falei antes: tentar não usar jargão, escrever como se estivesse explicando para um amigo seu, se couber e se souber usar referência pop de cultura para chamar atenção de alguém aí meio perdido. Pode ser no texto, na legendinha, no final do texto, para abrir, vir com algum exemplo doido. Porque, é isso né, a gente está lidando o tempo inteiro com pessoas com déficit de atenção, que é todo mundo. A gente está escrevendo para gente que está distraída com tudo. A gente tem que chamar a atenção dela, tem que envolvê-la, para que ela desligue das coisas em sua volta e pense: “vou prestar atenção, parece que vale a pena”. Tem que ser cativante, tem que ser um texto que envolva uma certa conquista, sabe. É isso, é R\$ 9,90, é mensal, ele compra. Acho que isso também é um erro que se cometeu: assim que a internet chegou, que os portais chegaram, era texto muito curtinho, muito quebradinho. Pô, ele pagou R\$9,90, ele gosta de ler. Se ele não gostasse, ele não tinha comprado. Então, vamos escrever direito, vamos fazer um texto legal, que você gostaria de ler. Cada um tem suas referências do que acha texto bom, coisa legal. Minha orientação é essa, então: faça como eles.

**ANEXO C**  
**ENTREVISTA COM SÉRGIO GWERCMAN**

**Entrevistado:** Sérgio Gwercman, 34 anos, diretor de redação da revista Superinteressante. Formado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

**Dia:** 06/09/2011

**Horário:** 15h30

**Local:** Redação da revista Superinteressante, no prédio da Editora Abril, em São Paulo.

**Meio:** Presencial

**Assunto:** A revista Superinteressante – que em setembro chegou à edição 295, o que corresponde a 24 anos de história – e o jornalismo científico.

**SABER:** A Superinteressante tem uma plataforma online desde quando?

**SÉRGIO:** A Superinteressante foi a primeira revista da Abril a ter um site. Não me lembro, exatamente, quando foi isso. Eu acho que em 1991, bem no começo da internet. Inicialmente, era uma coisa muito diferente do que é hoje. Você tinha as mesmas reportagens da revista, que eram reproduzidas no site e acessadas apenas por uma senha, pelos assinantes. Era mais um brinde para quem assinasse a revista.

**SABER:** Hoje, há seleção no material que vocês disponibilizam online do material que sai no mês na revista também?

**SÉRGIO:** A gente não pensa no site como uma reprodução da revista. A revista é mensal e, portanto, ela tem uma pretensão jornalística de ter esse ciclo de 30 dias. Não é uma revista que demora 30 dias para ler, mas a gente está produzindo um conteúdo que vai levar um certo tempo. Para isso, você tem um tempo de produção maior, tem uma escolha de pauta. Não faria sentido você reproduzir esse mesmo conceito de jornalismo na internet, porque o que as pessoas buscam naquela plataforma é outra coisa, a forma de se construir é diferente. Então, a gente tenta buscar os conceitos dessa marca. O que a Superinteressante tem? Como que a gente pode levar para uma plataforma mensal, para o papel, e como que a gente pode levar para uma plataforma digital que não tem nenhuma periodicidade definida.

**SABER:** Você acha que com a migração de muitas revistas para o online, a revista em papel vai perder público?

**SÉRGIO:** Eu não acho que exista uma migração, eu não acho que a Superinteressante está migrando para a plataforma online. O que existe é que abriu-se uma nova plataforma. O que eu acho que existe é o fim da visão estanque de plataforma. Antigamente, você tinha cada produto jornalístico confinado a uma única plataforma: a TV Globo era uma televisão, a Veja era uma revista, a Folha de São Paulo era um jornal, e eles só entregavam conteúdos dentro dessa plataforma. O que eu acho que está acontecendo é uma expansão de plataformas. Uma mesma marca pode existir em mais de uma plataforma. Essa é a transformação que a gente está vivendo e, quando a gente fala migração, por trás dela existe a ideia de que cada marca pode existir só em uma plataforma, então, eu vou ter que escolher, vou ter que parar de estar na plataforma revista para poder estar na plataforma online.

Não, eu acho que tem que estar nas duas e, provavelmente, em mais. Eu acho que é isso que é o caminho.

**SABER:** O texto para um site é pensado de uma maneira diferente de um texto pensado para a revista?

**SÉRGIO:** O texto, a pauta, a produção, tudo.

**SABER:** Quantos profissionais fazem parte da redação da Superinteressante?

**SÉRGIO:** Essa aqui é a redação da revista e do Ipad. O conteúdo do Ipad é feito pela mesma equipe que a revista. Daqui do nosso lado, na próxima baía, fica o site. Mas, não é só o site da Superinteressante, é uma equipe do núcleo jovem, que tem a Superinteressante, a Mundo Estranho, o Guia do Estudante, e a gente tem uma única equipe para cuidar de todos esses sites. Um pedaço dessa equipe é o site da Superinteressante. O site não dá para contar cada cabeça, porque não há separações exclusivas da Superinteressante. Por exemplo, os desenvolvedores não são exclusivos, há dois desenvolvedores para todos os sites.

**SABER:** No caso da Superinteressante, são apenas os editores que ficam na redação e os repórteres são todos freelancers?

**SÉRGIO:** É claro que os editores, muitas vezes, fazem matérias, reportagens, não é que o trabalho de reportagem é feito, exclusivamente, por freelancer. Agora, na redação, todo mundo é editor, diretor assistente para cima. Não temos nenhum repórter contratado. Às vezes, os próprios editores apuram, aí contratam um repórter freelancer para a apuração. Mas, tudo isso é a partir de uma pauta definida pelo editor, apurada. Então, a gente não tem repórter aqui, mas a gente apura aqui mesmo.

**SABER:** Todos os jornalistas são graduados em jornalismo?

**SÉRGIO:** Por coincidência, são. Não por que eu acredito que deveriam ser, mas todos são.

**SABER:** Por vocês trabalharem com jornalismo científico, você acha que há necessidade de especialização desse jornalista ou a especialização vem do gosto dele pela ciência?

**SÉRGIO:** Eu acho que jornalismo é bom senso. Eu acho que qualquer pessoa que tiver bom senso pode trabalhar, ser jornalista. Não acho que existe um segredo oculto dessa profissão que seja revelado na faculdade. Eu acho que é bom fazer a faculdade, você aprende, não estou dizendo que eu sou contra a faculdade. Eu acho que ela é a melhor porta de entrada para o mercado.

**SABER:** Os editores são divididos por segmentos?

**SÉRGIO:** Não. Tudo que eu faço aqui é meio diferente. A gente não tem um setor de editorias, a gente não tem um setor de tecnologia, de ciências. A gente não faz a revista assim, dividida em cadernos. A gente tem editores que têm interesses

peçoais, mas que não ficam enclausurados nessa área. Um cara gosta muito de ciência, procura sobre ciência, mas não escreve só sobre ciência. E eu aqui estou cuidando. Cabe tudo na Superinteressante. Se eu tivesse que ter uma editoria para cada assunto, eu teria que ter 15 editorias.

**SABER:** Você está há quantos anos na Superinteressante?

**SÉRGIO:** Eu estou desde 2004.

**SABER:** Qual a história da Superinteressante?

**SÉRGIO:** A Superinteressante, na verdade, é um projeto licenciado. A Superinteressante é um licenciamento de uma editora que chama G+J, é uma editora alemã. É, na verdade, um licenciamento da versão espanhola, que é a Mundo Interessante. Essa revista existe na Espanha, Portugal, acho que em quase todos os países da América do sul, México. Ela surgiu nos anos 80, a Editora Abril viu o projeto, se interessou, achou que era um nicho que não era explorado, tinha uma oportunidade interessante e assim foi feito. Conseguiu lançar a revista no Brasil. A Superinteressante sempre foi definida como uma revista de ciência, e ela era pautada e editada como uma revista de ciência. Ela é uma revista, porém, que falava com um público muito mais novo do que fala hoje. Por exemplo, eu comecei a assinar a Superinteressante quando ela foi lançada. Eu tinha 10 anos. A Superinteressante, hoje, não é uma revista para crianças. Somos uma revista que fala com um público mais velho do que o público original da revista. Naquela época, todos os congressos relevantes sobre medicina, a Superinteressante cobria. A Superinteressante era muito mais próxima à academia, às novidades, às pesquisas, aos papers que eram lançados. Então, tentavam pegar tudo isso e transformar em uma linguagem mais acessível para as pessoas. Escrever sobre ciência para leigos, isso sempre foi a proposta da Superinteressante. Agora, a Superinteressante nunca quis ser uma revista que fosse escrita para a comunidade científica. Agora, ao longo do tempo, ela foi mudando. Uma revista é um organismo vivo. As revistas do mundo tendem a mudar, porque o mundo muda, as ideias mudam, as ferramentas para você fazer uma revista mudam, a moda muda, visualmente falando. A revista vai mudando, naturalmente.

**SABER:** O design, na hora da construção dos infográficos, ele está ao lado do jornalista?

**SÉRGIO:** Olha para essa mesa atrás de você. Nessa mesa está se fazendo um infográfico. O Otávio é jornalista e trabalha no site, a Karen é jornalista e trabalha na revista, o Weber é ilustrador e infografista e o Rafael é designer. Então, é assim que a gente faz. Eles estão falando sobre uma pauta que a gente quer fazer, sobre como que o esporte molda seu corpo. A gente quer mostrar por que a menina da ginástica olímpica fica pequenininha, por que o atleta de maratona fica mais magrinho. Essa pauta foi apurada, trouxe a apuração e agora está todo mundo sentado, vendo como a gente desenha essa página.

**SABER:** Pauta. Vocês vão até elas? Vocês criam as pautas através de debates, os editores propõem, ou também vêm de fora?



**SÉRGIO:** Às vezes, vêm. Mas, uma parte muito grande sai da nossa cabeça.

**SABER:** Quais são os critérios?

**SÉRGIO:** A Superinteressante tem uma missão. E a nossa missão é pensar o que ninguém pensou sobre aquilo que todos estão vendo. O que a gente quer é pegar o tema que as pessoas estão falando e oferecer abordagens criativas e surpreendentes sobre esse tema, explicar de uma maneira que ninguém explicou. A maioria das revistas busca a informação exclusiva, a gente busca a explicação exclusiva. O que a gente faz é um furo de explicação. Ninguém nunca tinha explicado essa pergunta para você, do jeito que a gente explicou.

**SABER:** O “como” é mais importante do que “o que”?

**SÉRGIO:** É exatamente isso. A diferença da Superinteressante é que, na maioria das explicações, o como está muito inserido no nosso projeto editorial. Para a gente, o como é parte decisiva para tudo.

**SABER:** Na matéria de vocês com cientistas, vocês diferenciam se a pesquisa já está finalizada ou se ainda está em andamento?

**SÉRGIO:** Depende para que. Se a gente está escrevendo sobre aquela pesquisa, sim. Agora, se o cara é especialista no tema, depende. Essa resposta depende do cara.

**SABER:** Qual é o estilo de texto da Superinteressante?

**SÉRGIO:** A primeira coisa: tem que contar uma história. O que a gente faz aqui é contar histórias. A gente tem que construir na cabeça do leitor essas histórias. Não tem lead, tem a captura da atenção. Não precisa resumir a matéria, a informação que você tem é o que precisa para capturar a atenção. É muito importante organizar as ideias, é quase uma dialética. Então, essa relação de causas e consequências é muito importante na Superinteressante. A gente sempre busca uma pegada bem humorada, irreverente, mas, sempre, no limite que aquilo serve para você montar a sua história, passar a informação. O humor não está ali para virar um entretenimento: o leitor da Superinteressante odeia isso. O leitor da Superinteressante odeia quando se faz uma pauta meio piada. Ele gosta quando se faz uma pauta de um tema concreto. Ele não gosta muito de abstração e uma zoadá. Ele gosta de um tema concreto, tratado com leveza e com bom humor.

**SABER:** Você pode me definir qual a linha da Superinteressante no online, no tablet? E o que a rede social tem, que não tem no site?

**SÉRGIO:** No tablet, o texto é idêntico ao da revista impressa. O que a gente adiciona são as instruções de uso. Nas redes, a gente está descobrindo. No Twitter, a primeira coisa, é ter 140 toques. Daí, a gente tem que fazer o cara retuitar, fazer o cara clicar. O Facebook é diferente. O Twitter, a gente encara como uma grande mesa de bar, as pessoas estão lá. As redes sociais são isso: uma grande mesa de bar, onde as pessoas estão conversando. E a nossa função é jogar assunto lá, jogar o assunto na mesa. No Twitter, você vai linkar; no Facebook, você vai tentar gerar

mais participação. Porque, o Twitter não quer ser uma rede social, ele quer ser um distribuidor de notícias.

**SABER:** Como a Superinteressante seleciona o que vai para a internet e o que não vai?

**SÉRGIO:** A gente tenta encontrar os temas que vão cair melhor nesse ambiente que eu estou falando. Jogar no Facebook um tema que vai gerar discussão. Às vezes, não é tema da capa. Às vezes, a hora que você jogar o tema naquele bar, as pessoas vão fisgar e vão começar a debater. A gente busca a adequação do conteúdo produzido para o papel com outros meios, que, às vezes, existe e, às vezes, não existe.

**SABER:** Você tem ideia de quantos acessos tem o site da Superinteressante?

**SÉRGIO:** O site está com acesso de um milhão e duzentos mil, por mês.

**SABER:** Como a revista é mantida?

**SÉRGIO:** Isso depende muito de cada revista e do modelo de negócio que cada revista pratica. O modelo americano, por exemplo, é baseado 100% na publicidade. A ideia é que, com um preço baixo da revista, eles vão ter uma circulação gigantesca. Qual é o problema desse modelo, que eles estão experimentando agora na crise de 2008? Quando a publicidade some, o cara fica pelado, não tem de onde tirar dinheiro. Mas, esse modelo produziu a excelência na revista americana. E o mercado europeu e o mercado brasileiro são baseados em um tripé de receitas: você tem a venda de bancas, você tem as assinaturas e você tem a venda de publicidade. Cada revista vai balancear esse critério do jeito que quiser. Aqui no Brasil, as pessoas têm o hábito de comprar em bancas. Então, a receita de banca é relevante para a gente. Isso tudo para te dizer que, na Superinteressante, a gente tem um tripé bem igual: a receita de publicidade, de assinaturas e de vendas em bancas. Assinatura é o nosso carro-chefe. Nós temos 220 mil assinantes.

**SABER:** O assinante é mais participativo do que a pessoa que compra em bancas?

**SÉRGIO:** A participação não diminuiu. O que acontece foi que mudou o formato. Diminuíram os e-mails. Se você quer falar alguma coisa, entra no Facebook, entra no Twitter, e fala. Eles não precisam mais mandar cartas.

**SABER:** E vocês têm como acompanhar isso?

**SÉRGIO:** A Adriana [Meneghello], que faz o atendimento ao leitor, até pouco tempo atrás, ela só cuidava dos e-mails que chegavam à redação. Agora, ela cuida dos e-mails, Facebook, Twitter.

**SABER:** Como você definiria o critério dos infográficos?

**SÉRGIO:** O projeto gráfico da Superinteressante é um projeto que tenta refletir o espírito da marca. A gente quer ser uma marca atual, a gente quer ser uma marca jovem, a gente quer ser uma marca que aponta para tendências. Então, a gente

tenta ter um projeto que não seja muito conservador, a gente tenta abraçar novas ferramentas, tenta buscar um equilíbrio de foto e de ilustração. Mas, a gente tenta mudar. Tem muito 3D, produção de foto. A Superinteressante quer surpreender a cada página, e a gente conta muito com design para surpreender.

**SABER:** Tem alguma dificuldade na hora que o jornalista vai apurar junto com o cientista?

**SÉRGIO:** É difícil falar, porque cada um é cada um. Muitas vezes, você pega uns cientistas mais receosos. Às vezes, estão muito preocupados com o que os pares cientistas deles vão cobrar. Eles passam anos desenvolvendo um estudo que a gente pode narrar em um parágrafo. Um pouco eles têm razão e um pouco a gente tem razão.

**SABER:** Há uma escassez de fonte no Brasil?

**SÉRGIO:** Não sei se há uma escassez, mas eu acho que o Brasil não é um país que se destaca, mundialmente, pela produção científica. A gente busca sempre a ciência de ponta. Se ela está no Brasil, bom. Se ela não está, paciência. Então, proporcionalmente, tenho certeza de que o Brasil aparece menos na Superinteressante do que os Estados Unidos, por exemplo. Mas, a produção científica, no Brasil, é menor que a de outros países.

**SABER:** Qual a maior dificuldade que vocês encontram nessa busca da notícia científica?

**SÉRGIO:** Não sei se tem uma maior dificuldade.

**SABER:** Vocês têm alguma parceria com universidades?

**SÉRGIO:** Não temos. A gente tem nossos contatos, mas parcerias, não temos.

**SABER:** Quais os critérios para a capa?

**SÉRGIO:** A capa é a página mais importante da revista. A capa define a sua personalidade. Além disso, ela é determinante na compra da revista nas bancas. A capa é uma mistura da personalidade com o potencial de vendas. E, lembre-se que, o potencial de vendas é um outro jeito de falar, o tema mais interessante do mês.

**ANEXO D**  
**ENTREVISTA COM JAIR RODRIGUES GARCIA JUNIOR**

**Entrevistado:** Jair Rodrigues Garcia Junior, vice-coordenador do Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares (Nipem).

**Dia:** 22/09/2011

**Horário:** 15h30

**Local:** Campus II da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste).

**Meio:** Presencial

**Assunto:** O Nipem e qual a sua atuação na Unoeste.

**SABER:** Qual a sua formação?

**JAIR RODRIGUES:** Eu sou formado em Educação Física e tenho mestrado em Ciências Nutricionais e Nutrição, pela Unesp (Universidade Estadual Paulista) de Araraquara. E tenho doutorado em Fisiologia Humana, pela Usp (Universidade de São Paulo).

**SABER:** O senhor é professor há quanto tempo na Unoeste?

**JAIR:** Sou professor aqui na Unoeste desde 2001. Estou aqui na Coordenadoria Central de Pesquisa desde 2007, como coordenador científico.

**SABER:** Quando surgiu o Nipem?

**JAIR:** O Nipem (Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares) surgiu, formalmente, há exatamente um ano, em agosto de 2010. Ele surgiu a partir de uma necessidade que as pró-reitorias detectaram de que era necessário fomentar as pesquisas nos cursos. Tem alguns cursos que têm pesquisadores já bem estabelecidos, com bastante experiência, mas existem alguns cursos que são mais novos também e não contam com professores com experiência em pesquisa. Como são muitos cursos de graduação, seria inviável de uma hora para outra contratar um pesquisador ou mais pesquisadores experientes para atuar em cada um desses cursos. Então, daí surgiu a ideia. O professor Gustavo Maia Souza, coordenador do Nipem, já havia mencionado a possibilidade de um grupo de pesquisas multidisciplinares e ele lembrou dessa ideia, e nós pensamos que seria viável transformar esse núcleo em uma espécie de catalisador dos cursos de maneira geral, porque esse núcleo agrega pesquisadores. Nós começamos, inicialmente, com 13 pesquisadores de diversas áreas: ciências humanas, ciências exatas, ciências da saúde, ciências das áreas biológica e agrária. A ideia é que cada um desses pesquisadores elaborassem um projeto e esse projeto pudesse abranger o maior número possível de cursos da área afim e, com isso, nós teríamos um fomento de vários cursos ao mesmo tempo com número relativamente reduzido de pesquisadores.

**SABER:** Como é essa organização interna do Nipem? O senhor falou que são 13 professores. Já há 13 projetos, 13 pesquisas em andamento?

**JAIR:** Inicialmente, foram 13 pesquisadores, um coordenador que é o professor Gustavo e um vice-coordenador que sou eu. Os demais professores são pesquisadores, todos com doutorado, ou seja, há alguns com o mínimo de experiência em pesquisa e alguns com bastante experiência. Inicialmente, foram

elaborados 11 projetos de pesquisa, que seriam projetos multidisciplinares, cada um envolvendo pelo menos de quatro a cinco cursos de graduação. Alguns desses projetos já estão em andamento e já foram cadastrados na CCPq.

**SABER:** O Nipem atende só os cursos de graduação ou ele também envolve os cursos a distância, projetos de extensão e pós-graduação?

**JAIR:** Apesar da participação de vários professores que estão na pós-graduação *stricto sensu* (nos cursos de mestrado em educação, mestrado em ciência animal e mestrado em agronomia), o objetivo do Nipem é fomentar a iniciação científica. Então, esses projetos que foram elaborados e alguns que estão em desenvolvimento têm que, necessariamente, contar com alunos de iniciação científica dos cursos que estão participando. E contam, também, com outros professores desses cursos, mesmo que não tenham doutorado, não tenham experiência em pesquisa, porque a ideia é passar essa experiência para outros professores. É aquele trabalho de multiplicação.

**SABER:** A ideia do Nipem, além de fomentar a pesquisa da Unoeste, é focada mais aos alunos de graduação?

**JAIR:** Iniciação científica. A pesquisa de iniciação científica.

**SABER:** Há procura de alunos e de professores que vêm com iniciativa própria junto ao Nipem?

**JAIR:** A procura, na verdade, teve duas vias. Inicialmente, o Nipem e seus integrantes procuraram divulgar o projeto nos cursos que eles pensaram que poderiam participar do projeto. Então, houve esse trabalho de divulgação com coordenadores, com os professores do curso, para tentar trazer, tanto os professores, quanto os alunos. Mas, também, logo em seguida, depois que houve essa divulgação inicial, houve também o sentido inverso. Os professores e alunos passaram a procurar o Nipem, espontaneamente.

**SABER:** Como você vê a iniciação científica dentro da Unoeste? Ela está em um nível que é satisfatório? Ainda falta trabalhar mais essa questão da iniciação científica?

**JAIR:** Nos últimos cinco, seis anos, a partir de 2005, 2006, houve uma evolução bem grande, houve uma organização melhor da pesquisa, houve maior comunicação com a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação da CCPq, que é o setor que cuida disso. Então, houve uma maior divulgação, uma maior interação da pró-reitoria com a graduação e a pró-reitoria acadêmica. Então, digamos que tenha dado um salto na pesquisa nesses últimos cinco anos, pelo menos. Então, está satisfatório, mas tem um potencial para melhorar bastante.

**SABER:** Um aluno que acabou de entrar na Unoeste e que tem interesse em fazer uma iniciação científica. Qual o procedimento que ele tem que adotar?

**JAIR:** Nem todos os professores têm essa vocação para pesquisa. Especialmente aqui, alguns têm vocação apenas para sala de aula, outros têm vocação para sala

de aula e para extensão e há outros que têm vocação para pesquisa também, dão importância para enriquecer o currículo. E, ao mesmo tempo, estão ajudando a sociedade. É uma vocação. Não adianta querer enriquecer o currículo se não têm vocação para fazer isso também. O caminho seria procurar um professor que já falou dessa possibilidade de pesquisa científica, que é da área, tem experiência, ou falar com o coordenador do curso. O coordenador, certamente, conhece os professores, o perfil dos professores, sabe quem cadastra as pesquisas. Todas as pesquisas cadastradas aqui passam antes pelo coordenador do curso. Ninguém melhor que um coordenador para indicar um professor que possa auxiliar o aluno.

**SABER:** Localizando esse professor/pesquisador, passa-se pelo coordenador do curso e aí há a necessidade de passar pelo Nipem?

**JAIR:** Não necessariamente. O Nipem surgiu com o objetivo de fomentar aqueles cursos que estão bem estagnados em termos de pesquisa, têm muito pouco, às vezes por falta de professor com experiência. Então, trazer e estimular, motivar a fazer. Agora, independente do Nipem, continua ainda na universidade os projetos individuais, porque os projetos do Nipem são coletivos, multidisciplinares, têm a participação de vários professores e alunos, além dos professores do próprio Nipem. Continuam indo, a pleno vapor, os projetos individuais ou em grupo de cada curso. Não, necessariamente, precisa passar pelo Nipem. Para formalizar essa pesquisa, para que essa pesquisa conste como uma pesquisa institucional do curso, precisa passar pela CCPq. O projeto, necessariamente, seja Nipem, ou seja, individual lá do professor com o seu aluno de iniciação científica, precisa ser cadastrado na CCPq.

**SABER:** A CCPq se difere do CEP?

**JAIR:** Existe uma diferença. A CCPq é responsável pela gestão da pesquisa. Então, ela realiza os procedimentos de cadastramento dos projetos, a avaliação técnica dos projetos e, para isso, conta com um comitê, que é o Comitê Assessor de Pesquisa Institucional, chamado Capi. Então, são professores doutores, especialistas nas diversas áreas, que fazem a avaliação técnica dos projetos. Dependem, além da avaliação técnica, da avaliação ética também, para ver se o sujeito ou o animal que vai participar da pesquisa não corre nenhum risco, se esse risco estará sob controle, se não há potencial de problemas durante a realização dessa pesquisa e o surgimento de problemas para o pesquisador e para a instituição. Então, o Comitê de Ética e Pesquisa é responsável pela avaliação ética quando envolve humanos. Existe um outro comitê que é o Comitê de Ética do Uso de Animais, o CEUA, que é responsável pela avaliação quando envolve animais.

**SABER:** O CEP e o CEUA só serão acionados caso o objeto da pesquisa sejam seres humanos ou animais?

**JAIR:** Sim, e as avaliações são independentes. O projeto pode ser aprovado tecnicamente, mas quanto à ética, não ser aprovado, aí ele não pode ser desenvolvido. Ou pode ser aprovado em relação à ética, mas a metodologia, a questão técnica está falha. Há uma possibilidade de correção, mas não é aprovado ou reprovado de primeira. Há possibilidade de correção, o pesquisador tem acesso ao parecer para ver o que está errado, o que ele pode corrigir, até da questão ética, ele pode modificar a metodologia para que aquele potencial problema não exista

mais. Então, são avaliações independentes. Esse Capi está submetido à CCPq, à pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação. Agora o CEP, os comitês de ética, estão vinculados aos órgãos do governo. Então, eles funcionam dentro da Unoeste, só que são autônomos, não dependem de gerência da instituição.

**SABER:** Eles são formados por profissionais que trabalham na Unoeste?

**JAIR:** O Capi, que é um comitê técnico, é formado por pesquisadores da Unoeste, que têm experiência em pesquisa e, conseqüentemente, podem avaliar outras pesquisas. O CEP tem um regulamento próprio que veio da Conep, que é a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa. O CEUA, que é o Comitê de Ética no Uso de Animais, tem um regulamento que vem do órgão superior do governo. Então, eles são constituídos de acordo com regulamentações superiores. Esses comitês têm que ter um representante da sociedade civil, externo à Unoeste. Não, necessariamente, precisa ser professor/pesquisador para participar do CEP.

**SABER:** Quando um trabalho, uma iniciação científica, vai mencionar só uma revisão de literatura, não vai ter como objeto seres humanos e nem animais, então ela vai passar pelo Capi?

**JAIR:** Isso, mas só tome cuidado com o termo “revisão de literatura”, porque tem revisão de literatura que tem uma metodologia própria, há uma confrontação de dados, até análises estatísticas em cima de resultados de outros pesquisadores, que recebe o nome de metanálise e pega vários resultados de outros, e faz uma outra análise em si. Então, esse tipo de pesquisa tem uma metodologia própria. Agora, precisa tomar cuidado em diferenciar aquela revisão de literatura, aquela revisão bibliográfica que é comum em trabalhos de conclusão de curso, que é, simplesmente, compilar os dados de outros trabalhos, e aí não caracteriza uma pesquisa científica.

O exemplo aí seria um estudo da Agronomia. Vai fazer um estudo, uma iniciação científica com uma plantação, não está envolvendo nem humanos, nem animais, está envolvendo ser vivo, mas é planta. Então, esse tipo de projeto é um exemplo. Ou discutir o discurso de um filósofo, por exemplo. Vai pegar um discurso e vai discutir. Praticamente uma dialética. Então, é uma metodologia, da área de ciências humanas. Então, esse tipo de projeto passa só pela avaliação técnica.

**SABER:** É o Capi quem decide se o projeto vai ter necessidade de passar pelo CEUA ou passar pelo CEP?

**JAIR:** Não. Normalmente, o pesquisador já deve saber. Até quando o projeto é cadastrado no sistema gestor de pesquisa, que é o sistema informatizado, online, existe uma pergunta lá: o projeto envolve a participação de humanos? O projeto envolve a participação de animais? Então, daí já gera a documentação específica do CEP, do CEUA. Ou não gera. Se não tem a participação, só gera a documentação que é necessária para o Capi.

**SABER:** Os cursos a distância que a Unoeste possui também fazem pesquisa, ou eles são restritos ao ensino a distância?



**JAIR:** Pelo que eu sei, são restritos ao ensino, porque são muito novos os cursos de pós-graduação lato sensu a distância, temos dois ainda. Esses cursos requerem um trabalho de conclusão de curso, esse trabalho pode até ser uma pesquisa.

**SABER:** O egresso tem a possibilidade de voltar e se tornar um pesquisador vinculado à Unoeste?

**JAIR:** Esse vínculo é possível quando você estabelece um vínculo com o professor, porque daí o professor se torna responsável pela pesquisa e você, como egresso, vai ser o participante externo da pesquisa. O professor aqui pode orientar um aluno de outra instituição ou fazer um trabalho que tenha a participação de professor de outra instituição ou de um profissional que esteja interessado em pesquisa. Então, existe a possibilidade. O professor vinculado à Unoeste, necessariamente, tem que ser o responsável.

**SABER:** Os trabalhos de extensão são também produzidos pelo Nipem?

**JAIR:** O Nipem é exclusivo de pesquisa. Alguns projetos podem até se desdobrar em projetos de extensão, futuramente. Mas, por enquanto, ele foca a pesquisa. Os professores podem, depois, desdobrar esses projetos em ações extensivas, projetos de extensão, mas o Nipem vai focar em pesquisa.

**SABER:** O que é pesquisa e o que é extensão? Pesquisa seria um lado mais técnico dessa iniciação científica e a extensão o lado mais prático, uma ação dessa teoria estudada, ou não?

**JAIR:** Não está errada essa visão, mas podemos entender a pesquisa como prática, também. Ambos atendem a sociedade. O objetivo da pesquisa deve ser resolver um problema da sociedade. Trazer uma resposta para uma pergunta que não foi respondida. Por exemplo, criar uma vacina contra Aids, criar um remédio que elimine o vírus. A pesquisa deve atender interesses da sociedade. O pesquisador não faz a pesquisa para si, ele tem que ser altruísta, fazer a pesquisa para os outros. Os resultados vão ser em benefício dos demais, da sociedade. A extensão também tem esse foco de atender a sociedade, só que a pesquisa tem uma metodologia própria. Então, você vai fazer uma pesquisa em saúde, tem uma metodologia, os equipamentos técnicos que você vai utilizar para que seus resultados sejam confiáveis e que os resultados que você obtenha em um grupo reduzido, que é chamado de amostra, possam ser extrapolados para a população como um todo. A extensão é a parte mais prática, no sentido de já oferecer para a sociedade, diretamente, os benefícios.

Infelizmente, nem sempre existe um vínculo direto da pesquisa com a extensão, mas pode existir. A partir de resultados que o pesquisador tem, ele pode começar a aplicar esses resultados, oferecer esses resultados de alguma forma à sociedade. Assim como de extensão pode nascer uma pesquisa.

**ANEXO E**  
**ENTREVISTA COM JOSÉ EDUARDO CRESTE**

**Entrevistado:** José Eduardo Creste, pró-reitor acadêmico da Unoeste.

**Dia:** 23/09/2011

**Local:** Campus I da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste).

**Meio:** Presencial

**Assunto:** A universidade e como ela se relaciona com a pesquisa, extensão e ensino.

**SABER:** Há quanto tempo o senhor trabalha na Unoeste?

**JOSÉ EDUARDO CRESTE:** Como professor, desde 1999.

**SABER:** Qual a sua formação?

**CRESTE:** Engenharia Agrônoma. Fiz mestrado, doutorado e pós-doutorado na área de Agronomia, na área de nutrição de plantas e fruticultura.

**SABER:** Há quanto tempo o senhor está como pró-reitor acadêmico?

**CRESTE:** Desde o final de 2007, há 3 anos e meio.

**SABER:** A Unoeste trabalha com três frentes: ensino, pesquisa e extensão. Como o senhor procura divulgar e fomentar a pesquisa dentro da Unoeste?

**CRESTE:** A Unoeste tem três pró-reitorias: a acadêmica pela qual eu respondo, tem a de pesquisa que a doutora Zizi é responsável e a de extensão, de responsabilidade da professora Angelita. Como sendo um tripé, é claro que todo mundo divulga ensino, pesquisa e extensão. A divulgação a gente força, e mais do que isso, a gente promove, incentiva, motiva os coordenadores que incentivem a pesquisa no âmbito de seus cursos. Por, claro, toda matriz curricular, pelo menos a grande maioria, ter o Trabalho de Conclusão de Curso, indiretamente isso tem desenvolvido pesquisas dentro da instituição. Por outro lado, a gente percebe também que os cursos que têm os mestrados reconhecidos pela Capes são bem mais avante, adiante nas pesquisas dentro da instituição. Agora, a pesquisa é incentivada desde o primeiro ano do aluno através da disciplina Metodologia da Pesquisa Científica, pelos encontros anuais e semestrais que existem nos cursos e também pelo encontro anual que a Unoeste promove que é o Enepe (Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão da Unoeste), que trabalha uma boa parte dele na pesquisa dentro da instituição.

**SABER:** Qual é a importância da iniciação científica e da pesquisa para o aluno que acaba de entrar no mundo acadêmico?

**CRESTE:** Eu acho que é o que diferencia uma universidade de uma faculdade, a iniciação científica. O aluno chega aqui, faz um vestibular, porque ele tem uma afinidade com o curso e ele pretende desenvolver sua vida profissional, sua vida futura, dentro desse conhecimento, mas nem sempre ele pensa o que é pesquisa. A pesquisa é o primeiro universo que ele entra, que ele vai ter noção do desenvolvimento de ideias, da crítica reflexiva, do desenvolvimento de uma hipótese, do teste destas hipóteses e das conclusões que tiveram – então, o aluno

quando tem acesso, quando ele tem meios e incentivo de fazer parte, de desenvolver uma pesquisa, ele tem condições de descobrir, de testar ideias, de ser crítico. Então, ele abre o universo da sua mente, tanto o professor quanto o aluno. O professor não se torna o repetidor de informações e o aluno não se torna um mero receptor de informações. Tanto o professor, quanto o aluno tornam-se promotores do conhecimento. Isso é fantástico, porque abre um outro universo para o aluno, abre uma visão de mundo para ele, uma visão do desconhecido, uma visão de que tem muita coisa a ser feita e não apenas um cara que vai emitir receitas, um carimbador de protocolos. Esse é o grande diferencial de uma universidade que desenvolve dentro do seu âmbito a pesquisa enraizada no seu ensino, no seu acadêmico.

**SABER:** Existem professores que são mais tecnicistas e outros que são mais pesquisadores. Os mais tecnicistas, de algum modo, também acabam produzindo pesquisas junto à Unoeste? Há algum projeto para incentivá-los a isso?

**CRESTE:** Olha, na universidade, todos são importantes: o acadêmico, o cientista e o técnico. Eu costumo dizer que todos têm seu papel aqui, porque, nem sempre, o cientista, o pesquisador, ele também é um cara bom divulgador das suas pesquisas, dos seus conhecimentos. E, muitas vezes, essas pesquisas, esses conhecimentos, são divulgados pelo extensionista. Então, todos são importantes. Mas, na universidade nós fomentamos, nós tentamos incentivar, a todo tempo, o corpo docente a se engajar nessa oportunidade de desenvolver o conhecimento. Mas, o que acontece: a ciência, a metodologia da ciência não está restrita a ninguém, mas ela é, predominantemente, proposta pelo doutor, depois pelo mestre e, por último, pelo especialista. Então, na verdade, assim, a pessoa que tem condições de desenvolver mais seria o doutor. Não estou falando que o especialista não possa, pelo contrário, temos ótimas pesquisas sendo desenvolvidas por especialistas. Mas, a gente está tentando incentivar ao especialista que faça o seu mestrado e ao mestre que faça o seu doutorado. O cara quando já é bom como especialista poderá ser melhor ainda com o mestrado e o mestre com o doutorado. Isso é bom para o aluno, para a universidade, para a sociedade e, principalmente, muito bom para o professor.

**SABER:** Como o senhor vê, hoje, a situação do Brasil na questão da pesquisa científica?

**CRESTE:** O Brasil tem crescido muito nos últimos anos, só que ainda é um país que está muito abaixo. As grandes críticas ao país é que ele publica muito e patenteia pouco. O Brasil não é um grande detentor de patentes. Por exemplo, enquanto os EUA fazem 100 mil patentes por ano, o Brasil faz 5%, 10%. A Fapesp e o CNPq têm esses dados. Então o Brasil tem crescido muito na pesquisa em todas as áreas. O Brasil é muito forte nas áreas da saúde e nas áreas das agrárias a nível mundial. Nossos pesquisadores têm melhorado suas publicações em revistas indexadas. As revistas onde o pesquisador envia e publica seu trabalho possuem o que a gente chama de “índices de impacto”, e há revistas que têm diferentes índices. Então, quanto maior for o índice, maior é o peso daquele trabalho. Nos últimos 10 anos, o Brasil despontou, mas está ainda abaixo. Não sei qual é a posição dele, porque é geral, são muitas áreas. Mas, a grande crítica para o Brasil é que ele não gera

muitas patentes e quando você gera patente, você gera a proteção do seu conhecimento.

**SABER:** A Fabíola de Oliveira é uma autora de jornalismo científico, ela fala um pouco disso e justifica esse baixo índice de pesquisa com a forma pela qual o Brasil foi colonizado. Qual o principal fomentador desse crescimento da pesquisa científica no Brasil durante esses últimos 10 anos?

**CRESTE:** Eu acho que é a visão de políticas governamentais que promovem ajuda financeira para isso. No Estado de São Paulo nós temos uma agência fantástica chamada Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo). Quando o projeto tem mérito, ninguém faz pesquisa nenhuma sem recursos e a maior parte das instituições de hoje fazem assim: eu pago o teu salário e te dou condições físicas ou, então, providencio equipamentos, porque, dependendo da pesquisa, sempre tem coisas novas. O investimento é alto em pesquisas. Então, o Estado de São Paulo tem hoje a Fapesp, outros Estados também têm outras agências estaduais, mas a Fapesp tem patrocinado muito, promovido muito e isso que você falou, ela tem uma política de expansão, ela é uma fomentadora, ela coloca políticas públicas de pesquisa e hoje ela está partindo não só para as universidades, mas também para as empresas. Empresas que tenham, por exemplo, X número de pessoas, dependendo da área, pode trazer um pesquisador que receberá uma bolsa da Fapesp e ele vai desenvolver sua pesquisa. Então, no final de cinco anos, se estiver tudo bem, aquela empresa tem que contratar aquele pesquisador. Em âmbito brasileiro, o CNPq tem aumentado o montante de financiamento para a pesquisa.

**SABER:** Vendo a educação no Brasil hoje, num modo geral, isso também representa um entrave para a formação daqueles que, posteriormente, virão a entrar no mundo acadêmico?

**CRESTE:** Olha, eu creio que possa ser um entrave, sim. Vamos falar pelo que se ouve, porque a gente sabe que existem exceções. Eu acho que o berço é tudo, o alicerce é tudo. Se eu falar na minha área: você quer fazer um bom pomar? Trate bem da plantinha até seu quarto ano. Eu acho que se quisermos fazer novos cérebros, devemos tratar muito bem a educação fundamental e o ensino médio. E essa sementinha da curiosidade do espírito científico deveria ser implantada, sim, no ensino fundamental, ensino básico. Eu creio que muitas escolas fazem isso, principalmente nas disciplinas de ciências, na física, na química. Tem uma escola particular aqui em Prudente que eles promoveram para os alunos uma mecatrônica. Eu achei fantástico. Aconteceu por um ano, isso era pago à parte. Vale a ideia. Cria nessas crianças a vontade de sair um pouco. Uma vontade de desenvolver diferente. Então, eu concordo, eu acho que pode ser uma fragilidade, sim, e isso deveria ser muito bem apontado nas políticas públicas do ensino fundamental, ensino médio do Brasil, tanto particular, quanto público.

**SABER:** A gente sabe que o CNPq é um órgão governamental a nível nacional, a Fapesp, estadual, e dentro da Unoeste foi criado o Nipem como um meio de estimular e fomentar a pesquisa científica. Como o senhor vê esse crescente aumento da pesquisa científica dentro da Unoeste?

**CRESTE:** A Unoeste sempre teve um interesse muito grande pela pesquisa, até porque, não nasceram do nada os mestrados. Não foi só porque tinha pesquisa, foi visão. A Unoeste tem uma pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação que é uma proponente, uma fomentadora da pesquisa. E o Nipem foi uma tentativa de criar pesquisas multidisciplinares. Então, eu estou numa faculdade e outro numa outra faculdade e as pessoas não se conhecem. Então, entre outros objetivos, o Nipem visa criar pesquisas mais multidisciplinares e quer que isso promova o crescimento na ordem da Unoeste. Mas, uma coisa eu te falo, vou falar para você a minha opinião particular: no Brasil, não é a sementinha que o aluno gosta. Eu não sei se chega a 10 ou 15% a participação de alunos na iniciação científica. Claro que todos são obrigados a pesquisar por causa dos TCCs. Mas, nem todo professor é pesquisador e não é todo mundo que também é pesquisador. Mas, isso tem que ser colocado na universidade. O aluno entrou aqui e ainda não sabe o que é o mundo, pelo menos, a maior parte deles. No momento em que se dá oportunidade para ele, ele toma gosto e esse cara pode se tornar um prêmio Nobel no futuro. Por que ele não gosta? Porque ele não viu. Então, no momento em que ele tem a oportunidade de participar, ele pode buscar um mestrado, um doutorado, um doutorado no exterior e pode, com certeza, se tornar um grande pesquisador em qualquer área que seja.

**SABER:** A pesquisa vem crescendo na Unoeste. Mas, ela vem crescendo em um ritmo específico ao longo desses anos. O que o senhor acha que ainda é um entrave para a aceleração desse crescimento?

**CRESTE:** A questão é a seguinte: vou falar de uma forma simplista, muitas vezes o aluno entra na faculdade para ganhar dinheiro, esse é o foco dele. “Eu quero ter uma profissão, vou sair daqui e vou trabalhar”. Ele não vem com a intenção, pelo menos muitos não vêm com a intenção de serem pesquisadores. Então, qual é o entrave principal? Eu acho que é a questão da conscientização de mostrar para o aluno essa outra oportunidade de mundo. Mas, o que é um bom pesquisador? No mundo de hoje, você vai ver que tem pessoas que pesquisaram, que desenvolveram, que revolucionaram o planeta e nunca estudaram. Mas, hoje o mundo é diferente. Então, a gente sabe que tem pessoas autodidatas, altamente capacitadas por aí, que, no momento em que virem isso, vão desenvolver algo diferente. Mas, a maior parte vem com a ideia “eu quero ser um profissional liberal”. No momento em que o professor mostrar para ele que isso é bom, maravilha. Mas, de repente, o professor chega e fala “olha, aqui tem um outro universo, uma outra oportunidade de vida”, “olha, o Brasil tem patenteado pouco, a China tem crescido muito, a Índia tem crescido muito, o Japão tem crescido muito, os Estados Unidos estão pegando todos esses cérebros. Um pesquisador que está mexendo com biotecnologia está ganhando 30 mil reais, 20 mil reais”. Na hora em que o professor começar a mostrar essa sementinha para o nosso aluno, ele vai, com certeza, procurar por essas chances, por essas oportunidades. “Opa, o que é pesquisa?”. Eu falo, porque eu trabalhei com pesquisa. Você começa a desenvolver um trabalho e nem sabe se vai dar aquilo que você está pensando. Então, é uma tentativa de risco, de acertos e erros e isso faz parte do meio da ciência. E, muitas vezes, o aluno está preparado, mas ele quer trabalhar e quem pode mudar isso? O ambiente universitário. E aqui a pesquisa existe de uma forma natural, mas o professor também tem que ter interesse, mas, muitas vezes, o professor especialista, talvez, só desenvolveu uma pesquisa na sua graduação, no seu TCC. Ele ainda não tem

esse conhecimento. Então, talvez, seja aí uma fragilidade. Mas, se a fragilidade existe aqui, ela existe em todas as outras instituições.

**SABER:** Como o senhor falou, tem professor que é bom para sala de aula, tem professor que é bom pesquisador e tem professor que é bom nas duas coisas.

**CRESTE:** Exato. O que a Unoeste quer? Ela quer tentar reunir o bom professor, com o bom pesquisador, com o bom extensionista. E a gente percebe que, por ser uma particular, é mais flexível. A gente consegue enxergar que existem umas pessoas que reúnem as três qualidades, mas não podemos exigir isso. Mas, o que não abrimos mão é que seja um bom professor. Se ele puder ser um bom professor e um bom pesquisador, maravilha. E, é claro que a gente vai buscar também os bons pesquisadores. Agora, eu acho que o maior entrave da pesquisa no Brasil é a questão financeira. Ninguém faz pesquisa sem dinheiro. Pesquisar demanda e os resultados nem sempre são rápidos. A Unoeste tem patrocinado. Ela patrocina cotas para alunos de graduação, ela promove certo valor para o professor desenvolver suas pesquisas. Mas, a minha briga hoje aqui é que o professor vá buscar enviar projetos para agências de fomento. Se ele mostra a cara, ele tem um crivo de pareceristas muito forte, ele é criticado. Então, ele cresce dessa forma e traz recursos. Nós temos muitos exemplos de pessoas trazendo dinheiro de fora, bolsas para os nossos alunos e mostrando a cara. Isso é muito bom para a universidade.

**SABER:** O senhor acredita que a divulgação científica dentro da Unoeste pode ser uma maneira de tentar trazer essa mudança de consciência, tanto para docentes, quanto para discentes?

**CRESTE:** Com certeza. Essa divulgação já existe institucionalizada de Enepe. O que precisa é a gente bater nisso ano a ano, é a participação dos alunos. Para que ele entenda, enxergue. É muito bonito ver um aluno, um colega nosso do quinto ano, sexto ano, à frente apresentando seu trabalho, seu resumo, sua proposta e que seja participada pelos seus pares, pelos seus colegas e que isso incentive ele, sendo elogiado por um corpo docente que está presente. Isso, com certeza, vai motivá-lo.

**ANEXO F**  
**ENTREVISTA COM MARIA DE LOURDES ZIZI TREVIZAN PEREZ**



**Entrevistada:** Maria de Lourdes Zizi Trevizan Perez, pró-reitora de pesquisa e pós-graduação da Unoeste.

**Dia:** 27/09/2011

**Horário:** 14h30

**Local:** Campus II da Universidade do Oeste Paulista.

**Meio:** Presencial

**Assunto:** Pesquisa e como ela se insere na Unoeste.

**SABER:** Qual a sua formação?

**ZIZI TREVIZAN:** Eu sou formada pela faculdade de Ciências e Letras da Unesp (Universidade Estadual Paulista) de Assis. Eu me formei em Letras e, na mesma instituição, fiz o mestrado e o doutorado. Após o doutorado, eu ingressei na carreira universitária pública, lá mesmo, na Unesp de Assis.

**SABER:** Há quanto tempo a senhora é professora da Unoeste?

**ZIZI:** Da Unesp de Assis, eu pedi transferência para a Unesp de Presidente Prudente, em 1990. Então, eu concluí o meu trabalho em uma universidade pública (Unesp de Presidente Prudente), onde eu me aposentei, em 1995. No mesmo ano, ingressei no programa de mestrado em educação na Unoeste. E aqui passei pela função de coordenadora científica da CCPq, que é a Coordenadoria Central de Pesquisa e, desse cargo, eu fui convidada para assumir a pró-reitoria de extensão. Fiquei até este ano, de 2001 até 2011, e, também, em 2005, eu assumi a pró-reitoria de pesquisa e pós, e nesse cargo, eu ainda estou.

**SABER:** Quando a pesquisa começou na Unoeste?

**ZIZI:** A pesquisa sempre existiu na universidade, só que nós não tínhamos um setor específico que cuidasse dela. Porque, é impossível pensar em um ensino superior, sem pensarmos na pesquisa auxiliando, investindo nesse ensino e, também, aliada à extensão. Com a criação da pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação é que todo esse trabalho de formalização, documentação da pesquisa, começou na Unoeste. E a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação foi iniciada em 1994, pela doutora Lucia Gomes Corrêa Ferri.

**SABER:** Quais as características de uma pesquisa acadêmica?

**ZIZI:** A pesquisa acadêmica é de natureza científica mesmo. Então, é uma pesquisa diferenciada, se compararmos com o termo pesquisa usado genericamente. Então, você diz que vai fazer uma pesquisa de mercado, isso é um uso genérico da palavra. A pesquisa acadêmica está vinculada ao rigor científico, às regras científicas. Então, é uma pesquisa que nasce de um problema. Esse problema vai justificar a necessidade da pesquisa e é sempre levantada uma hipótese e, na busca dessa hipótese, são selecionadas teorias que vão dar sustentação ao estudo. Então, por isso que ela é acadêmica, é científica. Porque, ela tem todo um comportamento baseado em teorias já aceitas cientificamente.

**SABER:** Qual é a importância da pesquisa ou da iniciação científica para o aluno e para o professor?

**ZIZI:** Nós não podemos pensar no conhecimento de forma apenas transmitida. Isso seria o ensino puro. E ensino puro não existe no ensino superior. Hoje, até no ensino médio inicia-se o ensino à pesquisa. Porque, na pesquisa inaugural, você tem sempre o repertório de conhecimentos já prontos, consagrados pela ciência e temos, ao mesmo tempo, uma necessidade de buscarmos novos conhecimentos. Então, a pesquisa permite a inaugurabilidade. Imagine o contexto em que estamos vivendo hoje: avanços científicos, avanços tecnológicos e a própria vida em curso. Então, nada é pronto. Por isso, é que até nos assustam as modificações nas informações científicas. Mas, a verdade científica não é uma verdade absoluta? Não, mesmo a verdade científica é uma verdade relativa, porque toda pesquisa está condicionada a um contexto histórico temporal, em um determinado tempo.

**SABER:** Daqui a algum tempo vem outro cientista e derruba?

**ZIZI:** Exatamente. Essa é a importância da pesquisa na vida acadêmica, desde o início na graduação. Porque, o aluno recebe um conhecimento pronto, que também é resultado de pesquisas anteriores, acadêmicas, científicas, mas ele próprio, aluno, tem que aprender a buscar o conhecimento, a descobrir novas verdades científicas.

**SABER:** Qual foi a primeira pesquisa realizada na Unoeste? A senhora tem conhecimento?

**ZIZI:** Não tenho esse conhecimento. Porque, como eu disse, anterior a essa fase de criação da pró-reitoria de pesquisa, já havia pesquisa. Então, é impossível a gente definir. Teria que fazer uma pesquisa, teríamos que fazer uma busca, talvez na biblioteca, de qual foi o primeiro trabalho publicado.

**SABER:** A senhora tem vários livros, vários projetos publicados, mas nem todo aluno, nem todo professor, possui esse perfil de cientista. Na sua visão: isso é bom ou ruim?

**ZIZI:** Existe a paixão na vida profissional de cada um de nós. Muitas vezes, o profissional não tem paixão pela pesquisa. Ele faz a pesquisa naquele ritmo necessário para a manutenção do seu conhecimento, renovação desse conhecimento. Mas, ele próprio, não se dedica à pesquisa diariamente. Então, hoje, a exigência em relação à universidade é que, pelo menos, haja 30% de pesquisadores em cada curso de graduação. Então, nem o docente, nem o aluno, devem ser, necessariamente, pesquisadores. Eles podem, sim, e devem conhecer o que é a pesquisa e como ela contribui para a renovação do conhecimento, mas nem todo mundo vai se dedicar profissionalmente à pesquisa. O aluno, quando ele está na graduação, é convidado pelos docentes pesquisadores a se iniciar também na pesquisa, mas nem todos têm esse perfil, e isso não quer dizer que eles não vão ser bons profissionais. Então, nós temos pessoas que têm paixão, por exemplo, pelo ensino, pela sala de aula mesmo, pela relação humana, ensino e aprendizagem. Este professor apaixonado pelo ensino pode ser um excelente professor e não ser profissionalmente um pesquisador. Mas, claro que no dia-a-dia, ele vai para a retroalimentação do conhecimento dele. Ele vai usar da pesquisa, ou feita por outros

estudiosos, ou a própria pesquisa, para satisfazer a sua formação diária, mas, nem por isso, ele é um profissional em pesquisa.

**SABER:** Mas, existem maneiras de tornar um aluno ou um professor em um cientista?

**ZIZI:** Sim, é a estimulação. A universidade deve sempre estimular novos valores, novos talentos em pesquisa. É importante que todos sejam envolvidos nessa motivação, professores e alunos. Mas, você não pode exigir. Às vezes, você tem um excelente professor, mas que não é profissional pesquisador.

**SABER:** A Unoeste tem cursos de graduação, pós e ensino a distância. Todos eles produzem pesquisa?

**ZIZI:** Sim. A pós-graduação – *lato sensu* – exige no final do curso uma monografia de caráter já científico, mas ainda é apenas uma monografia. O que quer dizer uma monografia? Um trabalho dissertativo no qual se levantam vários estudos, se faz uma revisão da literatura sobre o assunto e o aluno acaba expondo o seu próprio posicionamento em relação àqueles conteúdos estudados. No nível da pós-graduação – *stricto sensu* – cresce, também, as exigências em relação ao trabalho de conclusão. Então, nós já temos para o mestrado a exigência da dissertação de mestrado e para o doutorado a exigência da tese de doutorado. Pós-graduação – *lato sensu* – exige monografia, especialização exige monografia, o mestrado exige dissertação e o doutorado, tese. Mas, todos esses trabalhos devem ter natureza científica.

**SABER:** O ensino a distância também?

**ZIZI:** O ensino a distância, dependendo da natureza do curso, se ele for um curso, por exemplo, de extensão, pode ser um mero trabalho de conclusão de curso, baseado no próprio ensino, em uma revisão das teorias do ensino, se for o caso, naquele assunto, naquele conteúdo estudado. Se for a *lato sensu*, tudo que nós vamos ter é uma monografia, que, também, já tem caráter científico, mas, está em um processo de iniciação nessa condição de processo de pesquisa científica. Nós não temos na educação a distância o mestrado e nem o doutorado.

**SABER:** Há incentivos para que os alunos produzam mais pesquisa?

**ZIZI:** Sim. A própria universidade, pela vida acadêmica diária, está sempre convidando o aluno a esta participação. Como? As jornadas científicas. Todos os cursos têm as suas jornadas, ou encontros, ou congressos. Os próprios docentes participam de congressos, muitos deles publicam em congressos. Às vezes, os alunos já são envolvidos na realização dessas pesquisas dos docentes, o próprio ambiente gera essa busca. O trabalho da biblioteca é bastante significativo nessa motivação. Nós temos, por exemplo, na Unoeste, o Enepe, que é o Encontro de Ensino, Pesquisa e Extensão da Unoeste. Anos atrás, o aluno não sabia nem o que era esse encontro. Hoje, nós já temos um número crescente de alunos se envolvendo em iniciação científica, apresentando comunicações orais dentro do Enepe. E o aluno, quando ele frequenta um evento dessa natureza, ele vai conhecer conferencistas de fora, portanto, pesquisadores de fora. E, ouvindo as experiências desses pesquisadores, eles vão se entusiasmando. Se ele tiver vocação, paixão

pela pesquisa, pensando a sua participação profissional na pesquisa, ele vai se interessar. “Meu futuro pode apontar para essa condição”, então, ele começa a ter interesse. Temos a Coordenadoria Central de Pesquisa e ela disponibiliza para os alunos programas de iniciação científica. Nós temos o Probic, que é um programa com apoio financeiro ao aluno, inclusive. E os docentes também têm um apoio financeiro para continuarem orientando a iniciação científica.

**ANEXO G**  
**ENTREVISTA COM MARIA DE LOURDES ZIZI TREVIZAN PEREZ**

**Entrevistada:** Maria de Lourdes Zizi Trevizan Perez, pró-reitora de pesquisa e pós-graduação da Unoeste.

**Dia:** 04/10/2011

**Local:** Campus II da Universidade do Oeste Paulista.

**Meio:** Presencial

**Assunto:** Extensão e como ela se insere na Unoeste.

**Obs.:** A pró-reitora de pesquisa e pós-graduação foi entrevistada novamente, agora para falar de extensão, porque a pró-reitora de extensão e ação comunitária, Angelita Ibanhes de Almeida Oliveira Lima, estava em viagem e só retornaria após o prazo que o grupo possuía para realizar as entrevistas.

**SABER:** Quando a extensão começou na Unoeste?

**ZIZI TREVIZAN:** A extensão sempre existiu na universidade. Ensino, pesquisa e extensão sempre existiram dentro da Unoeste. Essa tríade, ou seja, a existência dessas três categorias – ensino, pesquisa e extensão – que levou à aprovação da instituição como universidade. Se não houvesse ensino, pesquisa e extensão desde o início, nós não teríamos o reconhecimento do MEC como universidade. O que nós não tínhamos, logo no início da universidade, era a pró-reitoria de extensão e ação comunitária, porque a extensão era gestada pela própria reitoria. Depois, em 2001, foi criada a pró-reitoria de extensão e ação comunitária. Com a criação da pró-reitoria de extensão, uma pró-reitoria específica, aí que foram criados os documentos específicos referentes a todas as ações extensivas, programas, projetos, atividades, eventos, cursos, viagens. Enfim, foram produzindo os documentos. As ações já existiam, mas com a criação da pró-reitoria de extensão foram formalizadas e passaram a ser documentadas e gestadas por uma pró-reitoria específica.

**SABER:** De 1994 até 2001 era a mesma pró-reitoria, a de pesquisa, que cuidava da extensão?

**ZIZI:** Não. Pró-reitoria de pesquisa e pós nunca cuidou de extensão. A universidade nasceu com a Apec, era uma Associação Prudentina de Educação e Cultura. Enquanto Apec, não era universidade ainda. Naquela época era o surgimento da instituição. Quando a instituição nasceu, ela já nasceu com essa base que chamamos de triádica: ensino, pesquisa e extensão. Já se ministrava o ensino, já se fazia pesquisa e já se fazia extensão. Só que nós tínhamos, apenas, a pró-reitoria acadêmica e a pró-reitoria administrativa, ambas localizadas dentro da reitoria, e que faziam a gestão de tudo. Com os anos, foram surgindo as outras pró-reitorias, ou seja, a pró-reitoria de pesquisa e pós, que passou a cuidar especificamente da pós graduação lato sensu e aí nasceram os mestrados stricto sensu. Essa mesma pró-reitoria sempre cuidou das pesquisas, dos cadastros das pesquisas, desde o momento que ela nasceu. E a pró-reitoria de extensão e ação comunitária surgiu em 2001. A pró-reitoria de pesquisa e pós surgiu em 1994 e a pró-reitoria de extensão e ação comunitária surgiu em 2001. Mas, antes dessas datas, antes dos anos 90, a Unoeste já tinha uma prática de ensino, uma prática de extensão e uma prática de pesquisa, só que tudo isso era gestado pela reitoria, através da pró-reitoria acadêmica e da pró-reitoria administrativa. Então, a própria criação das outras duas

pró-reitorias mostra a evolução institucional, a evolução administrativa da Unoeste durante a sua história. Então, por isso, nasceram as duas pró-reitorias específicas.

**SABER:** Qual a característica de um projeto de extensão?

**ZIZI:** A ação extensiva pode ser constituída através de um programa, e o que é um programa? Um conjunto de projetos. Ou pode ser constituída através de um projeto, o que é um projeto? Um conjunto de atividades. Ou pode ser constituída por atividades soltas, episódicas, sem um vínculo a projetos, sem um vínculo a programas. Então, programa é um conjunto de projetos e, como todo projeto, precisa da presença de um pesquisador, da participação de um pesquisador. O programa tem um conjunto de projetos e, portanto, um conjunto de atividades. Mas, na equipe executora tem que, necessariamente, conter pesquisadores. No meio dos executores, para a operacionalização daquelas funções, tem que haver participação de pesquisadores. Por que? Porque a extensão não é uma assistência social, como muitos pensam. Ela caminha na academia, na universidade, em conjunto com a pesquisa, em conjunto com o ensino. Então, esses pesquisadores que participam de programas e que, necessariamente, têm que participar também de projetos, eles é que vão fazer a dualidade extensão/pesquisa. Então, o pesquisador entra na equipe, porque ele vai desenvolver um projeto ou um programa com a sua equipe, em um determinado lugar, e, *in loco*, ele pode realizar diagnósticos, levantamento de dados que, sozinhos, isolados, não são ainda pesquisa, mas eles podem conduzir ao nascimento de uma pesquisa. Da mesma forma, a pesquisa se desenvolve separadamente da extensão, mas quando você chega aos resultados, aqueles resultados são aplicáveis na comunidade. Para aplicar aqueles resultados, o pesquisador vai e elabora um programa ou um projeto de extensão. Então, o pesquisador quando se envolve em ações extensivas, necessariamente essas ações têm que ser programas ou projetos. Atividades soltas, como elas são soltas, não são processuais, elas não necessitam de pesquisadores. Essa é a diferença: o programa é um conjunto de projetos. Seja de um só curso, seja de uma faculdade, como a Faclepp, a Facopp, nós podemos ter programas e podemos ter projetos. Quando nós temos um guarda-chuva de projetos é um programa. Quando nós temos um projeto com um aglomerado de atividades e sempre com presença de pesquisadores, tanto no programa, quanto no projeto, são níveis mais elevados de extensão, porque são nesses níveis, programas e projetos, que se dá a mão dupla extensão/pesquisa, pesquisa/extensão. Na atividade solta, não. Atividade é uma ação extensiva curta, episódica, pontuada. Então, alguém vai num município auxiliar um grupo de trabalhadores, por exemplo, a executar uma determinada tarefa em uma determinada área de conhecimento. É uma simples atividade, mas essa atividade pode estar dentro de um projeto maior, esse projeto envolve extensionistas e envolve pesquisadores. E aí, por trás das ações, existe o projeto planejado, que acaba somando pesquisa/extensão, extensão/pesquisa.

**SABER:** Qual a importância da extensão?

**ZIZI:** A extensão é fundamental. Primeiro, porque o aluno da graduação tem, através da extensão, a oportunidade de operacionalizar o conhecimento aprendido. Pode colocar em prática o conhecimento e aí nascem mais dúvidas, nascem desafios, e ele alcança um amadurecimento profissional pela extensão. Além desse aspecto mais prático da extensão, que favorece a formação do aluno na inserção do

mercado de trabalho, a preparação para esse mercado, o que é muito importante. A extensão funciona em conjunto com a pesquisa e ela é duplamente significativa. Ela permite a formação prática dos cursos de graduação e, também, de pós-graduação. E, ao mesmo tempo, a extensão possibilita a pesquisa, ela potencializa a pesquisa, porque acaba fomentando o interesse por novas pesquisas ou, então, ela põe em prática os resultados das pesquisas. Isso em termos científicos, acadêmicos, é muito importante. E, no que se refere à formação do aluno, ela responde pela parte prática.

**SABER:** Aqui na universidade a extensão acontece em maior número que a pesquisa ou está equilibrada?

**ZIZI:** Não. As ações são muito diferentes. Eu não sei se nós podemos comparar quantitativamente, porque as ações de extensão – seja através de programas, projetos ou atividades –, elas ocorrem em razão da demanda externa. Esse é outro ponto positivo da extensão: ela nasce das necessidades do município onde se encontra a Unoeste – Presidente Prudente – e de toda a região e, às vezes, até de municípios de estados vizinhos. Então, à medida que há uma procura pela universidade para determinados serviços ou determinados projetos e programas, a extensão acaba respondendo pela função social da universidade. Nesse sentido, a extensão é maior. Há muito mais demanda de ações extensivas do que de pesquisa, porque nossa região não tem muitas empresas que possam utilizar os dados das pesquisas. Em uma metrópole, é fundamental a pesquisa, mas, sobretudo pelo fato de nós sermos uma região do interior, a pesquisa também se torna relevante, porque ela é um espaço único de reflexão sobre a nossa realidade, sobre as necessidades sociais dessa realidade, e também é uma contribuição para a melhoria da qualidade de vida, para a melhoria da saúde da população, a melhoria da educação, para um aperfeiçoamento do mercado de trabalho. Porque, hoje são muitas as buscas por uma formação mais verticalizada, através da pesquisa, através de pós-graduação, especializações, mestrados, e a Unoeste tem esse privilégio de ofertar o que outras instituições em Presidente Prudente – a não ser a universidade pública – não oferecem, que é o conhecimento centrado na ciência, baseado em estudos científicos e que acaba dando a sua contribuição para a melhoria nas condições de vida da sociedade.



## APÊNDICES

**APÊNDICE A**  
**HISTÓRICO DA UNOESTE**

## HISTÓRICO DA UNOESTE

A Universidade do Oeste Paulista (Unoeste) é uma instituição de ensino mantida pela Associação Prudentina de Educação e Cultura (Apec) surgida em 1972, como intenção dos professores Agripino Lima e Ana Cardoso Maia de Oliveira Lima em preencher uma lacuna do ensino superior em Presidente Prudente e região. (UNOESTE, 2011)

A primeira faculdade que surgiu foi a Faculdade de Ciências, Letras e Educação de Presidente Prudente (Faclepp). Em maio de 1972, foi enviado pelos dois professores um pedido de autorização para o funcionamento da referida faculdade ao Conselho Federal de Educação. Em agosto, a autorização foi concedida e, posteriormente, em outubro, assinada pelo então presidente da República, Emílio Garrastazu Médici. Ocorreu, então, o primeiro vestibular da Apec, com 536 candidatos disputando 350 vagas concedidas. (UNOESTE, 2011)

Nos anos que se sucederam, por uma grande demanda de outras áreas de conhecimento, nasceram as faculdades da saúde: Odontologia, Farmácia e Bioquímica, Enfermagem e Obstetrícia, Fisioterapia e, conseqüentemente, suas clínicas, laboratórios e ginásios de esporte. Logo veio a faculdade de Engenharia Civil, Informática e outros cursos. Surgia, com isso, rapidamente, o complexo de prédios que, hoje, formam o campus I da Unoeste, no Jardim Bongiovani. (UNOESTE, 2011)

Em 1987, nasceu o campus II, situado ao km 572 da rodovia Raposo Tavares (SP-270), com cursos oferecidos nas áreas das ciências agrárias, jurídicas, administrativas, contábeis, de comunicação, e outros. Foi neste mesmo ano que o Ministério da Educação (MEC) reconheceu a Universidade do Oeste Paulista. Isto significa que, desde então, a universidade passou a ter credenciamento e autonomia para criar, organizar e manter cursos de graduação e pós-graduação. Em maio de 2009, o MEC, por meio do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), após uma avaliação institucional criteriosa, conservou o status de universidade para a Unoeste. (UNOESTE, 2011)

Completando 39 anos de existência, a Unoeste conta, atualmente, com um complexo universitário que possui 53 cursos presenciais de graduação (bacharelado, licenciaturas e graduação tecnológica) nas diferentes áreas do

conhecimento; na pós-graduação, conta com 98 cursos presenciais de especialização em nível *lato sensu*; conta com três mestrados nível *stricto sensu* (presenciais) nas áreas: Educação, Agronomia e Ciência Animal – todos recomendados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes); possibilita 45 cursos de extensão (presenciais); mantém, também, a Coordenadoria de Educação a Distância, que proporciona 28 cursos de aperfeiçoamento, 69 de extensão e um de especialização, em diversas áreas, todos a distância. (UNOESTE, 2011)

A Unoeste é, atualmente, organizada em reitoria e pró-reitorias. A reitoria é representada pela professora Ana Cardoso Maia de Oliveira Lima. A pró-reitoria acadêmica é comandada pelo professor doutor José Eduardo Creste. Conta, também, com a pró-reitoria administrativa que é liderada por Maria Regina de Oliveira Lima. Na pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação tem a sua frente a doutora Maria de Lourdes Zizi Trevizan Perez e, na de extensão e ação comunitária, Angelita Ibanhes de Almeida Oliveira Lima. (UNOESTE, 2011)

A instituição sempre procurou integrar ensino, pesquisa e extensão. Depois de seu reconhecimento como universidade, o Centro de Pesquisa e Pós-Graduação foi transformado em Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, onde existe, também, a Coordenadoria Central de Pesquisa (CCPq). Esta última, por sua vez, tem a assistência do Comitê Assessor de Pesquisa Institucional (Capi), do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), aprovado e supervisionado pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep) e Comitê Técnico-Científico (CTC). (UNOESTE, 2011)

A frente da pesquisa na universidade está a pró-reitora de pesquisa e pós-graduação, Zizi Trevizan, que é formada em letras pela Unesp de Assis, onde também fez mestrado e doutorado na área de Linguística, Letras e Artes. (TREVIZAN, 2011)

A pesquisa sempre esteve presente na universidade, porém não havia um setor específico que a organizasse, até 1994. Neste ano foi criada a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação, pela doutora Lucia Gomes Corrêa Ferri. (TREVIZAN, 2011)

O pró-reitor acadêmico, José Eduardo Creste, é formado em engenharia agrônoma e possui mestrado, doutorado e pós-doutorado na área de nutrição de plantas e fruticultura. (CRESTE, 2011)

Como forma de fomentar as atividades de pesquisa dentro da universidade surgiu, também, o Núcleo Institucional de Pesquisas Multidisciplinares (Nipem). Tendo como predicado a multi e a interdisciplinaridade, ele tem vinculação com a pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação e a pró-reitoria acadêmica. Possui como principais objetivos o estímulo à realização de pesquisa na Unoeste, bem como incentivar os professores que orientem aqueles alunos que têm potencial para esta atividade; incentivar o surgimento de novas linhas e/ou grupos, como forma de incrementar o universo científico e o desenvolvimento tecnológico na Unoeste; e promover um ambiente de multidisciplinaridade na universidade, contribuindo para a formação profissional dos alunos diferentes cursos de graduação da Unoeste. (UNOESTE, 2011)

Tendo como coordenador, Gustavo Maia Souza, e como vice-coordenador, Jair Rodrigues Garcia Junior, o Nipem surgiu da necessidade de melhorar, qualitativamente e quantitativamente, a pesquisa na Unoeste. (RODRIGUES, 2011)

No início, com a impossibilidade de atender todos os cursos da Unoeste individualmente, emergiu a proposta de um núcleo de pesquisa de caráter multidisciplinar que procurasse atender um número significativo de cursos em projetos com participação coletiva de docentes e discentes de diferentes áreas do conhecimento. (UNOESTE, 2011)

**APÊNDICE B**  
**SIMULAÇÃO DE UMA EDIÇÃO DA REVISTA SABER**



Figura 06: Simulação da capa da revista Saber  
 Fonte: Ricardo Ferreira

EDITORIAL

### Título para o editorial



**T**exto falso, vulla augures ad eu facipummy nonsectet, quam zzitare ming ent ut augaerc idui-  
 pit in er instrud diastadig lobscap frankfr utiger.  
 Ut in eam quante feugue do conummy non eueqai  
 euis nos iur loce dolonim ate dolentis praesit ero  
 odiam, si bla con ute mod estero odionse quiam  
 vercidit endre vulpate consenim dolose duipsum  
 vel el eugait praterit prax lupat lit eummolorp  
 at aut eumero man daut itil dit nam quoncon el  
 extem non hemim quicis ent loboritis vertareet at.  
 Te dolent ut augait wial ex exer ip exero eugaiisi.

Aliqui tur. Re vullor sequamet nose modum il dignit nonsecte faci blaotree tumand-  
 dre molocid min ut alit la feum nonum quante utque nos esse core de die illando et  
 at vel doloreps et nose vel dit niam malputat nonrod dolose velenim nosullater alla  
 feuisi. Re magnibb eumam velit utpur niam, conent for sene ut praesit scipit in hend-  
 dipiomod ret aliamolobore vent vero consi et velicidatid dolore euisi endre molobor  
 ipissequat saquat sibereeth stretchup. Estio consi nullam dolaput. Faci blanconsed  
 et augait, vulla feugue vullor ad exer ad tie tar allaput. Ibh eu feugiam consed digna  
 scipit in hendipiomod ret aliamolobore vent vero consi et velicidatid dolore euisi endre  
 molobor ipissequat saquat sibereeth stretchup. Estio consi nullam dolaput. Faci  
 blanconsed et augait, vulla feugue vullor ad exer ad tie tar allaput. Ibh eu feugiam  
 consed digna consuman.

Re magnibb eumam velit utpur niam, conent for sene ut praesit scipit in hendipiomod  
 ret aliamolobore vent vero consi et velicidatid dolore euisi endre molobor ipissequat  
 saquat sibereeth stretchup. Estio consi nullam dolaput. Faci blanconsed et augait,  
 vulla feugue vullor ad exer ad tie tar allaput. Ibh eu feugiam consed digna consuman.

Wah upon a timeat niam, conent for sene ut praesit scipit in hendipiomod ret alio-  
 molobore vent vero consi et velicidatid dolore euisi endre molobor ipissequat saquat  
 sibereeth stretchup. Estio consi nullam dolaput. Faci blanconsed et augait, vulla  
 feugue vullor ad exer ad tie tar.

Boa leitura!

Oscillatone

SABER

ANO I Nº 1  
 OUTUBRO/2011

RESPONSÁVEL  
 José Thiago Zago

PROJETO GRÁFICO  
 Ricardo Ferreira

REVISÃO  
 Gleiane Turmá

PRODUÇÃO  
 Camilla Monteiro

FOTOGRAFIA  
 José Thiago Zago

COLABORADORES  
 Camilla Monteiro  
 Gustavo Zales  
 José Thiago Zago

WEBDESIGNER  
 Marcelo Motta

CORRESPONDÊNCIA  
 Faça contato através do e-mail:  
 redacao@revistasaber.com.br  
 ou ligue para: 18 5555 8888.

REVISTA SABER é uma pu-  
 blicação semestral online da  
 UNICESTE Editora. Todos os  
 direitos reservados. Proibida a  
 reprodução parcial ou total sem  
 autorização.

www.revistasaber.com.br

REVISTA SABER

NESTA EDIÇÃO

<b>HIPOTENUSA</b>	<b>8</b>
<b>EU PESQUISADOR</b>	<b>14</b>
<b>MENTE SOCIAL</b>	<b>18</b>
<b>TUBO DE ENSAIO</b>	<b>26</b>
<b>ARTIGO</b>	<b>28</b>



**4 GÁS CARBÔNICO**  
 Emissão ainda é preciso,  
 investigada pela ciência



**20 PRÉ-SAL**  
 Empresa de pesquisa  
 para melhor exploração



**10 FÍSICOS BRASILEIROS**  
 são céticos quanto à partícula que viaja  
 mais rápido que a velocidade da luz

Figura 07: Simulação de carta do editor e sumário da revista Saber  
 Fonte: Ricardo Ferreira

MATÉRIA 1

REVISTA SABER



O efeito do desmatamento na nova fronteira agrícola do Cerrado - formada pelo Maranhão, Tocantins, Piauí e pela Bahia - são menos conhecidos e estudados pela ciência do que em outras áreas do bioma. Os quatro estados formam a parte norte do Cerrado, batizada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) como Matopiba.

O Laboratório de Ecologia e de Ecossistemas da Universidade de Brasília (UnB) está fazendo um levantamento sobre os artigos científicos que tratam do estoque e fluxo de carbono, e também de nitrogênio e fósforo - elementos químicos importantes para a incorporação de carbono na vegetação. Das 105 localidades estudadas, apenas três estão no Matopiba: 54 em outras áreas do Cerrado; 20 na Amazônia; 13 nos Pampas; 12 na Mata Atlântica; e quatro na Caatinga.

O dado é preliminar e diz respeito a 91 artigos científicos levantados até agora, mas indica que há menos conhecimento sobre os efeitos da degradação ambiental na região que, segundo o Ministério da Agricultura (Projeções do Agronegócio 2010/11-2020/2021), deverá assistir nesta década a um avanço na produção de algodão, frango, carne bovina e soja, além de celulose e papel.

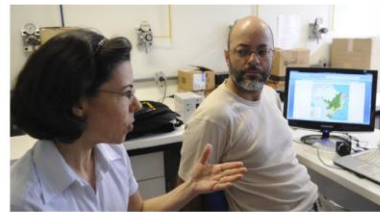
**Figura 08:** Simulação da matéria 1 da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira

MATÉRIA 1

REVISTA SABER

O motivo da atração pelo Matopiba é o preço das terras, mais baratas do que, por exemplo, áreas de Mato Grosso e de Goiás, onde já há intensa atividade agropecuária.

Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia foram responsáveis por 65% do desmatamento do Cerrado verificado pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) entre 2009 e 2010, o equivalente a 4,2 mil quilômetros quadrados (km<sup>2</sup>). O bioma é um dos mais ameaçados do país. Em 2010, já havia perdido 48,5% da cobertura original - cerca de 1 milhão de km<sup>2</sup>. O desmatamento é a principal causa de emissão de dióxido de carbono no Brasil, que pressoca a diminuição da



**O CARBONO NÃO EXISTE INDEPENDENTEMENTE DE OUTROS FATORES**

cerrado de estócio e as mudanças climáticas.

De acordo com a coordenadora-geral de Gestão e Ecossistemas do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), Mercedes Bustamante, também professora do Departamento de Ecologia da UnB, a exploração do Cerrado ao Norte poderia ser diferente da que se fez na parte ao Sul, mas por enquanto não há uma "cesta de incentivos positivos" para evitar o desmatamento incontrolado, como a dedicação de encargos, os incentivos tecnológicos para o aumento de produtividade e o pagamento de serviços ambientais.

O Poder Público, segundo a coordenadora, tem menos recursos para proteger o Cerrado (como unidades de conservação e extensas áreas de preservação obrigatória) do que para a Amazônia. Na região, com muitas propriedades produtivas rurais, é preciso dialogar com o agronegócio. "Se não trouxer o setor produtivo, como vamos racionalizar o uso das águas?", pergunta.

O pesquisador do Laboratório de Ecologia de Ecossistemas da UnB, Alexandre de Siqueira Pinto, explica que a destruição da vegetação no Cerrado é fundamental para o regime de chuvas e mesmo uma área não degradada pode sentir os efeitos da destruição. Ela lembra que o desmatamento diminui a capacidade de absorção da água pelas plantas, o que reduz a evaporação, afetando o ciclo hidrológico e a capacidade de absorção de carbono. "O carbono não existe independentemente de outros fatores", salienta.

A pesquisa sobre o Cerrado envolve cerca de 15 pesquisadores da UnB, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e da Universidade de New Hampshire (EUA) e faz parte do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia (INCT) para Mudanças Climáticas - uma rede com mais de 90 grupos de pesquisa de 65 instituições e de universidades brasileiras e estrangeiras, com mais de 400 participantes. ■



**Figura 09:** Simulação da matéria 1 da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira





**Figura 10:** Simulação da seção Hipotenusa da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira



**Figura 11:** Simulação da matéria 2 da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira

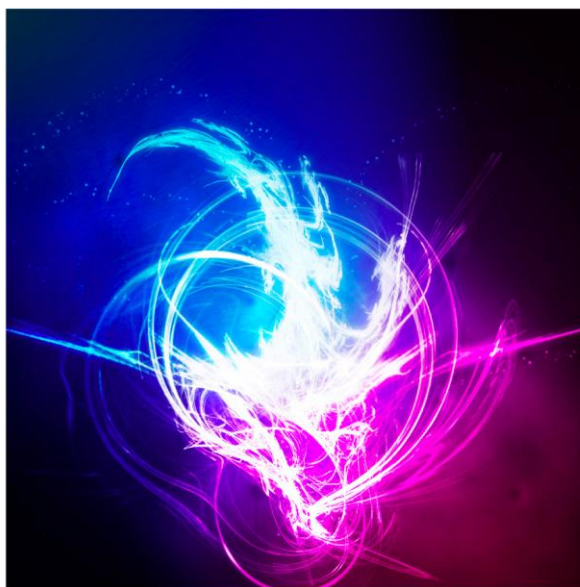
## MATÉRIA 2

A expectativa dos físicos brasileiros é que o Mino, que utilizará equipamentos de maior precisão do que o Opera (como relógios atômicos, por exemplo), aponte algum "erro sistemático" que tenha levado a um resultado discrepante. "O erro total não é apenas estatístico, tem o erro sistemático que envolve os problemas de medida do próprio detector e da linha do feixe que produz a luz de neutrinos e todos os equipamentos usados para fazer alguma medida útil dos resultados", explica o pesquisador Ricardo Avelino Gomes, professor da Universidade Federal de Goiás (UFG), um dos brasileiros que trabalham no Mino.

Gomes salienta que os próprios cientistas (140 pessoas) que participaram do Opera "estão solicitando para a comunidade verificar se encontra algum erro no experimento todo". Além do Mino, o experimento pode ser referido no Japão, onde também há um acelerador de partículas que pode disparar um feixe de neutrinos. A partícula de neutrino se assemelha ao elétron, mas não tem carga elétrica e possui pouca massa. O neutrino está presente no universo e atravessa toda a Terra. A partícula pode ser observada no colapso de estrelas, em explosões de supernovas, no fuso nuclear no interior do Sol, que emite o calor. Uma grande quantidade de neutrino é verificada ainda em reatores de usinas nucleares.

A pesquisa com neutrinos é útil para a astronomia, astrofísica e geofísica. "Serve, por exemplo, para estudar o perfil da composição química da Terra, a quantidade de material radioativo e o calor residual no planeta", explica Vicente Pleitez, do Instituto de Física Teórica da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). A divulgação da pesquisa do Opera já causou a publicação de 30 artigos científicos internacionais, como Orlando Luis Goulart Petes, do Instituto de Física Gleb Wataghin da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Os dois pesquisadores não acreditam que novos experimentos confirmem que os neutrinos possam viajar a velocidade maior que a da luz. "Se o experimento for confirmado, vai ficar pouco difícil ter uma teoria boa de primeiros princípios, matematicamente consistente", aponta Pleitez. "Se a Teoria da Relatividade não fosse correta o GPS (Global



**O ERRO TOTAL NÃO É APENAS ESTATÍSTICO, TEM O ERRO SISTEMÁTICO QUE ENVOLVE OS PROBLEMAS DE MEDIDA DO PRÓPRIO DETECTOR E DA LINHA DO FEIXE QUE PRODUZ A LUZ DE NEUTRINOS E TODOS OS EQUIPAMENTOS USADOS PARA FAZER ALGUMA MEDIDA ÚTIL DOS RESULTADOS**

Positioning System] estaria marcando lugares sem precisão", acrescenta Petes.

Para os físicos brasileiros, um dos indícios de que os neutrinos não são mais rápidos que a luz é uma observação feita na Argentina em 1987 de uma supernova (corpo celeste surgido após as explosões de estrelas) na Nave de Magalhães, galáxia mais próxima da Via Láctea. Os neutrinos "chegaram meses depois de quando se esperava", lembra Ronald Shellard.

O físico tem esperança de que até o final da década, o Brasil, a Argentina e o Chile façam um experimento conjunto semelhante ao do Opera, em uma caverna que poderá ser aberta ao lado do Túnel Água Negra, na entrada que liga San Juan (na Argentina) à La Serena (Chile). O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) está financiando a elaboração do projeto de engenharia do túnel. A distância do local para o acelerador de partículas do Cern (na Suíça) é 13 vezes maior (10 mil km) do que o experimento do Opera. ■

**Figura 12:** Simulação da matéria 2 da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira

EU PESQUISADOR

## SÉRGIO GWERCMAN

NO DIA 06 DE SETEMBRO DE 2011, ÀS 15H30, O DIRETOR DE REDAÇÃO DA REVISTA SUPERINTERESSANTE, SÉRGIO GWERCMAN, RECEBEU O GRUPO PARA FALAR SOBRE A REVISTA E O JORNALISMO GENTÍFICO. EM SETEMBRO, A REVISTA CHEGOU À EDIÇÃO 295, O QUE CORRESPONDE A 24 ANOS DE HISTÓRIA.

TEXTO: JONÉ THIAGO ZAGA FOTOGRAFIA: GUSTAVO DALLEI

**será mesmo. A Superinteressante tem uma plataforma online desde quando?**

— **Superinteressante.** A Superinteressante foi a primeira revista da Abril a ter um site. Não me lembro, exatamente, quando foi isso. Eu acho que em 1991, bem no começo da internet. Inicialmente, era uma coisa muito diferente do que é hoje. Você tinha as mesmas reportagens da revista, que eram reproduzidas no site e acessadas apenas por uma senha, pelas assinaturas. Era mais um bônus para quem assinava a revista.

— **Hoje há seleção no material que vocês disponibilizam online do material que sai no mês na revista também?**

— A gente não pensa no site como uma reprodução da revista. A revista é mensal e, portanto, ela tem uma pretensão jornalística de ter esse ciclo de 30 dias. Não é uma revista que demora 30 dias para ler, mas a gente está produzindo um conteúdo que vai levar um certo tempo. Para isso, você tem um tempo de produção maior, tem uma escolha de pauta. Não faria sentido você reproduzir esse mesmo conteúdo de jornalismo na internet, porque a gente, se possível, busca em alguma plataforma e tenta criar, a forma de se construir é diferente. Então, a gente tenta buscar os conteúdos dessa marca. O que a Superinteressante tenta? Como que a gente pode levar para uma plataforma mensal, para o papel, e como que a gente pode levar para uma plataforma digital que não tem nenhuma periodicidade definida.

— **Você acha que com a migração de muitas revistas para o online, a revista em papel vai perder público?**

— Eu não acho que exista uma migração, eu não acho que a Superinteressante está migrando para a plataforma online. O que existe é que agora se tem uma nova plataforma. O que eu acho que existe é o fim do ciclo entre as plataformas. Antigamente, você tinha cada produto jornalístico confinado a uma única plataforma: a TV Globo era uma televisão, a Veja era uma revista, a Folha de São Paulo era um jornal, e eles só entregavam conteúdos dentro dessas plataformas. O que eu acho que está acontecendo é uma expansão de plataformas. Uma mesma marca pode existir em mais de uma plataforma. Essa é a transformação que a gente está vivendo e, quando a gente fala migração, por trás dela existe a ideia de que cada marca pode existir só em uma plataforma, então, eu vou ter que escolher, vou ter que pensar de estar na plataforma revista para poder estar na plataforma online. Não, eu acho que tem que estar nas duas e, provavelmente, em mais. Eu acho que é isso que é o caminho.

**Figura 13:** Simulação da seção Eu, Pesquisador da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira



11. O texto para um site é pensado de uma maneira diferente de um texto pensado para a revista?

12. O texto, a pauta, a produção, tudo.

13. Quantos profissionais fazem parte da redação da Superinteressante?

14. Essa aqui é a redação da revista e do Ipad. O conteúdo do Ipad é feito pela mesma equipe que a revista. Daqui do nosso lado, na próxima foto. É o site. Mas não é o site da Superinteressante, é uma equipe do núcleo jornal, que tem a Superinteressante, a Mundo Estranho, o Guia do Estranho, e a gente tem uma única equipe para cuidar de todos esses sites. Um pedaço dessa equipe é o site da Superinteressante. O site não dá para contar cada cabeça, porque não há separação exclusiva da Superinteressante. Por exemplo, os desenvolvedores não são exclusivos, há dois desenvolvedores para todos os sites.

15. No caso da Superinteressante, são apenas os editores que ficam na redação e os repórteres são todos freelancers?

16. É claro que os editores, muitas vezes, fazem matérias, reportagens, não é que o trabalho de reportagem é, exclusivamente, por freelancers. Agora, na redação, todo mundo é editor, diretor assistente para cima. Não temos nenhum repórter contratado. Às vezes, os próprios editores apuram, aí contratam

um repórter freelancer para a apuração. Mas, tudo isso é a partir de uma pauta definida pelo editor, apurada. Então, a gente não tem repórter aqui, mas a gente apura aqui mesmo.

17. Todos os jornalistas são graduados em jornalismo?

18. Por coincidência, sim. Não por que eu acredito que devam ser, mas todos são.

19. Por vocês trabalharem com jornalismo científico, você acha que há necessidade de especialização desse jornalista ou a especialização vem do gosto dele pela ciência?

20. Eu acho que jornalismo é bom senso. Eu acho que qualquer pessoa que tiver bom senso pode trabalhar, ser jornalista. Não acho que existe um segredo-oculto dessa profissão que seja revelado na faculdade. Eu acho que é bom fazer a faculdade, você aprende, não estou dizendo que eu sou contra a faculdade. Eu acho que ela é a melhor porta de entrada para o mercado.

21. Os editores são divididos por segmentos?

22. Não. Tudo que eu faço aqui é muito diferente. A gente não tem um setor de editoria, a gente não tem um setor de tecnologia, de ciência. A gente não faz a revista assim, dividida em cadernos. A gente tem editores que têm interesses pessoais, mas que não ficam enclausurados nessa área. Um cara gosta muito de ciência, procura sobre ciência, mas

não escreve só sobre ciência. E eu aqui estou cuidando. Cabe tudo na Superinteressante. Se eu tivesse que ter uma editoria para cada assunto, eu teria que ter 15 editorias.

23. Você está há quantos anos na Superinteressante?

24. Eu estou desde 2004.

25. Qual a história da Superinteressante?

26. A Superinteressante, na verdade, é um projeto licenciado. A Superinteressante é um licenciamento de uma editora que chama G+J, é uma editora alemã. E, na verdade, um licenciamento da versão espanhola, que é a Mundo Interessante. Essa revista existe na Espanha, Portugal, acho que em quase todos os países da América do sul, México. Ela surgiu nos anos 80, a Editora Abril viu o projeto, se interessou, achou que era um nicho que não era explorado, tinha uma oportunidade interessante e assim foi feito. Conseguiram lançar a revista no Brasil. A Superinteressante sempre foi definida como uma revista de ciência, e ela era pautada e cobrada como uma revista de ciência. Ela é uma revista, porém, que fala com um público muito mais novo do que fala hoje. Por exemplo, eu conectei a assistir a Superinteressante quando da foi lançada. Eu tinha 10 anos. A Superinteressante, hoje, não é uma revista para crianças. Somos uma revista que fala com um público mais velho do que o público original da revista. Naquela época, todos os congressos relevantes sobre

medicina, a Superinteressante cobria. A Superinteressante era muito mais próxima à academia, às novidades, às pesquisas, aos papers que eram lançados. Então, tentaram pagar tudo isso e transformaram em uma linguagem mais acessível para as pessoas. Escrever sobre ciência para leigos, isso sempre foi a proposta da Superinteressante. Agora, a Superinteressante nunca quis ser uma revista que fosse escrita para a comunidade científica. Agora, ao longo do tempo, da foi mudando. Uma revista é um organismo vivo. As revistas do mundo tendem a mudar, porque o mundo muda, as ideias mudam, as ferramentas para você fazer uma revista mudam, a moda muda, visualmente falando. A revista vai mudando, naturalmente.

27. O design, na hora da construção dos infográficos, ele está no lado do jornalista?

28. Olha para essa mesa atrás de você. Nessa mesa está se fazendo um infográfico. O Otávio é jornalista e trabalha no site, a Karen é jornalista e trabalha na revista, o Weber é ilustrador e infográfico e o Rafael é designer. Então, é assim que a gente faz. Eles estão falando sobre uma pauta que a gente quer fazer, sobre como que o esporte mudou seu corpo. A gente quer mostrar por que a menina da ginástica olímpica fica pequeninha, por que o atleta de maratona fica mais magrinho. Essa pauta foi apurada, trouxe a apuração e agora está todo mundo sentado, vendo como a gente desenha essa página. ■

Figura 14: Simulação da seção Eu, Pesquisador da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira



## Alface transgênica pode ajudar no diagnóstico da dengue

(PAULA LABOISSIÈRE - REPÓRTER DA AGENCIA BRASIL)



Uma parceria entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), a Universidade de Brasília (UnB) e a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) estuda o uso da alface transgênica no diagnóstico do vírus da dengue.

A ideia, de acordo com a Embrapa, é produzir um kit de diagnóstico mais econômico e eficiente, capaz de agilizar a detecção da doença pela rede pública de saúde. Os kits de diagnóstico à base de plantas, segundo o órgão, representam um décimo do valor dos convencionais.

O processo consiste na introdução de uma parte do gene do vírus da dengue no DNA da planta. Em seguida, esta é colocada em um meio de cultura com antibiótico, o que vai garantir que apenas as células que receberam o gene do vírus sobrevivam. Por fim, a planta é transferida para um tubo de regeneração.

São necessários quatro meses para a conclusão do procedimento. Ao final, a alface transgênica produz uma partícula viral densa, que será aproveitada como reagente a ser misturado ao sangue coletado. Conforme a reação, o medicamento indicará se o paciente está com os anticorpos do vírus da dengue.

A pesquisa está em fase de validação. O antígeno está sendo

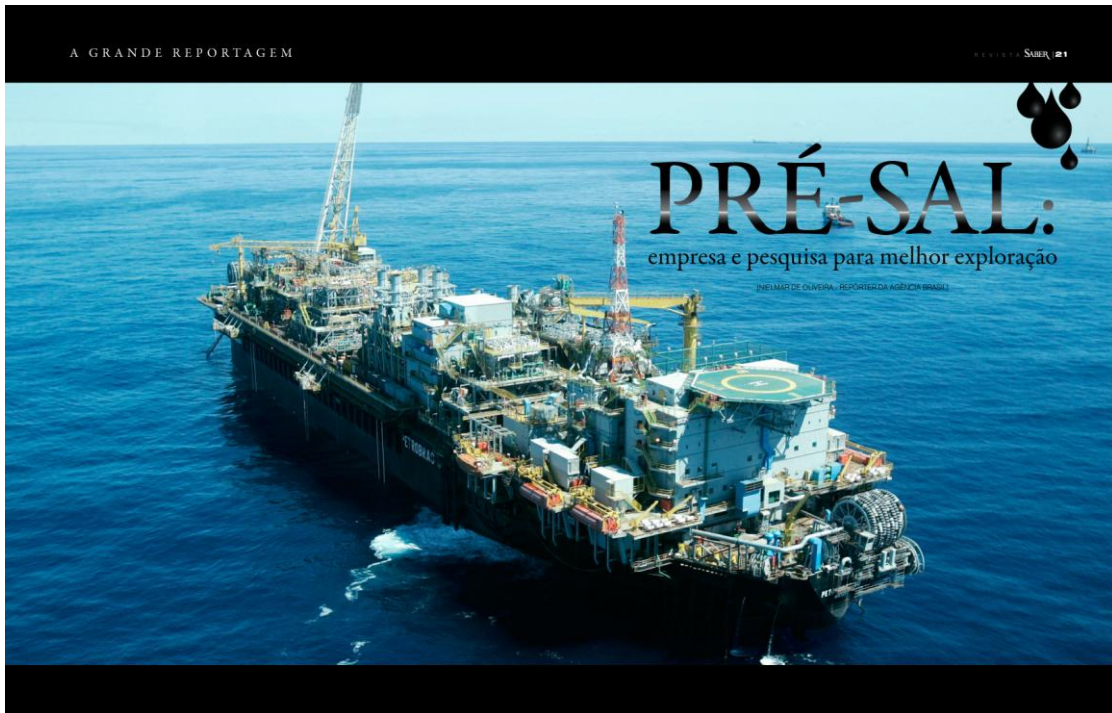


Introdução de uma parte do gene do vírus da dengue no DNA da planta

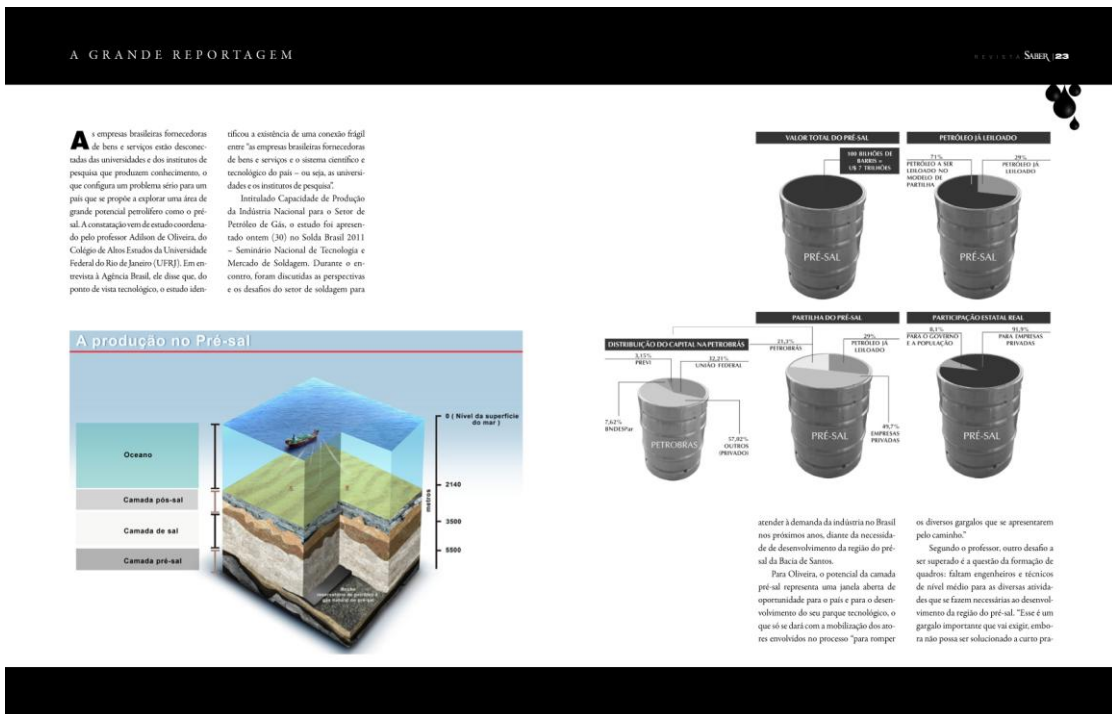


testado com o sangue de pessoas que tiveram a doença, que estão registradas no banco de dados da Fiocruz. A expectativa da Embrapa, entretanto, é que a validação demore em torno de dois anos, já que é preciso um aproveitamento de cerca de 90% para que o produto seja liberado para comercialização em grande escala. ■

Figura 15: Simulação da seção Mente Social da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira



**Figura 16:** Simulação da grande reportagem da revista Saber  
 Fonte: Ricardo Ferreira



**Figura 17:** Simulação da grande reportagem da revista Saber  
 Fonte: Ricardo Ferreira

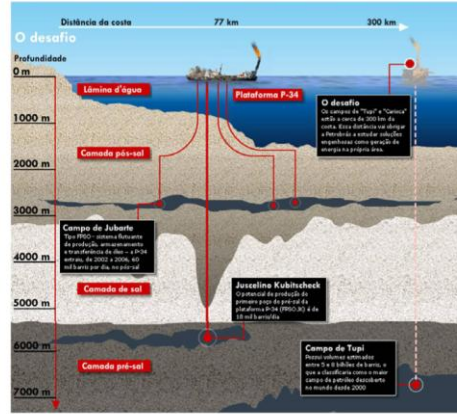


zo, um investimento maciço do governo nos próximos três, quatro ou cinco anos, para formar todos os quadros necessários ao desenvolvimento das jazidas."

No entendimento do professor, a decisão do governo federal de enviar cerca de 70 mil pesquisadores para fazer doutorado fora do Brasil é um sinal claro de que já há, por parte do governo, o reconhecimento da existência do problema.

Há também todo um esforço no sentido de que as empresas brasileiras invistam mais em ciência e tecnologia, pois, segundo ele, as que fazem esses investimentos hoje são, em geral, as multinacionais que estão instaladas aqui dentro – mas o fazem, em sua grande maioria, ainda fora do Brasil. "E os centros dessas empresas que aqui estão instalados nada mais fazem do que ajustar o funcionamento desenvolvido lá fora às características do processo produtivo brasileiro. E isso não é uma inovação que se faz presente com o pré-sal, onde os desafios tecnológicos exigem, realmente, mudanças radicais em relação ao que é feito atualmente", avalia.

Olveira cita, ainda, a existência de iniciativas isoladas como a da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), or-



*ESSE É UM GARGALO IMPORTANTE QUE VAI EXIGIR, EMBORA NÃO POSSA SER SOLUCIONADO A CURTO PRAZO, UM INVESTIMENTO MACIÇO DO GOVERNO NOS PRÓXIMOS TRÊS, QUATRO OU CINCO ANOS, PARA FORMAR TODOS OS QUADROS NECESSÁRIOS AO DESENVOLVIMENTO DAS JAZIDAS*

gio vinculado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. A instituição vincula seu plano de alocação de recursos ao apoio às empresas fornecedoras de bens e serviços. "O papel da Finep é crucial, fundamental mesmo, na medida em que

há toda uma demanda e uma necessidade gigantesca de apoiar as empresas fornecedoras, de apoiar iniciativas que levem ao desenvolvimento dessas fornecedoras. E a Finep já começa a dar os primeiros passos nesse sentido". ■

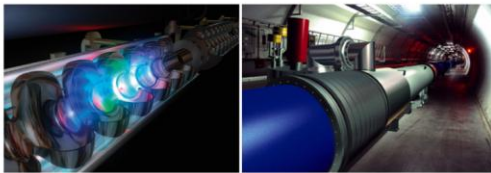
**Figura 18:** Simulação da grande reportagem da revista Saber

Fonte: Ricardo Ferreira



## MAIS RÁPIDO QUE A VELOCIDADE DA LUZ

[GILBERTO COSTA - AGENCIA BRAGL]



A partir de março de 2011 um grupo de físicos brasileiros acompanhará em Chicago (EUA) um experimento científico chamado Minos (Main Injector Neutrino Oscillation Search). A finalidade é checar os resultados de uma outra pesquisa, feita durante cerca de três anos na Itália (pelo Opera – Oscillation Project with Emulsion-tracking Apparatus), que verificou que as partículas de neutrinos (com carga neutra e massa pequena) viajavam 7 quilômetros

por segundo (km/s) mais rápido que a velocidade da luz (cerca de 300 mil km/s), o que contraria parte da Teoria da Relatividade.

Segundo a teoria proposta por Albert Einstein, em 1905, em todo o universo apenas as partículas caloríferas de massa (como a luz) podem viajar a tal velocidade. Acelerar qualquer objeto a esse limite exigiria uma energia jamais disponível. "Se a descoberta [do Opera] for verdadeira, sobre o que a maioria dos físicos é cética, significará uma re-

volução dos conceitos mais básicos da física", disse à Agência Brasil o vice-presidente da Sociedade Brasileira de Física, Ronaldo Shellard, do Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas, no Rio.

Gomes salienta que os próprios cientistas (160 pessoas) que participaram do Opera "estão solicitando para a comunidade verificar se encontra algum erro no experimento todo". Além do Minos, o experimento pode ser repetido no Japão, onde também há um acelerador de

partículas que pode disparar um feixe de neutrinos. A partícula de neutrino se assemelha ao elétron, mas não tem carga elétrica e possui pouca massa. O neutrino está presente no universo e atravessa toda a Terra. A partícula pode ser observada no colapso de estrelas, em explosão de supernovas, na fusão nuclear no interior do Sol, que emite o calor. Uma grande quantidade de neutrino é verificada ainda em reatores de usinas nucleares. A pesquisa com neutrinos é

útil para a astronomia, astrofísica e geofísica. "Serve, por exemplo, para estudar o perfil da composição química da Terra, a quantidade de material radioativo e o calor residual no planeta", explica Vicente Pleitez, do Instituto de Física Teórica da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). A divulgação da pesquisa do Opera já causou a publicação de 30 artigos científicos internacionais, conta Orlando Luis Goulart Peres, do Instituto de Física Gleb Wataghin

da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Para os físicos brasileiros, um dos indícios de que os neutrinos não são mais rápidos que a luz é uma observação feita na Argentina em 1987 de uma supernova (corpos celestes surgidos após as explosões de estrelas) na Nuvem de Magalhães, galáxia mais próxima da Via Láctea. Os neutrinos "chegaram meses depois de quando se esperava", lembra Ronaldo Shellard. ■



**O ERRO TOTAL NÃO É APENAS ESTATÍSTICO, TEM O ERRO SISTEMÁTICO QUE ENVOLVE OS PROBLEMAS DE MEDIDA DO PRÓPRIO DETECTOR E DA LINHA DO FEIXE QUE PRODUZ A LUZ DE NEUTRINOS E TODOS OS EQUIPAMENTOS USADOS PARA FAZER ALGUMA MEDIDA ÚTIL DOS RESULTADOS**

**Figura 19:** Simulação da seção Tubo de Ensaio da revista Saber

Fonte: Ricardo Ferreira

ARTIGO | SUSTENTABILIDADE

## GESTÃO E ECOSSISTEMAS

[JUSCELINO DE ASSIS]

Os efeitos do desmatamento na nova fronteira agrícola do Cerrado - formada pelo Maranhão, Tocantins, Piauí e pela Bahia - são menos conhecidos e estudados pela ciência do que em outras áreas do bioma. Os quatro estados formam a parte norte do Cerrado, batizada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) como Matopiba.

O Laboratório de Ecologia e de Ecossistemas da Universidade de Brasília (UnB) está fazendo um levantamento sobre os artigos científicos que tratam do estoque e fluxo de carbono, e também de nitrogênio e fósforo - elementos químicos importantes para a incorporação de carbono na vegetação. Das 105 localidades estudadas, apenas três estão no Matopiba: 54 em outras áreas do Cerrado; 20 na Amazônia; 13 nos Pampas; 12 na Mata Atlântica; e quatro na Caatinga.

O dado é preliminar e diz respeito a 91 artigos científicos levantados até agora, mas indica que há menos conhecimento sobre os efeitos da degradação ambiental na região que, segundo o Ministério da Agricultura (Projeções do Agronegócio 2010/11-2020/2021), deverá assistir nesta década a um avanço na produção de algodão, frango, carne bovina e soja, além de celulose e papel.

O motivo da atração pelo Matopiba é o preço das terras, mais baratas do que, por exemplo, áreas de Mato Grosso e de Goiás, onde já há intensa atividade agropecuária.

Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia foram responsáveis por 65% do desmatamento do Cerrado verificado pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) entre 2009 e 2010, o equivalente a 4,2 mil quilômetros quadrados (km<sup>2</sup>). O bioma é um dos mais ameaçados do país. Em 2010, já havia perdido 48,5% da cobertura original - cerca de 1 milhão de km<sup>2</sup>. O desmatamento é a principal causa de emissão de dióxido de carbono no Brasil, que



provoca a diminuição da camada de ozônio e as mudanças climáticas.

De acordo com a coordenadora-geral de Gestão e Ecossistemas do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), Mercedes Bustamante, também professora do Departamento de Ecologia da UnB, a exploração do Cerrado ao Norte poderia ser diferente da que se fez na parte ao Sul, mas por enquanto não há uma "cesta de incentivos positivos" para evitar o desmatamento incontrolado, como a

dedução de encargos, os incentivos tecnológicos para o aumento de produtividade e o pagamento de serviços ambientais.

O Poder Público, segundo a coordenadora, tem menos recursos para proteger o Cerrado (como unidades de conservação e extensas áreas de preservação obrigatória) do que para a Amazônia. Na região, com muitas propriedades privadas rurais, é preciso dialogar com o agronegócio.

O pesquisador do Laboratório de Ecologia de Ecossistemas da UnB, Alexandre de Siqueira Pinto, explica que a destruição da vegetação no Cerrado é fundamental para o regime de chuvas e mesmo uma área não degradada pode sentir os efeitos da destruição. Ele lembra que o desmatamento diminui a capacidade de absorção da água pelas plantas, o que reduz a evaporação, afetando o ciclo hidrológico e a capacidade de absorção de carbono.

A pesquisa sobre o Cerrado envolve cerca de 15 pesquisadores da UnB, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e da Universidade de New Hampshire (Estados Unidos) e faz parte do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia (INCT) para Mudanças Climáticas. ■

Juscelino de Assis, 51 anos, é formado em Engenharia Ambiental pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), Aradonense, é diretor do Parque Nacional da Reserva do Indio, Aradonense.

**Figura 20:** Simulação de artigo da revista Saber  
Fonte: Ricardo Ferreira