

SABERES E PRÁTICAS EM DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO MARANHÃO

CECÍLIA MARIA DA COSTA LEITE
FRANCINETE LOUSIERO DE ALMEIDA
HAPHISA KASHEMYRA COSTA SOUZA
JOSIE DO AMARAL BASTOS
PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS
(ORGS)



EDUFMA

**SABERES E
PRÁTICAS EM
DIVULGAÇÃO
CIENTÍFICA DO
MARANHÃO**



Reitor
Vice-Reitor

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Prof. Dr. Fernando Carvalho Silva
Prof. Dr. Leonardo Silva Soares



Diretor

SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS

Prof. Dr. César Augusto Castro



EDITOR DA UFMA

Coordenadora
Conselho Editorial

Irenilma Cadête Lima
Prof. Dra. Andréa Katiane Ferreira Costa
Prof. Dra. Débora Batista Pinheiro Sousa
Prof. Dr. Edson Ferreira da Costa
Prof. Dr. José Carlos Aragão Silva
Prof. Dra. Jussara Danielle Martins Aires
Prof. Dra. Karina Almeida de Sousa
Prof. Dr. Luís Henrique Serra
Prof. Dr. Luiz Eduardo Neves dos Santos
Prof. Dra. Luma Castro de Souza
Prof. Dr. Márcio José Celeri
Prof. Dra. Maria Áurea Lira Feitosa
Prof. Dra. Raimunda Ramos Marinho
Prof. Dra. Rosângela Fernandes Lucena Batista
Bibliotecária Márcia Cristina da Cruz Pereira



Associação Brasileira das Editoras Universitárias



Esta obra está licenciada sob uma Licença

Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Compartilha

Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

**CECÍLIA MARIA DA COSTA LEITE
FRANCINETE LOUSEIRO DE ALMEIDA
HAPHISA KASHEMYRA COSTA SOUZA
JOSIE DO AMARAL BASTOS
PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS
(ORGS)**

**SABERES E PRÁTICAS EM
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO
MARANHÃO**

São Luís



EDUFMA

2026

© 2026 EDUFMA - Todos os direitos reservados

Projeto Gráfico, diagramação e capa

Erika Silva Viana

Revisão

Luís Fellipec Ribeiro de Miranda

Imagem: **Freepik. Adaptado pelos designers**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Saberes e práticas em divulgação científica do Maranhão [recurso eletrônico] / Cecília Maria da Costa Leite ... [et al.] (orgs). — São Luís: EDUFMA, 2026. 119 p. : il.

Modo de acesso: <www.edufma.ufma.br>

ISBN: 978-65-5363-591-3

1. Divulgação científica - Saberes e práticas - Maranhão. 2. Meios de comunicação - Divulgação científica. 3. Redes sociais. 4. Youtube - UFMA oficial. I. Leite, Cecília Maria da Costa. II. Almeida, Francinete Louseiro de. III. Souza, Haphisa Kashemira Costa. IV. Bastos, Josiel do Amaral. V. Dias, Pablo Ricardo Monteiro.

CDD 001.428 121

CDU 001.92:304(812.1)

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Marcia Cristina da Cruz Pereira

CRB 13/418

CRIADO NO BRASIL [2026]

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida, armazenada em um sistema de recuperação ou transmitida de qualquer forma ou por qualquer meio, eletrônico, mecânico, fotocópia, microfilmagem, gravação ou outro, sem permissão do autor.

| EDUFMA | EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Av. dos Portugueses, 1966 | Vila Bacanga CEP: 65080-805 | São Luís | MA |

Brasil Telefone: (98) 3272-8157

www.edufma.ufma.br | edufma@ufma.br

AGRADECIMENTOS

A realização deste livro reflete um esforço coletivo dedicado à democratização do conhecimento e ao fortalecimento da ciência em nosso estado.

Agradeço, primeiramente, ao Reitor da UFMA, Fernando Carvalho, e ao Presidente da FAPEMA, Nordman Wall, pelo apoio institucional e pelo olhar atento à importância da divulgação científica como ponte entre a universidade e a sociedade.

Agradeço também ao Superintendente de Comunicação da UFMA, Pablo Monteiro, e ao Professor Marcos Fábio (Campus Imperatriz), cujas lideranças e trajetórias foram fundamentais para viabilizar as discussões aqui apresentadas. Estendo este agradecimento ao Diretor Científico da FAPEMA, Cristiano Capovilla, e aos diretores das unidades de comunicação da UFMA, pelo suporte técnico e operacional.

Meu reconhecimento especial aos bolsistas do projeto, cuja dedicação e comprometimento são o motor deste grande projeto, bem como a todos os participantes e entrevistados, que generosamente compartilharam suas experiências e visões.

Por fim, agradeço a todos os envolvidos que, direta ou indiretamente, atuam em prol da divulgação científica no Maranhão. Este livro é de todos vocês.

*“Os livros não são feitos para acreditar,mas para
serem investigados”*

(Humberto Eco)

APRESENTAÇÃO	
COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA COMO DIMENSÃO ESTRATÉGICA DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL.....	11
POR QUE A CIÊNCIA PRECISA FALAR COM VOCÊ? A EXPERIÊNCIA DO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO ESTADO DO MARANHÃO”	15
INTRODUÇÃO.....	16
1. A CIÊNCIA INVADE, RÁDIO, TV E INTERNET: O PODER DA MULTIMÍDIA	18
A FORÇA DA RÁDIO NO YOUTUBE E PODCAST (RÁDIO UNIVERSIDADE FM)	19
2. O IMPACTO AUDIOVISUAL DA TV UFMA NA PROGRAMAÇÃO E REDES SOCIAIS..	21
3. A CIÊNCIA NAS REDES: QUANDO O CONHECIMENTO VIRALIZA EM FORMATO MULTIMÍDIA	23
4. LIÇÃO DE CASA: CAPACITANDO O PESQUISADOR PARA A MÍDIA (MEDIA TRAINING).....	24
5. PRÓXIMOS PASSOS: UM NOVO CAPÍTULO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.....	25
COMUNICAR PARA TRANSFORMAR: O MEDIA TRAINING COMO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E FORTALECIMENTO DA INOVAÇÃO NO MARANHÃO.....	27
INTRODUÇÃO.....	28
1. TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA E O PAPEL DA FAPEMA NA CONSOLIDAÇÃO DE UM ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO	28
1.1 O impacto do Inova Maranhão Startups e a fundação da QTM Healthtech.	29
2. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: O MEDIA TRAINING COMO INFRAESTRUTURA DA CIÊNCIA CONTEMPORÂNEA	31
2.1 A comunicação como parte da metodologia científica.....	32
3. PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E RESULTADOS CONCRETOS: DA VOZ INDIVIDUAL AO IMPACTO COLETIVO	34
CONCLUSÃO.....	36
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: ORIENTAÇÕES PRÁTICAS PARA A DIFUSÃO DA CIÊNCIA.....	38
INTRODUÇÃO.....	39
1. CONTEXTO DA PRODUÇÃO DE NOTÍCIA E RELACIONAMENTO COM A MÍDIA.....	40
2. DICAS PRÁTICAS PARA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.....	41
2.1 Seja objetivo e use linguagem simples e acessível	41
2.2 Seja disponível.....	41
2.3 Faça técnicas de respiração	41
2.4 Tenha cuidados com a voz	42
2.5 Mantenha postura e passe confiança para o público	43
2.6 Use as redes sociais ao seu favor	44

3. DIVULGAÇÃO EFICIENTE E EFICAZ	46
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM REDES SOCIAIS: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, DISPOSITIVOS DIGITAIS E DESAFIOS PARA UNIVERSIDADES E PESQUISADORES	47
INTRODUÇÃO.....	48
1. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA: FUNDAMENTOS CONCEITUAIS	49
2. REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS SOCIOTÉCNICOS DE CIRCULAÇÃO CIENTÍFICA	52
3. UNIVERSIDADES, PESQUISADORES E A RECONFIGURAÇÃO DO PAPEL COMUNICACIONAL	56
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
UMA CIÊNCIA PARA TODOS: A CONTRIBUIÇÃO DAS EMISSORAS UNIVERSITÁRIAS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA PARA O GRANDE PÚBLICO	60
INTRODUÇÃO.....	61
1. CIÊNCIA E A TV UNIVERSITÁRIA.....	62
2. A TV UFMA EM DIA COM A CIÊNCIA.....	65
3. ALCANCE DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DA TV UFMA: COMPARTILHAMENTO EM REDE NACIONAL	67
4. ANÁLISE DA OFERTA PROGRAMÁTICA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS TVS UNIVERSITÁRIAS FEDERAIS.....	68
CONCLUSÃO.....	71
A CIÊNCIA NO RÁDIO: O PAPEL DA RÁDIO UNIVERSIDADE NO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA”	73
INTRODUÇÃO.....	74
1. O QUE É MEDIA TRAINING?.....	74
2. A IMPORTÂNCIA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA	77
3. JORNALISMO CIENTÍFICO NO CONTEXTO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO	78
4. O CARÁTER EDUCATIVO DA RÁDIO UNIVERSIDADE	79
5. A RÁDIO UNIVERSIDADE FM NO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA”	82
CONSIDERAÇÕES.....	85
A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA: DA CRIAÇÃO À CONSOLIDAÇÃO DE UM ESPAÇO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA.....	86
1. O CENÁRIO ANTERIOR: O INÍCIO DA DIVULGAÇÃO NA TV UFMA	88
2. O PONTO DE VIRADA: A CRIAÇÃO DO EM DIA COM A CIÊNCIA	89
3. O AMADURECIMENTO E A EXPANSÃO: OS NOVOS PROGRAMAS.....	92
3.1 Repórter Ciência.....	92

3.2 TV Ciência.....	93
3.3 Em Dia com a Ciência – Entrevista.....	93
4. ESTRATÉGIAS E DESAFIOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA.....	94
4.1 Produção Jornalística e Articulação	94
4.2 Comunicação Científica e Capacitação de Pesquisadores	95
4.3 Desafios e Difusão	96
5. IMPACTOS E PERSPECTIVAS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA.....	97
CONCLUSÃO.....	98
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA PRÁTICA: UM ESTUDO DO CANAL DO YOUTUBE – UFMAOFICIAL.....	100
INTRODUÇÃO.....	101
1. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.....	101
2. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA	103
2.1 A Comunicação na Universidade Federal do Maranhão.....	105
3. O YOUTUBE – UFMA oficial	107
Profa. Letícia Cardoso	108
Prof. Osvaldo Saavedra	108
Profa. Dayana Roberta	108
Projeto de Extensão: Turismo e Desenvolvimento Comunitário	108
Estudante: Maria Amanda de Vasconcelos	108
Projeto de Extensão: Estudar, uma ação saudável	108
Profa. Franci Rabelo.....	108
CONCLUSÃO.....	112
REFERÊNCIAS.....	113

APRESENTAÇÃO

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA COMO DIMENSÃO ESTRATÉGICA DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Cristiano Capovilla¹

Não é de hoje que a divulgação científica deixou de ser apêndice periférico da atividade acadêmica para se consolidar como dimensão estratégica da produção de conhecimento nas sociedades. Ocorre que, atualmente, em contextos marcados pela desinformação, notícias falsas, negacionismo científico e por profundas assimetrias regionais na produção do saber epistêmico, essa centralidade granjeou contornos ainda mais explícitos e o ato de comunicar ciência também adquiriu sentido político e filosófico: trata-se de disputar sentidos sobre desenvolvimento, a soberania cognitiva e futuro social. No Maranhão, estado historicamente atravessado por desigualdades na sua formação socioeconômica, desafios educacionais estruturais e limitações de infraestruturas, pensar estratégias de comunicação científica significa, antes de tudo, refletir sobre os modos pelos quais o conhecimento produzido nas universidades, institutos de pesquisa e agências de fomento pode se converter em força social efetiva.

Como sabemos, a ciência, quando circunscrita aos circuitos especializados, corre o risco de permanecer socialmente inerte, incapaz de dialogar com os problemas concretos da população e de incidir sobre a formulação de políticas públicas. A divulgação científica, ao contrário, amplia a esfera pública do conhecimento, criando pontes de interação entre pesquisadores, estudantes, gestores, professores da educação básica, movimentos sociais e a sociedade em geral. Trata-se, portanto, de um processo que não se reduz à simplificação da linguagem técnica, mas envolve escolhas políticas, epistemológicas e comunicacionais sobre o que divulgar, como divulgar, para quem e com quais finalidades.

É exatamente por isso que a obra ***Saberes e Práticas em Divulgação Científica do Maranhão*** alcança grande importância, pois nosso estado apresenta especificidades que tornam a comunicação científica simultaneamente mais desafiadora e mais necessária. A diversidade sociocultural, a presença significativa de populações rurais, quilombolas e indígenas, bem como as desigualdades no acesso às tecnologias digitais, exigem estratégias de divulgação que não sejam meramente reprodutivas de modelos hegemônicos centrados nos grandes centros do país. Nesse sentido, a comunicação científica deve ser pensada como prática situada, sensível às condições históricas, culturais e materiais do nosso território. Além disso, o Maranhão enfrenta o desafio de

¹Professor Doutor em Filosofia (COLUN/UFMA) e Diretor Científico da FAPEMA.

superar a percepção, ainda disseminada, de que ciência é algo distante, elitizado ou alheio às experiências cotidianas da população. Estratégias eficazes de divulgação científica devem atuar contra essa clivagem simbólica, apresentando a ciência como prática social enraizada no território, realizada por sujeitos concretos e orientada à transformação das condições de vida. Aqui, a mediação científica assume papel central: mais do que transmitir conteúdos, trata-se de promover processos de tradução cultural e de diálogo entre diferentes formas de conhecimento.

Fortalecer a divulgação científica no estado implica reconhecer, ao mesmo tempo, que a ciência aqui produzida possui tanto a vocação para o enfrentamento de problemas intrínsecos – como questões socioambientais ligadas aos biomas amazônico, cerrado e caatinga, a saúde pública, a educação básica, a agricultura familiar, a economia do cuidado, a cultura popular, ao patrimônio histórico e as dinâmicas urbanas periféricas –, como no incremento dos setores de ponta da nossa tecnologia: multimodalidade portuária, engenharia aeroespacial, energias renováveis, petróleo e gás e biotecnologia. A comunicação dessas pesquisas não apenas legitima socialmente a atividade científica, como fornece prestação de contas aos cidadãos dos investimentos públicos, além de contribuir para a construção de uma agenda social informada por evidências e por saberes locais.

É nesse horizonte que os artigos reunidos no âmbito do projeto ***Saberes e Práticas em Divulgação Científica no Maranhão***, apresentam, de forma articulada, reflexões e experiências desenvolvidas a partir da cooperação técnica entre a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). A coletânea revela não apenas um conjunto de ações e experiências bem-sucedidas, mas a consolidação do que pode vir a ser uma política institucional de comunicação pública da ciência, ancorada no compromisso com a democratização do conhecimento e com o desenvolvimento regional.

Do ponto de vista temático, podemos dizer que os textos se organizam em torno de eixos complementares que conferem unidade à obra. Um primeiro eixo estabelece os fundamentos conceituais da divulgação científica, compreendida como mediação sociocultural entre universidade e sociedade. Nessa perspectiva, podemos aprender que comunicar ciência significa traduzir linguagens, construir pontes simbólicas e reconhecer o direito da população de acessar, compreender e se apropriar dos conhecimentos produzidos com investimento público. A ciência, aqui, é apresentada não como discurso hermético, mas como prática social viva, atravessada por valores, escolhas e responsabilidades.

Um segundo eixo concentra-se nas estratégias institucionais e multimídia adotadas pela UFMA no âmbito do acordo de cooperação técnica com a FAPEMA, com destaque para a atuação integrada da TV UFMA, da Rádio Universidade FM e do YouTube UFMA Oficial. Os artigos demonstram como a convergência entre rádio, televisão, plataformas digitais e redes sociais potencializa o alcance da divulgação científica, ampliando públicos e diversificando linguagens. Ao explorar formatos audiovisuais, podcasts, transmissões ao vivo e conteúdos digitais, a divulgação científica reafirma sua vocação pública e amplia sua presença no espaço social, fazendo da comunicação um instrumento de extensão e de formação cidadã.

O terceiro eixo, central na arquitetura da obra, dedica-se à formação de pesquisadores como comunicadores públicos da ciência. O media training emerge, nos textos, como estratégia estruturante, capaz de transformar a relação entre cientistas, mídia e sociedade. Ao capacitar com dicas práticas pesquisadores para a tradução do discurso científico, para a interação qualificada com jornalistas e para o uso consciente das redes digitais, o projeto contribui para fortalecer a confiança social na ciência e para ampliar a visibilidade da produção acadêmica local. Trata-se de um movimento que desloca o pesquisador do lugar exclusivo de produtor de conhecimento para reconhecê-lo também como agente de comunicação e responsabilidade pública.

Um quarto eixo, de caráter avaliativo e prospectivo, sistematiza resultados e impactos das ações desenvolvidas. Os dados apresentados — relativos à produção de conteúdos, ao alcance em redes sociais, à inserção em circuitos nacionais de comunicação pública e à formação de recursos humanos — evidenciam a eficácia do modelo adotado pela parceria UFMA/FAPEMA. Mais do que números, esses resultados indicam a consolidação de uma cultura institucional de divulgação científica, capaz de articular rigor acadêmico, linguagem acessível e compromisso social.

Enquanto ensaio institucional, ***Saberes e Práticas em Divulgação Científica no Maranhão*** parte de uma tese fundamental: fortalecer a divulgação científica no estado é investir em um projeto de futuro. Trata-se de reconhecer a ciência como bem público e a comunicação como mediação indispensável entre conhecimento e transformação social. Em um estado que enfrenta desafios históricos, mas que também abriga enorme potencial humano, cultural e intelectual, a divulgação científica pode atuar como vetor de emancipação, ampliando horizontes, qualificando o debate público e estimulando vocações científicas entre jovens e estudantes.

Ao articular reflexão teórica, práticas comunicacionais e avaliação de resultados, a coletânea convida o leitor a compreender as estratégias de

comunicação científica não como técnicas neutras, mas como práticas socialmente situadas, atravessadas por disputas de sentido e orientadas por projetos de sociedade. Ao reunir reflexões, experiências e propostas voltadas ao contexto maranhense, a obra contribui para pensar a comunicação da ciência como parte constitutiva de um desenvolvimento regional mais justo, democrático e sustentável, oferecendo não apenas um registro de experiências, mas um horizonte de possibilidades para a comunicação pública da ciência em contextos regionais. Nesse sentido, a publicação cumpre plenamente a missão de difundir conhecimento, fortalecer vínculos entre universidade, estado e sociedade contribuindo para a construção de uma cultura científica democrática, plural e socialmente comprometida com o desenvolvimento do Maranhão.

POR QUE A CIÊNCIA PRECISA FALAR COM VOCÊ? A EXPERIÊNCIA DO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO ESTADO DO MARANHÃO”

Josie do Amaral Bastos²

RESUMO: O presente trabalho analisa a experiência e os resultados do projeto de extensão realizado pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em parceria com a FAPEMA, ao longo do ano de 2025. A metodologia baseou-se em uma gestão integrada entre a TV UFMA, a Rádio Universidade FM e o Departamento de Comunicação (DECOM). As ações foram estruturadas em dois pilares: a produção de conteúdo multimídia e a capacitação técnica de pesquisadores. Os resultados evidenciam a eficácia da estratégia, tendo sido contabilizadas mais de 2.900 produções multimídia e inserções em veículos de comunicação. No ambiente digital, as ações geraram 149 mil visualizações e posicionaram a instituição em destaque nacional quanto ao engajamento em redes sociais. No âmbito da formação, mais de 130 pesquisadores foram capacitados para atuar como porta-vozes da ciência. Conclui-se que a integração entre veículos de comunicação pública e a preparação dos cientistas configura um modelo eficaz para a prestação de contas social e para o fortalecimento da cultura científica regional.

Palavras-chave: Divulgação Científica; Media Training; Comunicação Pública; Popularização da Ciência; Maranhão.

ABSTRACT: This study analyzes the experience and outcomes of the extension project carried out by the Federal University of Maranhão (UFMA), in partnership with FAPEMA, throughout 2025. The methodology was based on integrated management involving TV UFMA, Rádio Universidade FM, and the Department of Communication (DECOM). The actions were structured around two main pillars: the production of multimedia content and the technical training of researchers. The results demonstrate the effectiveness of the strategy, with more than 2,900 multimedia productions and media placements recorded. In the digital environment, the initiatives generated 149,000 views and positioned the institution as a national highlight in terms of social media engagement. In the field of training, more than 130 researchers were qualified to act as spokespersons for science. It is concluded that the integration between public communication

²Diretora da Rádio Universidade FM/ SCE. Doutora em Políticas Públicas (UFMA). Estágio Doutoral no Department of Educational Studies (College of Education & Human Ecology), Ohio State University- OSU, Columbus (EUA). Professora Adjunta do Departamento de Comunicação UFMA. Integrante do Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação - NEEC. <http://lattes.cnpq.br/6249033243141109>

outlets and the preparation of scientists represents an effective model for social accountability and for strengthening regional scientific culture.

Keywords: Scientific dissemination; media training; public communication; popularization of science; Maranhão.

INTRODUÇÃO

A ciência faz parte do nosso dia a dia, mesmo que nem sempre a percebamos. Ela está no desenvolvimento de novos remédios, na qualidade da educação e até na previsão do tempo que usamos para planejar o fim de semana. No entanto, muitas vezes, a pesquisa realizada em universidades e laboratórios parece presa a um universo de termos complexos, distante da vida cotidiana das pessoas.

Pensando nisso, a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA) uniram forças, em 2025, em um projeto especial intitulado Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica no Estado do Maranhão. Este artigo apresenta um panorama dos oito primeiros meses dessa parceria (fevereiro a novembro de 2025), que tem um objetivo simples, porém poderoso: descomplicar a ciência maranhense, torná-la acessível a todos e capacitar pesquisadores e profissionais da comunicação para aprimorar a divulgação científica no estado.

De forma geral, nossa missão é dupla:

- **Levar o conhecimento até você:** transformar as descobertas da pesquisa em notícias, programas de rádio e TV, além de conteúdo vibrante para as redes sociais.
- **Preparar nossos cientistas:** oferecer cursos para que os pesquisadores aprendam a se comunicar de forma clara, direta e envolvente com o público e com a imprensa, utilizando o potencial das novas mídias.

O projeto de ampliação e fortalecimento da divulgação científica é uma realização da Superintendência de Comunicação (SCOM), representada pelas unidades de comunicação, a saber: TV UFMA, Rádio Universidade FM e DECOM. Ao longo desses meses, as equipes de cada diretoria se dedicaram, com compromisso e responsabilidade, à concretização das ações descritas no presente documento, sempre com foco na excelência e no impacto positivo para a nossa comunidade. Os resultados aqui apresentados refletem o esforço e a dedicação de todos os bolsistas envolvidos.

Destaca-se que, estruturalmente, as atividades do acordo são executadas nos espaços do Departamento de Comunicação Social/UFMA (DECOM), da Rádio Universidade e da TV UFMA, sob a coordenação geral da Profa. Dra. Josie Bastos (Diretora da Rádio Universidade), coordenação adjunta da Profa. Dra. Cecília Leite (Diretora da TV UFMA) e supervisão do Prof. Dr. Pablo Monteiro (Diretoria de Comunicação). **Para além dos dois coordenadores e de um supervisor, a equipe envolve também o trabalho de mais 23 bolsistas (totalizando 26 bolsistas)**, entre técnicos administrativos, professores conteudistas, alunos e profissionais da área de comunicação, divididos da seguinte forma: cinco professores conteudistas, sete técnicos, quatro técnicos servidores e sete alunos. A distribuição das bolsas é realizada conforme as demandas de cada diretoria ao longo da execução do projeto.

Adicionalmente ao trabalho de divulgação científica, nossa proposta também prevê capacitação aos pesquisadores e/ou professores, bolsistas da FAPEMA, por meio da oferta de um curso de media training. Essas ações visam apresentar e desenvolver técnicas e habilidades de comunicação para influenciar públicos diversos. Entendemos que, no campo da ciência, essa ação se torna ainda mais essencial, pois prepara profissionais do campo da ciência e da comunicação para construírem e transmitirem mensagens claras, objetivas e didáticas, aproximando o conhecimento científico da sociedade e fortalecendo a compreensão pública sobre temas relevantes. Certamente, nossa experiência aponta que o curso de media training tem fortalecido a confiança social na ciência, ampliando a transparência e aproximando a população das pesquisas, que muitas vezes podem parecer distantes, mas impactam diretamente o cotidiano e revelam-se fundamentais para o desenvolvimento da sociedade.

O programa de capacitação de porta-vozes é estruturado em cinco módulos, com aulas ministradas por professores, técnicos e profissionais do quadro da TV UFMA, da Rádio Universidade FM e do Departamento de Comunicação Social da UFMA (DECOM). As atividades são realizadas em linguagem acessível e direcionadas aos pesquisadores e comunicadores participantes, em espaços acadêmicos e de prática profissional — como o auditório do Bloco E do Centro de Ciências Sociais da UFMA, o estúdio de produção da TV UFMA e o estúdio da Rádio Universidade FM.

Com duração de 10 meses, o curso busca capacitar os pesquisadores a divulgarem, de forma qualificada, suas pesquisas e ações de interesse, por meio de um relacionamento mais produtivo e estratégico com a mídia, utilizando metodologias de ensino-aprendizagem, equipamentos e recursos técnicos adequados. Ao final, são entregues certificados de conclusão e materiais audiovisuais, fortalecendo não apenas a formação dos participantes, mas também a circulação social do conhecimento científico. A seguir, destacam-se os principais resultados obtidos em nove meses de trabalho.

1. A CIÊNCIA INVADE, RÁDIO, TV E INTERNET: O PODER DA MULTIMÍDIA

A pesquisa só gera valor para a sociedade se for bem comunicada. Por isso, as equipes da UFMA trabalharam em conjunto, criando um volume impressionante de conteúdo durante o ano de 2025: **mais de 2.900 produções e veiculações multimídia**. Na dimensão da divulgação institucional, foram realizadas mais de 80 matérias e reportagens, destacando a assinatura do Termo de Cooperação, o lançamento do projeto e o andamento do curso de Media Training. Contabilizaram-se **149.000** visualizações e reproduções (em reels e visualizações nos stories do perfil profissional da UFMA, @ufmavisual).

Imagem 1 - Relatório de apresentação



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

Imagem 2 - Relatório de apresentação



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

A FORÇA DA RÁDIO NO YOUTUBE E PODCAST (RÁDIO UNIVERSIDADE FM)

A **Rádio Universidade FM** (106,9 MHz) é um pilar estratégico na **divulgação científica do estado** e na extensão da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), operando sob concessão educativa da Fundação Sôsândrade desde 1986. Com uma programação que equilibra música, jornalismo e a promoção institucional da UFMA, a emissora estabelece parcerias vitais para a prestação de serviços e a disseminação do conhecimento, exemplificada por programas como Rádio Ciência, Rádio Ciência Entrevista e Acontece na UFMA, que reforçam seu **propósito acadêmico** e alcançam cerca de **30 municípios** no Maranhão. Além de seu papel como veículo de conteúdo, a Rádio Universidade FM destaca-se como um **laboratório prático** fundamental para a UFMA, formando centenas de estudantes de Comunicação e áreas correlatas. Em 40 anos, preparou e inseriu no mercado cerca de **750 profissionais**, consolidando-se como a maior **reveladora de talentos** entre as rádios maranhenses e afirmando sua importância na formação de capital humano e no fortalecimento da comunicação acadêmica regional.

A Rádio Universidade FM consolidou sua atuação em divulgação científica (ACT) por meio de uma produção multimídia diversificada, totalizando mais de **1.400 veiculações e produções** no período de sete meses, conforme detalhado a seguir:

- Conteúdo de Divulgação Científica (áudio, vídeo e entrevistas)
 - Rádio Ciência (Programete): focado em pesquisas e resultados da UFMA e de instituições maranhenses, gerou 130 programetes inéditos, resultando em 740 veiculações.
 - Rádio Ciência Entrevista (Interprograma): entrevistas de até

- 10 minutos com pesquisadores (disponíveis também em videocast e podcasts), com 62 programas inéditos e 72 programas veiculados.
- Rádio Opinião (Quadro Diário): quadro ao vivo de 10 minutos, com foco em temas de interesse da comunidade científica e da população, totalizando 21 programas inéditos.
 - Comunicação Institucional e Multimídia
 - Spots Institucionais: gravação de spots de 60 segundos sobre ações da FAPEMA, totalizando 27 spots inéditos e 900 veiculações.
 - Plataformas Digitais: expansão do conteúdo para redes sociais (YouTube, Instagram e Spotify), com 255 postagens no período.
 - Site da Rádio Universidade: produção e publicação de 65 matérias jornalísticas, complementando a divulgação e o acesso às informações.

A Rádio Universidade FM consolidou sua atuação em divulgação científica (ACT) por meio de uma produção multimídia diversificada, totalizando mais de **1.400 veiculações e produções** no período de sete meses, conforme detalhado a seguir:

Imagem 3 - : Entrevistas Rádio Universidade.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

Imagem 4 - : Entrevistas Rádio Universidade.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

2. O IMPACTO AUDIOVISUAL DA TV UFMA NA PROGRAMAÇÃO E REDES SOCIAIS

A **TV UFMA** (canal digital 16.1, Full HD), vinculada à Reitoria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), opera como uma **televisão pública educativa** de natureza universitária. Sua missão central é a **produção e a geração de conteúdo** que cumpre a função social de promover educação, cultura, cidadania e inclusão, estabelecendo uma relação direta entre a UFMA e a população de São Luís e de municípios adjacentes. A emissora não apenas retransmite o sinal de canais de prestígio, como a TV Brasil, mas também utiliza uma estratégia de distribuição **multiplataforma** robusta, alcançando um público potencial estimado de 1,2 milhão de pessoas. Além da transmissão aberta, o conteúdo é distribuído via TV por assinatura (NET, SKY e TVN) e, crucialmente, ampliado exponencialmente por meio da exibição on-line, em tempo real, em seu site oficial e em seus perfis de redes sociais. Como um **projeto de extensão**, a TV UFMA serve tanto como **campo de estágio** para discentes quanto como um veículo essencial de **divulgação e democratização do conhecimento científico**, com uma programação premiada que abrange séries, documentários, interprogramas e telejornais focados em pesquisa, ensino e extensão.

No período de fevereiro a outubro de 2025, a TV UFMA implementou uma **estratégia de comunicação científica (ACT)** focada no formato audiovisual, resultando em um **total geral de mais de 1.500 produções e veiculações** multimídia relacionadas ao projeto.

- Conteúdo Audiovisual e Entrevistas
 - **Em Dia com a Ciência (Quadro/Telejornal):** abordando pesquisas da FAPEMA e da UFMA, foram criados **40 programas inéditos**, gerando **80 veiculações** no *JTVUFMA* e no *Destaques JTVUFMA* (reprise).
 - **TV Ciência (Interprograma):** programa focado em ações de produção científica estadual. **Foram produzidos 12 programas inéditos**, alcançando um volume de **400 veiculações** na grade, com duas exibições diárias na TV UFMA.
 - **Em Dia com a Ciência Entrevista (Interprograma):** entrevistas aprofundadas com pesquisadores da FAPEMA e da UFMA, resultando em **12 programas inéditos** e **36 veiculações**.
 - **Repórter Ciência:** programa com reportagens sobre pesquisa científica, resultando em **4 programas inéditos** e **8 veiculações**.

No período de fevereiro a outubro de 2025, a TV UFMA implementou uma **estratégia de comunicação científica (ACT)** focada no formato audiovisual, resultando em um **total geral de mais de 1.500 produções e veiculações** multimídia relacionadas ao projeto.

Para além desses programas de caráter local, a TV UFMA também emplacou inserções em programas de rede nacional, no jornal *Repórter Brasil*, da TV Brasil. A emissora educativa obteve quatro reportagens aprovadas para exibição em rede nacional e regional no programa *Univerciência*, com veiculação nacional na TV Brasil e regional em 25 TVs públicas, educativas, culturais e universitárias.

- Comunicação Institucional e Digital
 - **Vídeos Institucionais:** fortalecimento da comunicação institucional por meio de **1.000 inserções** veiculadas na programação.
 - **Plataformas Digitais:** ênfase na presença online, com **900 postagens** nas redes sociais (YouTube e Instagram), demonstrando um alto investimento em engajamento digital.
 - **Site da TV UFMA:** publicação de **5 matérias** jornalísticas no site, complementando o conteúdo televisivo.

Imagem 5 - : Entrevistas TV UFMA.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

3. A CIÊNCIA NAS REDES: QUANDO O CONHECIMENTO VIRALIZA EM FORMATO MULTIMÍDIA

O Núcleo de Redes Sociais da UFMA (DECOM) focou em levar a ciência para onde as pessoas estão: *o feed*.

- **Resultados Impressionantes:** As publicações nas redes sociais e no site oficial da UFMA (total de 13 publicações em cada plataforma) geraram **149.000 visualizações e reproduções** em formatos como *reels* e *stories*.
- **Reconhecimento Nacional:** Esse trabalho posicionou o Instagram **@ufmaoficial** no **Top 10 do Social Media Gov**, na categoria **Universidades Federais**. O resultado evidencia que o público deseja consumir conteúdo científico de qualidade quando ele é apresentado de forma envolvente e estrategicamente planejada.

Imagem 6 - : Redes sociais UFMA.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

4. LIÇÃO DE CASA: CAPACITANDO O PESQUISADOR PARA A MÍDIA (MEDIA TRAINING)

O sucesso da divulgação científica não depende apenas de bons canais, mas também de **fontes e porta-vozes bem preparados**. O curso “**Media Training: Capacitando Fontes e Porta-Vozes**” é a espinha dorsal do projeto.

- **Transparência e Confiança Social:** O curso é um ato de **prestação de contas (*accountability*)** à comunidade, especialmente porque as pesquisas são viabilizadas com recursos públicos. O pesquisador precisa saber explicar o retorno desse investimento **à sociedade**, fortalecendo a confiança na ciência.
- **Habilidades Práticas:** Os pesquisadores aprenderam a traduzir o “cientifiquês” para a linguagem do dia a dia e a se comportar diante das câmeras e dos microfones.
 - O programa foi estruturado em cinco módulos, com 20 horas de duração, ministrados por docentes e profissionais das unidades de comunicação da UFMA.

Os módulos, com carga horária de 20 horas, no formato **100% presencial**, são estruturados da seguinte forma:

Módulo 1 - Relacionamento com a imprensa (4h). Conteúdo: Produção de releases; o assessor e a fonte de informação; modos de relacionamento com a imprensa; perfil e características; atendimento a demandas de veículos jornalísticos e relação com os agentes de imprensa. **Ministrante: Profa. Doutora Luiziane Saraiva.**

Módulo 2 - Social Media Training (4h). Conteúdo: Mídias sociais — características, diferenças e possibilidades de uso. Produção de conteúdo para ambientes digitais: tipos, formatos e linguagem. Marketing de influência. **Ministrante: Prof. Doutor Rômulo Gomes.**

Módulo 3 - A notícia para Rádio/ Podcast e Videocast (4h). Conteúdo: A notícia sonora e audiovisual para rádio. Práticas de entrevistas ao vivo e/ou gravadas nos estúdios da rádio. Técnicas de produção de textos, falas e desempenho para uma melhor apresentação no rádio. Ministrante: **Prof. Mestre Paulo Augusto Pelegrini**

Módulo 4 - A notícia para TV (4h). Conteúdo: Técnicas de oratória (voz, dicção e emissão vocal); como falar no rádio e na TV; técnicas de expressão oral, postura corporal e performance diante das câmeras. Ministrante: **Prof. Mestre Rafael Figueiredo**

Módulo 5 - **Prática de Media Training e visita técnica nas emissoras(4h)**. Conteúdo: Práticas em estúdio e gravação de entrevistas com os participantes, em diversos formatos voltados a diferentes veículos de comunicação. Ministrante: **Prof. Mestre Jefferson Saylon de Lima Sousa**

- Resultados Reais: Entre abril e setembro, foram realizadas cinco turmas, capacitando mais de **130 pesquisadores**. Ao todo, **mais de 500 pessoas** se inscreveram para participar dos módulos.

Imagem 7- : Media Training: Capacitando Fontes e Porta-Vozes.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

Imagem 8 - : Media Training: Capacitando Fontes e Porta-Vozes.



Fonte: Imagem extraída do relatório de apresentação em 11/09/2025

5. PRÓXIMOS PASSOS: UM NOVO CAPÍTULO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Os resultados parciais demonstram que as ações do projeto estão alinhadas aos seus objetivos teóricos e práticos. A parceria entre as diversas unidades de comunicação da UFMA (TV UFMA, Rádio Universidade FM e DCOM) tem se mostrado um diferencial para o alcance das metas, uma vez que a sinergia entre os veículos garante que a informação seja veiculada em diferentes canais, incorporando a dinâmica digital às atividades de relacionamento com as mídias e avaliando ferramentas para uma comunicação mais eficaz com os veículos midiáticos. A significativa audiência e o engajamento em diferentes plataformas

digitais confirmam que o conteúdo científico está sendo disseminado de forma eficiente, atingindo o público-alvo e, assim, fortalecendo a divulgação da ciência no estado.

Olhando para frente, a **continuidade** do projeto por mais um ano, no interior do estado, é fundamental para consolidar essas parcerias, aprimorar a produção de conteúdo e expandir ainda mais a capacitação dos pesquisadores, fortalecendo a cultura de divulgação científica e de extensão na UFMA e no Maranhão.

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR: O MEDIA TRAINING COMO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E FORTALECIMENTO DA INOVAÇÃO NO MARANHÃO

Juliana dos Santos Nogueira³

RESUMO: Este relato apresenta a trajetória de uma pesquisadora e empreendedora maranhense cuja formação e atuação foram fortemente impulsionadas pelas políticas públicas de fomento da FAPEMA e pela Universidade Federal do Maranhão. A partir do curso de *Media Training*, realizado em parceria entre as duas instituições, a autora reflete sobre a importância da divulgação científica estratégica como parte do fazer científico e como instrumento de transformação social. O texto descreve a construção das startups QTM Healthtech e Gamezônia, nascidas de pesquisas aplicadas e reconhecidas em programas de inovação, e analisa como o domínio da comunicação fortaleceu o ecossistema de inovação local, ampliando a visibilidade da ciência produzida no Maranhão. O relato evidencia que comunicar é também devolver, representando um compromisso ético com a sociedade e reafirmando a voz da diversidade como símbolo da potência da ciência e da inovação pública brasileira.

Palavras-chave: Media Training; Inovação; Maranhão.

ABSTRACT: This paper presents the trajectory of a researcher and entrepreneur from Maranhão whose education and professional practice were strongly supported by public funding policies promoted by FAPEMA and the Federal University of Maranhão. Based on the Media Training course, carried out through a partnership between the two institutions, the author reflects on the importance of strategic scientific communication as an integral part of scientific practice and as an instrument of social transformation. The text describes the development of the startups QTM Healthtech and Gamezônia, which emerged from applied research and were recognized in innovation programs, and analyzes how communication skills strengthened the local innovation ecosystem by increasing the visibility of science produced in Maranhão. The report demonstrates that communicating science is also an act of giving back, representing an ethical commitment to society and reaffirming diversity as a symbol of the strength of Brazilian public science and innovation.

Keywords: Media training; innovation; Maranhão.

³Doutoranda e Mestra em Cultura e Sociedade (PGCULT - UFMA) e Mestra em Preservação do Patrimônio Cultural pelo IPHAN. Cientista social e empreendedora, é fundadora das startups Gamezônia e QTM Healthtech e atua como representante da Comunidade de Inovação Soluises, integrando pesquisa, tecnologia e impacto social no ecossistema maranhense.

INTRODUÇÃO

A comunicação científica é um dos maiores desafios da atualidade. Em um mundo em que a informação circula de forma acelerada, transformar pesquisas em narrativas acessíveis e compreensíveis é um ato de responsabilidade social. Mais do que publicar resultados, é preciso comunicar ciência, mostrar seu valor público e tornar visível o impacto das políticas de fomento que fortalecem o desenvolvimento regional. No Maranhão, esse movimento vem sendo intensificado pela atuação articulada da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e da FAPEMA, que têm criado um ambiente favorável à formação de pesquisadores e empreendedores capazes de transformar conhecimento em inovação.

Minha trajetória como pesquisadora e empreendedora nasceu nesse contexto de transformação. Desde a graduação, tenho sido bolsista e beneficiária de programas da FAPEMA, que apoiaram cada etapa do meu percurso acadêmico e profissional — da iniciação científica aos projetos de inovação tecnológica. Essa rede de apoio foi essencial para a criação de iniciativas como a Gamezônia, startup voltada para educação e cultura digital, e a QTM Healthtech, dedicada à saúde integrativa e ao bem-estar. Ambas nasceram de pesquisas acadêmicas e se consolidaram como negócios de impacto graças aos editais da FAPEMA, entre eles o Inova Maranhão Startups, o Economia Criativa e o Centelha II.

Mais do que desenvolver produtos, esse percurso me mostrou que a inovação precisa ser comunicada. Não basta criar soluções; é preciso que a sociedade saiba o que está sendo feito, por que e para quem. Nesse sentido, o curso de Media Training, promovido pela parceria UFMA/FAPEMA, foi uma oportunidade única de refletir sobre o papel do pesquisador na comunicação pública da ciência. O curso proporcionou ferramentas e estratégias que vão muito além da entrevista ou da presença na mídia: ensinou a pensar o discurso científico como marca, posicionamento e instrumento de transformação.

1. TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA E O PAPEL DA FAPEMA NA CONSOLIDAÇÃO DE UM ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO

A consolidação da minha trajetória no campo da inovação e da pesquisa aplicada está intrinsecamente ligada às políticas públicas de fomento à ciência e à tecnologia do Estado do Maranhão. Desde os primeiros projetos acadêmicos, a FAPEMA foi uma parceira constante, oferecendo o suporte necessário para que ideias pudessem sair do papel e se transformar em soluções reais, com impacto direto na vida das pessoas. Essa presença contínua, da iniciação científica à criação de startups, demonstra que o investimento público em inovação não apenas gera

resultados concretos, mas também forma lideranças comprometidas com o desenvolvimento territorial.

Minha entrada no universo da tecnologia, no entanto, antecede o empreendedorismo e se conecta profundamente à pesquisa em cultura popular e patrimônio imaterial. No início da minha trajetória acadêmica, ainda como bolsista de iniciação científica, fui orientada do professor Sérgio Ferretti, pesquisando religião e cultura popular, o que me inseriu nas discussões sobre memória, identidade e oralidade. Foi nesse contexto que participei do Museu Afrodigital do Maranhão⁴, um projeto pioneiro voltado à digitalização e à difusão de acervos culturais afrodescendentes, contemplado pelo Edital Universal (FAPEMA) em 2011. Essa experiência foi um marco: permitiu compreender que a tecnologia pode ser também uma ferramenta de preservação da memória coletiva e um meio de democratização do acesso ao conhecimento.

A partir dessa vivência, o mundo digital passou a integrar definitivamente minha trajetória. A monografia de conclusão de curso já abordou temas ligados às tecnologias da informação e à cultura digital, analisando a trajetória do Museu Afrodigital do Maranhão, e o mestrado aprofundou essa relação ao discutir os museus digitais como ferramentas democratizantes — dissertação que recebeu reconhecimento de Honra ao Mérito no Prêmio FAPEMA 2018. Essa base acadêmica foi o terreno fértil que, anos depois, daria origem aos meus projetos de inovação social e tecnológica, em especial a QTM Healthtech e a Gamezônia. Assim, a entrada no ecossistema de startups não foi por acaso, mas uma continuação natural de um processo de digitalização do conhecimento, iniciado ainda na pesquisa universitária e consolidado no diálogo entre ciência, cultura e tecnologia.

Ao longo dos últimos anos, participei de diferentes programas que compõem o ciclo de fomento da FAPEMA, como o Economia Criativa, o Inova Maranhão Startups e o Centelha II, que se tornaram marcos decisivos para a consolidação das minhas empresas: QTM Healthtech e Gamezônia. Esses programas não são apenas editais de apoio financeiro; representam um ecossistema estruturado que articula capacitação, mentoria, validação e visibilidade. Por meio deles, foi possível desenvolver modelos de negócio sustentáveis, testar hipóteses de mercado e acessar redes de inovação locais, nacionais e internacionais.

1.1 O impacto do Inova Maranhão Startups e a fundação da QTM Healthtech

O Edital FAPEMA nº 19/2021, que deu origem ao programa Inova Maranhão Startups, foi um divisor de águas na minha trajetória. A partir dele, a

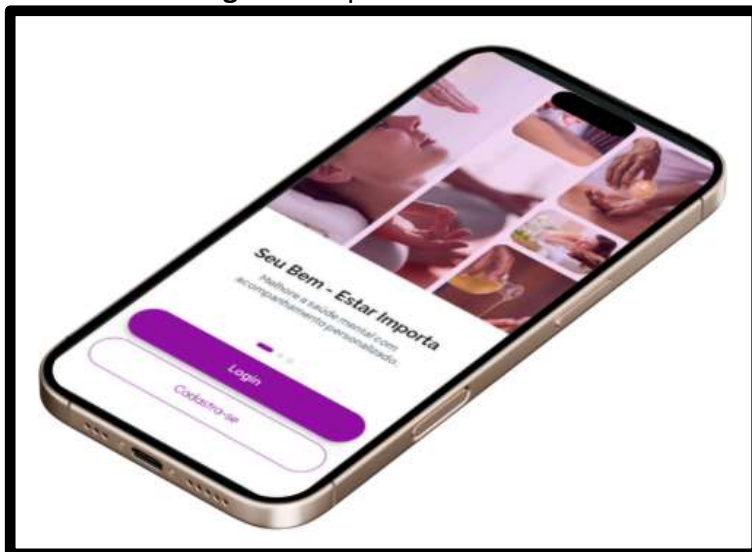
⁴<https://museuafro.ufma.br/>

QTM Healthtech iniciou um processo completo de incubação e pré-aceleração, recebendo mentorias técnicas, jurídicas e de gestão, além de acompanhamento especializado em design de negócios e impacto social. Essa experiência permitiu validar o primeiro Produto Mínimo Viável (MVP) da plataforma, uma solução digital voltada à integração entre terapeutas, pacientes e espaços de atendimento nas Práticas Integrativas e Complementares (PICs).

O projeto evoluiu com base em metodologias participativas e em design centrado no usuário, dialogando com a Política Nacional de Práticas Integrativas e Complementares (PNPIC/SUS) e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 3 e 9), voltados à saúde de qualidade e à inovação. A partir das mentorias e dos feedbacks do programa, a QTM consolidou seu modelo de negócio e foi reconhecida entre as Top 5 Startups do Maranhão, recebendo Menção Honrosa da FAPEMA — um marco simbólico da transformação de uma ideia em um empreendimento de impacto social.

Além de aprimorar o produto, o programa criou condições para o crescimento pessoal e coletivo da equipe. As mentorias internas e externas foram fundamentais para a formação de competências empreendedoras e para o fortalecimento da liderança feminina na inovação, abrindo espaço para novas narrativas no setor tecnológico. Cada ciclo de aprendizado foi também uma oportunidade de contribuir para a visibilidade do Maranhão como polo emergente de inovação, um estado que alia criatividade, conhecimento local e compromisso social.

Imagem 1 - Aplicativo da QTM Healthtech.



Fonte: Arquivo da pesquisadora.

A trajetória da QTM demonstra como o capital semente público é capaz de impulsionar negócios com alcance global. O investimento inicial da FAPEMA funcionou como base para a captação de recursos internacionais, atraindo investimentos dos Emirados Árabes Unidos e consolidando parcerias estratégicas com a Usina de Startups para a expansão na América Latina, especialmente no Chile e no Peru. Esse movimento reforça o papel do Maranhão como protagonista de um novo modelo de inovação, mais colaborativo, inclusivo e sustentável.

A startup passou a integrar o circuito latino-americano de healthtechs de impacto, ampliando sua atuação para além do contexto local. Ao conectar pacientes, terapeutas e espaços, a QTM cria uma rede de cuidado humanizada e digital, que desafoga o sistema tradicional de saúde e democratiza o acesso a terapias seguras e reconhecidas. Essa proposta de integração reflete um novo paradigma da inovação: não se trata apenas de tecnologia, mas de promover bem-estar, equidade e autonomia.

A FAPEMA, em parceria com a SECTI, a SUDENE e o SEBRAE, estruturou um modelo de apoio que acompanha o empreendedor desde a ideia até a fase de internacionalização. Essa política integrada cria um ambiente fértil para a emergência de startups e projetos inovadores, estimulando a diversificação econômica e a formação de talentos locais. No meu caso, essa rede de apoio foi determinante para que eu pudesse atuar simultaneamente como pesquisadora, empreendedora e gestora de inovação, articulando ciência e mercado de forma ética e socialmente comprometida.

2. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: O MEDIA TRAINING COMO INFRAESTRUTURA DA CIÊNCIA CONTEMPORÂNEA

Divulgar ciência é um dos pilares éticos e epistemológicos da própria produção científica. Desde os primeiros registros de pesquisa sistemática, a ciência se legitimou não apenas pelo rigor metodológico, mas também pela capacidade de compartilhar conhecimento, de torná-lo público, verificável e útil. No século XXI, marcado por fluxos acelerados de informação, disputas narrativas e desinformação crescente, essa tarefa ganhou complexidade. Hoje, comunicar ciência é produzir sentido, mediar saberes e fortalecer a confiança social na pesquisa.

No Maranhão, essa necessidade é ainda mais urgente. A região vive um momento de reconfiguração do ecossistema científico e tecnológico, com novas redes de inovação, startups e laboratórios de impacto, mas ainda enfrenta desafios para visibilizar seus avanços. Muitos resultados relevantes permanecem restritos a relatórios, bancas e publicações acadêmicas, sem atingir as comunidades que poderiam se beneficiar deles. O curso de Media Training,

promovido pela parceria entre UFMA e FAPEMA, surge nesse contexto como um instrumento essencial para capacitar pesquisadores a traduzirem a ciência em linguagem pública, clara, acessível e engajadora.

2.1 A comunicação como parte da metodologia científica

Historicamente, comunicar resultados é uma etapa constitutiva da pesquisa. No entanto, no contexto contemporâneo, a divulgação científica deixou de ser apenas uma fase final e passou a integrar todo o processo metodológico, influenciando desde a formulação das perguntas até a forma como os achados são interpretados e aplicados. Isso significa que o pesquisador contemporâneo precisa desenvolver competências comunicativas — não apenas escrever bem, mas estruturar narrativas, compreender públicos, utilizar canais diversos e alinhar mensagem, propósito e impacto.

A formação científica tradicional, contudo, raramente contempla esse campo de maneira prática. Em geral, o pesquisador aprende a escrever artigos, mas não a conceder entrevistas, produzir vídeos curtos, redigir textos de divulgação ou adaptar o discurso para diferentes contextos. O curso de Media Training, ao reconhecer essa lacuna, propôs um novo paradigma de formação, articulando conteúdo, técnica e estratégia.

Entre os principais aprendizados, destacam-se:

- Planejamento de discurso — como construir uma fala clara, com início, meio e fim, evitando dispersões e jargões;
- Gestão da presença midiática — compreender que cada entrevista, palestra ou participação em rede é também uma ação de posicionamento institucional e científico;
- Linguagem multimídia — aprender a adaptar o conteúdo para diferentes plataformas, da imprensa tradicional às redes digitais;
- Criação de marca pessoal e científica — definir valores, identidade e coerência narrativa entre a pesquisa, a trajetória e a forma de comunicar.

Assim, a ciência contemporânea demanda sujeitos capazes de transitar entre a academia, a mídia e a sociedade civil. Essa figura híbrida, o pesquisador-comunicador, não substitui o jornalista científico, mas atua em sinergia com ele, oferecendo fontes qualificadas e ampliando a circulação de informação confiável. No meu caso, esse aprendizado foi particularmente transformador. Como fundadora de startups e pesquisadora em inovação, já participava de entrevistas, pitches e eventos; no entanto, percebi que comunicar não é apenas falar, mas gerir contextos, públicos e expectativas.

Além disso, o curso abordou um aspecto crucial: a ética da comunicação científica. Em tempos de fake news e pós-verdade, comunicar ciência requer responsabilidade. Cada palavra dita por um pesquisador tem o potencial de moldar percepções públicas sobre temas sensíveis, da vacinação ao meio ambiente, da saúde mental à inovação tecnológica. Aprender a comunicar-se com precisão, sem perder a empatia, é também um ato de defesa da ciência enquanto bem público.

Ao ampliar a capacidade de expressão dos pesquisadores, o media training não apenas fortalece indivíduos, mas estrutura uma política de Estado. Quando pesquisadores aprendem a comunicar resultados de forma acessível, as próprias ações de fomento, como as da FAPEMA, ganham visibilidade, transparência e legitimidade. A população passa a perceber os resultados do investimento público: startups criadas, prêmios conquistados, tecnologias em desenvolvimento, publicações relevantes e impactos socioeconômicos.

A comunicação, portanto, é também um instrumento de accountability: permite mostrar, com dados e histórias reais, como o conhecimento retorna em benefícios coletivos. No Maranhão, isso é especialmente relevante, pois grande parte das inovações nasce em ambientes universitários e depende de recursos públicos para florescer. Tornar esses resultados visíveis é essencial para sustentar e ampliar políticas de ciência e tecnologia.

Essa perspectiva reforça a ideia de que a ciência precisa ser vista e sentida. Não se trata apenas de “falar sobre”, mas de fazer-se presente nas narrativas do desenvolvimento, mostrando que, **por trás** de cada aplicativo, cada startup ou cada pesquisa premiada, há um trabalho científico de base, um conjunto de políticas públicas articuladas e um compromisso ético com o bem comum.

Essa consciência me levou a perceber que o papel do pesquisador na sociedade não é apenas produzir conhecimento, mas representar um campo de saber e inspirar confiança pública. Hoje, entendo que cada entrevista, palestra ou conteúdo publicado não é apenas uma oportunidade individual, mas uma porta de entrada para a ciência maranhense. Cada voz que se fortalece amplia o alcance de todas as outras, construindo um ambiente mais propício à inovação e à valorização do conhecimento local.

3. PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E RESULTADOS CONCRETOS: DA VOZ INDIVIDUAL AO IMPACTO COLETIVO

O aprendizado construído no curso de Mídia Training não se encerrou na sala de aula. Ele se estendeu para o cotidiano da pesquisa, para o ecossistema

de inovação e para os espaços públicos de comunicação, convertendo-se em ações tangíveis de divulgação científica estratégica. Ao longo dos meses seguintes, as ferramentas adquiridas foram incorporadas às minhas atividades acadêmicas e empreendedoras, aperfeiçoando a forma como apresento projetos, dialogo com a imprensa e me conecto com diferentes públicos.

Antes mesmo da formação, eu já mantinha uma presença constante em eventos científicos, tecnológicos e institucionais, atuando em diferentes frentes — como palestrante, mentora, empreendedora e representante de programas de inovação. No entanto, percebia que, apesar da intensa participação, os resultados das pesquisas e das startups ainda não eram comunicados com a clareza e a intencionalidade necessárias para gerar impacto público. Faltavam método, narrativa e estratégia.

O curso representou, portanto, uma virada de linguagem: aprendi a transformar a visibilidade conquistada ao longo da trajetória em uma comunicação de resultados estruturada, capaz de evidenciar não apenas a presença, mas também o conteúdo, a relevância e o alcance social das iniciativas.

Como pesquisadora e empreendedora, passei a reorganizar minha forma de comunicar, inclusive nas entrevistas em rádio, televisão e meios digitais, nas quais abordei temas como inovação, empreendedorismo feminino, saúde digital e educação tecnológica. Cada participação passou a ser planejada a partir de uma estratégia de visibilidade pública, com foco em destacar resultados concretos, reconhecer o papel das políticas públicas e reforçar o caráter coletivo da ciência.

Por exemplo, em entrevistas sobre a QTM Healthtech, priorizei apresentar o aplicativo não apenas como um produto tecnológico, mas como resultado de um ciclo completo de desenvolvimento científico e social. O foco passou a ser mostrar que, por trás da tecnologia, havia fomento público, metodologia de pesquisa e compromisso com o bem-estar da população. Essa abordagem gerou repercussões positivas: entrevistas, matérias jornalísticas, podcasts e documentários passaram a destacar o papel da ciência como política pública eficiente e transformadora.

Imagem 2 - Entrevista sobre a QTM no programa Ô de Casa.



Fonte: Arquivo da pesquisadora.

De modo semelhante, nas participações sobre o projeto Gamezônia, a narrativa foi orientada para a divulgação da ciência como linguagem cultural. Em vez de centrar a fala no jogo em si, destaquei conceitos como decolonialidade, aprendizagem significativa e epistemologias indígenas, traduzindo-os em exemplos concretos e acessíveis ao público geral. Essa prática, aprendida no curso, mostrou que a clareza não simplifica o conteúdo, mas amplia o alcance.

Com o tempo, percebi que essa nova postura comunicacional não apenas ampliou a compreensão do público, mas também fortaleceu minha própria identidade como pesquisadora e comunicadora da ciência. A consistência narrativa gerou reconhecimento espontâneo: convites para novos eventos, parcerias e colaborações começaram a surgir de forma orgânica, como reflexo de uma presença pública mais estruturada e estratégica.

O mesmo se aplica à minha atuação em feiras e programas nacionais e internacionais, como a COP30 em Dubai, o Startup20, a Fopema e o Shark Tank Brasil, nos quais representei o Maranhão como liderança feminina em inovação. Em todos esses espaços, a comunicação clara e estratégica foi determinante para fortalecer a credibilidade das propostas e projetar a imagem do estado como referência emergente em inovação inclusiva e sustentável.

No ambiente digital, a divulgação científica assume um papel ainda mais dinâmico. As redes sociais tornaram-se plataformas essenciais para traduzir a pesquisa em conteúdo acessível e inspirador. A partir das orientações do curso, passei a desenvolver postagens informativas, vídeos curtos e textos explicativos voltados para públicos diversos, desde estudantes do ensino médio até profissionais e empreendedores.

Os efeitos da aplicação prática do Mídia Training foram múltiplos. No plano pessoal, houve um ganho expressivo de autoconfiança, clareza e assertividade, fundamentais para liderar projetos de inovação e dialogar com diferentes públicos. Além disso, o exercício contínuo da divulgação científica gerou externalidades positivas: ampliou o alcance dos projetos apoiados, estimulou novas parcerias interinstitucionais e contribuiu para a construção de uma cultura de visibilidade e reconhecimento da ciência local.

CONCLUSÃO

Ao olhar para todo o percurso aqui narrado, é possível afirmar que o curso de Mídia Training representou não apenas um aprimoramento técnico, mas uma mudança de paradigma na forma de compreender o papel da comunicação na ciência. Ele me ensinou que divulgar não é um ato posterior à pesquisa, mas parte do seu próprio processo, e que a credibilidade do conhecimento depende, em grande medida, da capacidade de ser compreendido, sentido e apropriado pela sociedade.

No contexto do Maranhão, onde a ciência e a inovação ainda enfrentam o desafio da visibilidade, esse aprendizado é transformador. Ele evidencia que políticas públicas como as da FAPEMA, articuladas à formação crítica promovida pela UFMA, geram resultados concretos: startups consolidadas, pesquisas premiadas, novas tecnologias e lideranças emergentes. Mas, acima de tudo, produzem agentes de mudança, capazes de transformar conhecimento em ação e pesquisa em impacto social.

A minha trajetória é exemplo disso. Apoiada desde a graduação pelos programas da FAPEMA, pude vivenciar o ciclo completo da inovação: da ideia à aplicação, do laboratório ao mercado, da pesquisa à comunicação pública. Nesse caminho, compreendi que divulgar ciência é também retribuir à sociedade o investimento que ela faz na universidade e nos pesquisadores. Cada entrevista concedida, cada palestra realizada, cada conteúdo publicado é um gesto de devolutiva, de democratização do saber e de compromisso com o desenvolvimento coletivo.

Assumir a palavra como pesquisadora também é um ato político. Como mulher parda, nordestina e amazônida, sei o quanto a representatividade importa. Estar nesses espaços — na mídia, nas feiras de inovação e nos fóruns científicos — é afirmar que a ciência tem muitas vozes, rostos e trajetórias possíveis. É mostrar que o conhecimento produzido no Maranhão tem valor universal, que é capaz de dialogar com o mundo sem perder sua identidade e que a diversidade é um ativo estratégico da inovação.

Mais do que resultados individuais, o que este relato expressa é uma visão coletiva: a de um ecossistema que cresce quando seus pesquisadores se comunicam, se posicionam e se tornam protagonistas de suas próprias histórias. O futuro que vislumbro é o de uma ciência mais aberta, inclusiva e estratégica, em que pesquisadores e pesquisadoras do Maranhão ocupem espaços nacionais e internacionais, levando consigo a marca de um estado que faz da inovação um instrumento de justiça social e de fortalecimento cultural. Continuarei, assim, a comunicar, representar e inspirar, com a convicção de que a ciência só cumpre seu papel quando chega a quem mais precisa dela.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: ORIENTAÇÕES PRÁTICAS PARA A DIFUSÃO DA CIÊNCIA

Ingrid Emanuelle Lopes Trindade⁵

Sarah Dantas do Rego Silva⁶

Thyago Polary Braga⁷

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo fornecer orientações práticas para o relacionamento com a mídia e apresentar técnicas que tornem a divulgação de pesquisas científicas mais eficaz. A proposta está fundamentada no curso de Media Training, oferecido pelo projeto “Estratégias de Comunicação para o fortalecimento da divulgação científica no Estado do Maranhão”, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). A divulgação científica é substancial não apenas para informar, mas também para formar cidadãos críticos. Com base nisso, este artigo apresenta seis pontos principais: produção da notícia; como falar de forma clara e compreensível; exercícios de respiração para melhor desempenho nas gravações; postura; e uso estratégico das redes sociais.

Palavras-chave: Comunicação Pública; divulgação científica; media training; orientações práticas.

ABSTRACT: This paper aims to provide practical guidelines for interacting with the media and to present techniques that make the dissemination of scientific research more effective. The proposal is based on the Media Training course offered by the project “Communication Strategies for Strengthening Scientific Dissemination in the State of Maranhão”, from the Federal University of Maranhão (UFMA), in partnership with the Maranhão Research and Scientific and Technological Development Support Foundation (FAPEMA). Scientific dissemination is essential not only to inform but also to educate critical citizens. Based on this premise, this article presents six main points: news production; how to speak clearly and understandably; breathing exercises for better performance

⁵Bolsista-técnica da Fapema. Bacharela em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Jornalista da Diretoria de Comunicação da UFMA (DCOM). E-mail: ingrid.lopes@ufma.br

⁶Bacharela em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Mestre em Comunicação pela mesma instituição (UFMA) e jornalista da Diretoria de Comunicação da UFMA (DCOM). E-mail: sarah.dantas@ufma.br

⁷Bacharel em Comunicação Social/Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Relações Públicas na Diretoria de Comunicação da UFMA (DCOM). E-mail: thyago.polary@ufma.br

during recordings; posture; and strategic use of social media.

Keywords: Public Communication; scientific dissemination; media training; practical guidelines.

INTRODUÇÃO

A divulgação científica desempenha papel fundamental na democratização do acesso ao conhecimento científico (BUENO, 2010). Nesse contexto, os meios de comunicação assumem função central na difusão da ciência, cumprindo sua responsabilidade social de tornar públicas as pesquisas desenvolvidas em instituições de ensino e pesquisa, as quais impactam diretamente o cotidiano da população.

Para que a divulgação científica seja efetiva e apresentada de maneira acessível à sociedade, faz-se necessário o domínio de estratégias que contribuam significativamente para o processo que Bueno (2010) denomina de “alfabetização científica”.

Por meio da comunicação, os estudos desenvolvidos nas instituições ganham visibilidade e repercutem na sociedade. Para isso, é necessário dominar técnicas que contribuam para uma divulgação eficaz.

De acordo com Duarte e Faria (2018, p. 447), “fontes que conhecem os processos jornalísticos conseguem mais visibilidade, informam melhor a sociedade, minimizam riscos e enfrentam crises de maneira mais eficiente”.

Vale ressaltar que os meios de comunicação não abrangem apenas veículos jornalísticos tradicionais, como televisão e rádio, mas também as plataformas digitais que, atualmente, configuram-se como ferramentas aliadas para a difusão do conhecimento científico.

Ancorado no conhecimento adquirido por meio da vivência no curso de Media Training, ofertado pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), por meio do projeto “Estratégias de Comunicação para o fortalecimento da divulgação científica no Estado do Maranhão”, este artigo reúne orientações práticas para aprimorar a comunicação com a imprensa e apresentar conteúdos científicos de maneira clara, objetiva e concisa. Ao longo do texto, serão abordados seis tópicos essenciais para esse processo: contexto da produção da notícia; linguagem simples e acessível; técnicas de respiração para melhorar o desempenho diante das câmeras; postura e comunicação corporal; e uso estratégico das redes sociais.

O objetivo é oferecer ferramentas diretas e aplicáveis, capazes de apoiar profissionais que desejam fortalecer sua presença pública, comunicar-se com mais confiança e transformar conhecimento especializado em informação compreensível e útil para toda a sociedade.

1. CONTEXTO DA PRODUÇÃO DE NOTÍCIA E RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Se você vai se relacionar com a mídia, é essencial entender como é o trabalho do jornalista, suas prioridades, pautas e prazos (ASSAD; PASSADORI, 2009). Compreender o funcionamento da produção jornalística e respeitar seus ritmos é um passo fundamental para fortalecer o diálogo entre pesquisadores e profissionais da imprensa.

Entretanto, para adentrar esse universo, é necessário conhecer o conceito de notícia. A notícia é um recorte da realidade (ALSINA, 1993; SOUSA, 2002; TRAQUINA, 2016). Neste artigo, a notícia⁸ é entendida como uma informação acerca de um assunto ou acontecimento de interesse público, difundida pelos meios de comunicação. Considerando a divulgação científica, objeto deste estudo, a notícia reverbera novas descobertas capazes de transformar realidades.

O tempo é outra variável que precisa ser compreendida quando se fala em relacionamento com a mídia. O chamado *deadline*, ou prazo de entrega da matéria ou reportagem, é um fator preponderante para o jornalista e impacta diretamente o tempo de espera por uma resposta da fonte, neste caso, os pesquisadores. Diante disso, é necessário avaliar se será possível responder em tempo hábil ou mesmo conceder uma entrevista.

É fundamental compreender que o jornalista trabalha constantemente contra o tempo. Por isso, é necessário estudar a pauta⁹ previamente, ser objetivo na comunicação e respeitar o tempo disponível.

Reconhecer o processo de construção da notícia torna o pesquisador uma fonte mais preparada, colaborativa e assertiva. Estudar a pauta, oferecer respostas claras e agir com objetividade não apenas facilita o trabalho do jornalista, mas também amplia o alcance e o impacto social do conhecimento científico.

Outro ponto importante é entender como funciona cada formato

⁸Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/not%C3%ADcia>. Acesso em 12 dez. 2025

⁹Pauta é o documento que serve como guia para um jornalista produzir uma matéria. Nela contém dados e informações que contribuem para a construção da notícia.

mediático. Conceder uma entrevista para uma emissora de televisão é diferente de ser entrevistado por uma emissora de rádio, por exemplo. Na televisão, trabalha-se tanto a voz quanto o aspecto visual. No rádio, a voz é o principal elemento para garantir clareza na comunicação. Em matérias para jornais impressos, sites e blogs, a escrita prevalece.

Ao compreender esses processos, o relacionamento com a mídia deixa de ser um desafio e se torna uma oportunidade estratégica de promover a ciência de forma responsável, clara e acessível.

2. DICAS PRÁTICAS PARA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

2.1 Seja objetivo e use linguagem simples e acessível

Há uma diferença clara entre disseminação científica, quando a pesquisa é explanada à comunidade acadêmica, e divulgação científica, quando a pesquisa é difundida à sociedade de forma acessível e clara (BUENO, 2010). Portanto, se o objetivo é tornar sua pesquisa compreensível ao público em geral, seja claro e objetivo ao transmitir as informações.

Leve em consideração princípios fundamentais, como:

- “Fale para pessoas, não para especialistas”: evite jargões técnicos;
- Use analogias, exemplos do cotidiano e comparações visuais;
- Prefira frases curtas e verbos fortes;
- Evite siglas, números excessivos e construções burocráticas.

2.2 Seja disponível

Se você tem interesse em divulgar seus estudos, é imprescindível constituir-se como fonte acessível aos veículos de comunicação. Reconhece-se que a rotina acadêmica envolve múltiplas atribuições e compromissos. Contudo, àqueles que compreendem a relevância da divulgação científica, recomenda-se manter canais de contato acessíveis aos profissionais de imprensa.

É fundamental disponibilizar endereço eletrônico (desde que seja uma ferramenta de uso cotidiano) e telefone celular, viabilizando o agendamento de entrevistas. Além disso, forneça informações principais sobre a pesquisa desenvolvida (como objetivos e resultados centrais) e materiais complementares que auxiliem na elaboração de conteúdos jornalísticos.

2.3 Faça técnicas de respiração

A respiração tem um papel fundamental na nossa fala, ajudando a controlar a voz, o ritmo das frases e a capacidade de manter a calma diante de perguntas inesperadas. Quando estamos nervosos, tendemos a respirar de forma

curta e superficial, o que reduz a oxigenação e interfere na fluidez do discurso. Por isso, a respiração consciente é uma das técnicas mais simples e eficazes para melhorar o desempenho comunicativo.

Antes de qualquer entrevista ou apresentação, vale reservar alguns minutos para técnicas rápidas de preparação, como inspirar pelo nariz durante quatro segundos, manter o ar por mais quatro e soltá-lo lentamente pela boca durante seis.

Outra estratégia é utilizar a respiração diafragmática, aquela que utiliza a região abdominal, para ajudar a reduzir o estado de alerta do corpo e favorecer uma fala mais estável e pausada.

2.4 Tenha cuidados com a voz

A fala é um dos pilares da comunicação em rádio e TV, especialmente quando se trata de ciência. Para que o cientista seja compreendido e gere engajamento, é essencial que ele domine certas técnicas de fala, que podem ser decisivas para transmitir suas ideias de forma clara, envolvente e acessível ao público (SOUSA, 2025). Cuidar da saúde vocal, portanto, é tão importante quanto preparar o conteúdo da fala.

Com pequenas atitudes no dia a dia, é possível manter o bom desempenho vocal (GARRIDO, 2005):

- Hidrate-se: a hidratação é essencial para o bom funcionamento das pregas vocais;
- Evite esforço vocal: não fale alto demais nem grite para competir com ruídos;
- Fale com apoio da respiração: respire fundo e fale com naturalidade;
- Alimente-se bem e durma o suficiente.

Além dos cuidados gerais, treinar a articulação melhora a clareza da fala e ajuda a aquecer a voz antes de entrevistas ou apresentações. Exercitar as vogais (A, E, I, O, U) e diferentes grupos de fonemas fortalece a musculatura envolvida na fala e favorece uma dicção mais precisa.

Exercícios sugeridos (repetir cada sequência 10 vezes) no curso de Media Training da UFMA¹⁰:

¹⁰As orientações foram fornecidas durante as aulas ministradas pela coordenadora adjunta do projeto "Estratégias de Comunicação para o fortalecimento da divulgação científica no Estado do Maranhão" e diretora-geral da TV UFMA, Cecília Maria da Costa Leite; e do professor do Media Training e coordenador de Núcleos da Rádio Universidade FM, Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini.

Vogais: A – E – I – O – U

Fonemas bilabiais: p / b / m (pê, bê, mê)

Fonemas linguodentais: t / d / n (tê, dê, nê)

Fonemas labiodentais: f / v (fê, vê)

Fonemas alveolares: s / z / l / r (sê, zê, lê, rê)

Fonemas palatais: ch / j / lh / nh (chê, jê, lhê, nhê)

Fonemas velares: k / g / r (kê, guê, rrê)

Esses exercícios ativam lábios, língua e mandíbula, preparando o aparelho fonador para uma fala mais clara, articulada e expressiva.

Exercícios de aquecimento vocal:

- Inspire, enchendo os pulmões e ao expirar faça “Hummmm”(prolongado), repita 5 vezes; depois faça o mesmo com “Aaaaaa” (começando aspirado), repita 5 vezes; Inspire e solta em “Ããããã”, abrindo bem a boca e depois fechando juntando os lábios. Repetir a sequência;
- Movimentos da língua em torno dos dentes; depois, movimentação da língua na horizontal, tocando a parte interna das bochechas (10 vezes);
- Inspira e solta em “Rrrrrrrrr” (10 vezes); Inspira e solta em “Brrrrrr”pressionando os lábios (10 vezes); Inspira e solta em “Zzzzzzz”(10 vezes); Inspira e solta em “Sssssss”(10 vezes); Inspira e faça um som de sirene (iiiiiiiõõõõõõ);
- Inspire antes de cada sílaba e repita várias vezes a sequência SI- FU- CHI – PA;
- Faça o exercício de leitura com a caneta na boca e/ou com a rolha entre os dentes.

2.5 Mantenha postura e passe confiança para o público

Ao conceder entrevistas para emissoras de televisão e rádio, ou até mesmo ao gravar vídeos para redes sociais, mantenha uma postura que transmita confiança a quem está assistindo.

- Em entrevistas presenciais, mantenha os dois pés apoiados no chão, a coluna ereta e os ombros relaxados. Essa postura facilita a respiração, melhora a projeção da voz e evita a sensação de rigidez;
- Em entrevistas on-line, a câmera deve estar na altura dos olhos, evitando ângulos que distorçam o rosto; a iluminação deve ser frontal e suave; e o ambiente, organizado e neutro, para não competir com o conteúdo da fala;
- Mantenha contato visual com a câmera e com o entrevistador;
- Evite palavras que formem sons cacofônicos;

- Demonstre confiança no que está dizendo;
- Seja natural. Os gestos devem complementar o discurso; por isso, evite gestos bruscos e muitos movimentos corporais.

2.6 Use as redes sociais ao seu favor

Já é sabido que as redes sociais digitais desempenham um papel de grande importância na vida das pessoas. Segundo dados da Datareportal (2025), em janeiro de 2025 havia 144 milhões de usuários de redes sociais no Brasil, correspondendo a 67,8% da população, o que coloca o país em quinto lugar no ranking das nacionalidades que mais utilizam esses sites e aplicativos. Além do grande número de usuários, o país ocupa o 4º lugar quando o assunto é a variedade de uso de plataformas, com cada usuário possuindo perfil ativo em oito redes diferentes.

Apesar de comumente serem relacionadas ao lazer e ao entretenimento, as redes sociais digitais também são amplamente utilizadas para pesquisas sobre conteúdos considerados “sérios”. Segundo a Pesquisa de Percepção Pública da Ciência (2023), publicada pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 73% dos brasileiros buscam informações sobre ciência, tecnologia, saúde e meio ambiente nas redes sociais. Contudo, de acordo com o mesmo levantamento, 50,8% dos entrevistados afirmam se deparar com frequência com notícias que lhes parecem falsas nas plataformas digitais, o que evidencia a necessidade de que pesquisadores comprometidos com a verdade e com a ciência ocupem esses espaços. Isso porque tais ambientes ampliam o alcance da ciência, permitindo que resultados de pesquisas cheguem rapidamente a públicos que, anteriormente, não teriam acesso, por questões geográficas ou financeiras, por exemplo.

Independentemente de qual rede decidir utilizar, é importante que o pesquisador identifique quais aspectos de sua pesquisa despertam o interesse do público, a fim de trabalhá-los estrategicamente, planejando as postagens em um cronograma e levando em consideração a melhor forma de apresentar esse conteúdo para facilitar o entendimento e gerar engajamento. Com esses dados em mente, torna-se necessário analisar quais plataformas são mais adequadas para a divulgação da pesquisa, de acordo com a linguagem que o cientista pretende utilizar e com o público-alvo do seu trabalho.

WhatsApp

O **WhatsApp** lidera a pesquisa, com 169 milhões de usuários, número que indica que alguns deles possuem, inclusive, mais de um cadastro no aplicativo. Como diferencial, apresenta uma ampla faixa etária de usuários quando comparado às outras redes sociais e é bastante utilizado por pessoas idosas, que

não mantêm perfis em outros aplicativos. Em razão de sua capilaridade, constitui um terreno fértil para a disseminação de fake news.

Desse modo, torna-se também um espaço relevante para o combate à desinformação, por meio de conteúdos explicativos e em linguagem acessível, sobretudo em contextos locais, nos quais a informação é mais passível de personalização, como no uso de vocabulário regional, por exemplo. É necessário, contudo, atentar para a possibilidade de o conteúdo ser interpretado como spam, em razão da alta frequência de mensagens recebidas pelos usuários.

Youtube

Segundo lugar na lista, o **YouTube** desempenha um papel educativo amplamente reconhecido, sendo uma fonte consolidada de tutoriais, videoaulas e outros conteúdos mais aprofundados. Seus usuários concentram-se majoritariamente na faixa etária entre 18 e 44 anos.

Os vídeos devem apresentar uma estrutura bem definida, com introdução, desenvolvimento e conclusão, além de uma duração ideal entre 8 e 15 minutos. Conteúdos educativos, análises de artigos e séries temáticas relacionadas à pesquisa também apresentam bom desempenho na plataforma, que tem como um de seus diferenciais o fato de que os vídeos permanecem relevantes por anos e podem viralizar a qualquer momento.

O formato shorts (vídeos verticais com até um minuto de duração) também possui grande apelo e pode ser utilizado como estratégia de atração para o conteúdo completo, por meio de recortes dos vídeos principais que destaquem um ponto relevante ou curioso, despertando o interesse do usuário em assistir ao material integral.

Instagram

O **Instagram** ocupa o terceiro lugar da lista e é amplamente utilizado por jovens adultos, na faixa etária entre 18 e 34 anos. Criado inicialmente como uma rede social voltada ao compartilhamento de fotografias, a plataforma tem migrado progressivamente para o formato de vídeos, acompanhando as mudanças no comportamento dos usuários.

Há 4 principais formatos a serem utilizados: posts no feed, que podem ser cards únicos ou carrosséis; *reels*; *stories*; e *lives*.

Os cards únicos são indicados para a transmissão de mensagens rápidas, enquanto os carrosséis possibilitam explicações mais longas e detalhadas. Em

ambos os casos, é fundamental investir em uma linguagem visual forte e atrativa, capaz de fazer o usuário interromper a rolagem do feed para consumir o conteúdo. Os *reels* podem ser utilizados para traduzir conceitos científicos em explicações breves, com linguagem simples e acessível, preferencialmente fazendo uso de técnicas de *storytelling*. Alternativamente, o pesquisador pode recorrer a trends virais, estratégia que favorece a entrega do conteúdo para um público mais amplo.

Facebook

O **Facebook** ocupa o quarto lugar no ranking e é mais utilizado por usuários com idade entre 45 e 60 anos. Diferentemente de outras plataformas, nessa rede social textos mais longos tendem a ter melhor desempenho. Além disso, a ferramenta de grupos pode ser utilizada para a criação de comunidades voltadas à divulgação de materiais sobre a pesquisa, direcionadas especificamente a usuários que tenham interesse no tema.

Tiktok

Em quinto lugar está a rede social mais jovem, tanto em tempo de criação quanto em público usuário: o **TikTok**. Seu maior número de usuários é composto por adolescentes e jovens (entre 13 e 29 anos), mas a plataforma já apresenta crescimento entre adultos. Diferentemente do Instagram e do YouTube, nessa rede a autenticidade prevalece sobre a perfeição: os usuários dão preferência a conteúdos rápidos, descontraídos e de produção simples. Os vídeos devem ser produzidos na vertical e ter, idealmente, no máximo 1 minuto de duração, sendo os três primeiros segundos fundamentais para captar a atenção do público. O mote é educar enquanto entretém; por isso, o uso de trends é indicado para apresentar experimentos, bastidores de pesquisas ou explicar por que a pesquisa é relevante para a sociedade.

3. DIVULGAÇÃO EFICIENTE E EFICAZ

Com base nas orientações fornecidas, espera-se alcançar maior visibilidade e impacto das pesquisas científicas. Desde o entendimento da prática jornalística até a utilização estratégica das plataformas digitais, o objetivo é tornar a ciência acessível, plural e inclusiva.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM REDES SOCIAIS: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, DISPOSITIVOS DIGITAIS E DESAFIOS PARA UNIVERSIDADES E PESQUISADORES

Rômulo Fernando Lemos Gomes¹¹

Pablo Ricardo Monteiro Dias¹²

RESUMO: Este artigo analisa características da divulgação científica no contexto das redes sociais digitais, discutindo como o uso dessas plataformas tem reconfigurado práticas comunicacionais, discursivas e institucionais de universidades e pesquisadores. O estudo caracteriza-se como um ensaio fundamentado em revisão crítica da literatura, articulando três eixos principais: comunicação pública da ciência; estudos sobre mídias sociais e plataformas digitais; e aproximações entre jornalismo, marketing de conteúdo e estratégias narrativas. Argumenta-se que a divulgação científica em redes sociais não consiste apenas na transposição de conteúdos acadêmicos para novos suportes, mas constitui uma prática sociotécnica situada, condicionada por algoritmos, métricas de visibilidade, linguagens e dinâmicas de engajamento. O texto evidencia que essas plataformas ampliam o alcance e a interação entre ciência e sociedade, ao mesmo tempo em que impõem desafios relacionados à superficialização do conteúdo, à pressão por desempenho, à precarização do trabalho de divulgação e à circulação de desinformação. Discute-se, ainda, a incorporação de estratégias narrativas oriundas do jornalismo digital e do marketing de conteúdo como formas de disputar atenção na economia informacional contemporânea, ressaltando tensões éticas entre visibilidade, rigor científico e interesse público. Evidencia-se que a atuação estratégica de universidades e pesquisadores nas redes sociais é fundamental para fortalecer a cultura científica, ampliar a participação cidadã e enfrentar narrativas negacionistas, reafirmando a divulgação científica como dimensão constitutiva da função social da universidade.

Keywords: Science Communication; Public Communication of Science; Digital Social Media; Universities.

ABSTRACT: This article analyzes key characteristics of science communication in the context of digital social networks, discussing how the use of these platforms has reconfigured communicational, discursive, and institutional practices of universities and researchers. The study is characterized as an essay grounded in a

¹¹Docente da Universidade Ceuma. Jornalista do IFMA - Campus São Luís Maracanã. Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). E-mail: romulogomes@ifma.edu.br.

¹²Docente do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas e dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOMPro) e Administração Pública (PROFIAP) da Universidade Federal do Maranhão. Doutor em Mídia e Tecnologia (UNESP). Superintendente de Comunicação da UFMA. E-mail: pablo.monteiro@ufma.br

critical literature review, articulated around three main axes: public communication of science; studies on social media and digital platforms; and the intersections between journalism, content marketing, and narrative strategies. It is argued that science communication on social networks does not merely involve the transposition of academic content to new media, but rather constitutes a situated sociotechnical practice shaped by algorithms, visibility metrics, languages, and engagement dynamics. The article highlights that these platforms expand the reach and interaction between science and society, while simultaneously imposing challenges related to content superficiality, performance pressure, the precarization of science communication labor, and the circulation of misinformation. Furthermore, the incorporation of narrative strategies derived from digital journalism and content marketing is discussed as a means of competing for attention in the contemporary informational economy, emphasizing ethical tensions between visibility, scientific rigor, and public interest. Finally, the study underscores that the strategic engagement of universities and researchers on social networks is fundamental to strengthening scientific culture, expanding civic participation, and confronting denialist narratives, reaffirming science communication as a constitutive dimension of the university's social role.

Keywords: Science Communication; Public Communication of Science; Digital Social Media; Universities.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a divulgação científica passou por transformações estruturais diretamente associadas às mudanças nos ecossistemas midiáticos e às atuais formas de produção, circulação e consumo da informação. Se, historicamente, a mediação jornalística ocupava posição central na comunicação pública da ciência, atuando como instância de seleção, reconstrução discursiva e legitimação do conhecimento científico, observa-se um deslocamento significativo desse papel para as próprias instituições científicas e para os pesquisadores, que passam a operar como produtores diretos de conteúdo em plataformas digitais.

As redes sociais digitais, nesse cenário, deixaram de funcionar como espaços periféricos ou complementares à divulgação científica, assumindo o estatuto de dispositivos centrais da circulação do conhecimento. Plataformas como Instagram, *Twitter/X*, *TikTok* e *YouTube* configuram, hoje, ambientes privilegiados para a visibilidade pública da ciência, ao mesmo tempo em que impõem condicionantes específicos relacionados à linguagem, à temporalidade, às métricas de engajamento e às lógicas algorítmicas.

Esse processo reconfigura os formatos da divulgação científica e

condiciona, igualmente, a abertura de debates acerca do próprio papel social da universidade e do pesquisador. A produção de conteúdo científico em redes sociais passa a demandar competências comunicacionais, discursivas e estratégicas que extrapolam a formação científica tradicional, tensionando valores como rigor epistemológico, simplificação, visibilidade e engajamento. Ao mesmo tempo, essas plataformas configuram-se como espaços marcados pela circulação intensiva de desinformação, o que atribui à divulgação científica um posicionamento educativo e social ainda mais relevante.

Nessa perspectiva, questiona-se: de que maneira as redes sociais reconfiguram a divulgação científica e quais desafios comunicacionais, éticos e institucionais emergem para universidades e pesquisadores nesse processo? Assim, este artigo tem como objetivo geral analisar, em perspectiva teórico-conceitual, as características da divulgação científica no ambiente das redes sociais digitais, com ênfase na reconfiguração das práticas institucionais e discursivas de universidades e pesquisadores, bem como nos desafios impostos pelas dinâmicas das plataformas, pelas linguagens digitais e pela circulação de informações não verificadas.

Do ponto de vista metodológico, o artigo caracteriza-se como um ensaio teórico, fundamentado em revisão crítica da literatura. O percurso adotado baseia-se na articulação entre três conjuntos de produção acadêmica: (1) estudos sobre comunicação pública da ciência e divulgação científica; (2) pesquisas sobre mídias sociais, plataformas digitais e circulação discursiva; e (3) investigações que discutem a aproximação entre jornalismo, marketing de conteúdo e estratégias narrativas em ambientes digitais.

1. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA: FUNDAMENTOS CONCEITUAIS

A divulgação científica pode ser entendida como um conjunto de práticas comunicacionais destinadas a inserir o conhecimento produzido no âmbito acadêmico e tecnológico no horizonte de compreensão do público não especializado. Longe de se restringir à simplificação de conteúdos técnicos, essa atividade cumpre funções sociais amplas, pois contribui para a formação de uma cultura científica, para a ampliação da participação cidadã em decisões públicas e para a transparência quanto ao uso de recursos, em grande parte públicos, aplicados à pesquisa. Assim, comunicar ciência envolve, simultaneamente, dimensões educativas, políticas e institucionais, configurando-se como mediação estratégica entre produção científica e sociedade (Oliveira, 2002).

Sob essa ótica, a circulação social do conhecimento não pode ser vista como etapa acessória ou posterior ao fazer científico. Ao contrário, integra o próprio ciclo de legitimação da ciência, uma vez que resultados de pesquisa somente adquirem relevância pública quando são compreendidos, debatidos e apropriados socialmente. Escolas, museus, feiras, ações extensionistas, livros didáticos, assessorias de comunicação e meios jornalísticos participam dessa tarefa, atuando como instâncias de reconstrução discursiva da ciência para diferentes audiências. Cada um desses dispositivos, entretanto, opera sob condicionantes próprios de linguagem, institucionalidade e interesses, o que evidencia que a divulgação científica está imersa em disputas simbólicas e políticas que afetam seus processos de produção e recepção (Oliveira, 2002; Carneiro, 2010).

Do ponto de vista conceitual, a literatura brasileira sistematizou distinções importantes entre as formas de circulação do conhecimento científico. Conforme propõe Wilson da Costa Bueno (1984; 2010), o termo *difusão científica* designa o campo mais abrangente, que engloba todos os mecanismos de veiculação de informações em ciência e tecnologia. Dentro desse conjunto, distinguem-se duas modalidades: a disseminação científica, direcionada a públicos especializados e realizada em ambientes próprios da comunidade acadêmica, como congressos, relatórios técnicos e periódicos; e a divulgação científica, orientada ao público não especializado, que exige adaptações discursivas capazes de tornar inteligíveis conceitos complexos. Essa diferenciação evidencia que a comunicação entre pares e a comunicação com a sociedade obedecem a lógicas distintas, tanto em termos de linguagem quanto de finalidades sociais.

Essa formulação foi inspirada nos estudos de Manuel Calvo Hernando (1997; 2006), que associa a divulgação científica ao direito cultural de acesso ao conhecimento. Para o autor, a popularização da ciência não se limita à transmissão de informações, mas deve possibilitar que os cidadãos compreendam as implicações práticas, éticas e políticas das descobertas científicas. Nesse sentido, a comunicação pública da ciência assume papel decisivo na consolidação de sociedades democráticas, uma vez que decisões relativas à saúde, ao meio ambiente ou à inovação tecnológica, por exemplo, exigem algum grau de letramento científico por parte da população.

Inserido nesse campo mais amplo, o jornalismo científico aparece como uma modalidade particular de divulgação. De acordo com Bueno (2010), trata-se de uma prática direcionada ao público “leigo”, mas estruturada pelas rotinas produtivas e pelos critérios de noticiabilidade do jornalismo. O trabalho do jornalista envolve selecionar pautas, contextualizar resultados, ouvir especialistas e transformar informações técnicas em narrativas socialmente relevantes. Essa mediação, contudo, não é neutra: enquadramentos editoriais, escolhas de fontes

e pressões mercadológicas podem favorecer espetacularizações ou simplificações excessivas. A preocupação com esse equilíbrio entre precisão e acessibilidade também aparece nas reflexões de Warren Burkett (1990), que destaca o uso de analogias e comparações como recursos necessários, embora potencialmente imprecisos, no processo de explicação da ciência para audiências amplas.

Outra discussão central refere-se à natureza discursiva da divulgação científica. Frequentemente, ela é tratada como mera “tradução” do discurso especializado, mas essa definição é considerada insuficiente por estudos da análise do discurso. A partir das contribuições de Jacqueline Authier-Revuz (1982), a divulgação científica pode ser compreendida como prática de reformulação, na qual um discurso-fonte é reconfigurado para outro público, incorporando marcas explícitas de explicação, citação e paráfrase. Entretanto, Lilian Zamboni (2001) propõe avançar nessa concepção, defendendo que o jornalismo científico configura a formulação de um novo discurso, com regras próprias de funcionamento.

Essa perspectiva dialoga com a teoria dos gêneros discursivos de Mikhail Bakhtin (1992), segundo a qual cada esfera da atividade social produz formas relativamente estáveis de enunciação, caracterizadas por conteúdo temático, estilo e composição. No caso da divulgação científica, o conteúdo centra-se em ciência, tecnologia e inovação; o estilo privilegia analogias, comparações, exemplos cotidianos e simplificações responsáveis; e a composição organiza o discurso em função de interlocutores não especializados. A flexibilidade estilística desse gênero, quando comparada à rigidez do discurso científico, possibilita maior aproximação com o público e favorece sua circulação em meios massivos e digitais.

Além de sua configuração conceitual e discursiva, a divulgação científica desempenha funções sociais amplas. Calvo Hernando (1997) identifica funções informativa, interpretativa e de controle social: informar implica tornar conteúdos compreensíveis; interpretar envolve contextualizar descobertas e explicar implicações; e controlar significa subsidiar decisões políticas e éticas com base em evidências. Essas funções reforçam a ideia de que a comunicação científica é parte constitutiva da democracia, uma vez que somente cidadãos informados podem participar criticamente de debates públicos sobre ciência e tecnologia.

Por fim, os modelos de comunicação pública da ciência contribuem para a compreensão de diferentes concepções de relação entre especialistas e sociedade. Abordagens tradicionais, associadas ao chamado modelo de déficit, concebem o público como receptor passivo de informações. Em contraste, perspectivas dialógicas enfatizam participação, escuta e coprodução de sentidos, reconhecendo que o conhecimento também circula a partir de saberes locais e

experiências sociais (Costa et al., 2010). Essa segunda orientação amplia o papel da divulgação científica, que passa a promover processos interativos de aprendizagem e de debate, em consonância com as novas configurações abertas pela incorporação do digital aos processos de comunicação da ciência.

2. REDES SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS SOCIOTÉCNICOS DE CIRCULAÇÃO CIENTÍFICA

As redes sociais digitais configuram-se como dispositivos sociotécnicos complexos, nos quais interagem sujeitos, discursos, tecnologias e algoritmos. Diferentemente dos meios de comunicação de massa, essas plataformas operam segundo lógicas de visibilidade baseadas em conexões, interações e métricas públicas, como curtidas, compartilhamentos, comentários e visualizações (Recuero, 2009).

Lévy (1999) já apontava que o ciberespaço inaugurou novas formas de inteligência coletiva, nas quais o conhecimento é produzido, distribuído e ressignificado de maneira colaborativa. No entanto, esse potencial não se realiza de forma neutra. As plataformas digitais são estruturadas por interesses econômicos, políticas de moderação e sistemas algorítmicos que influenciam diretamente quais conteúdos ganham visibilidade e quais permanecem marginalizados.

No caso da divulgação científica, essas dinâmicas impõem desafios específicos. Mendes e Maricato (2020) alertam para o risco de se confundir engajamento com impacto social, uma vez que conteúdos mais simplificados ou espetacularizados tendem a performar melhor nas métricas das plataformas, sem que isso corresponda, necessariamente, a maior compreensão científica por parte do público.

Ao mesmo tempo, as redes sociais introduzem possibilidades inéditas de interação direta entre cientistas e sociedade, reduzindo a distância simbólica entre produtores e públicos da ciência. Observa-se, assim, uma ambivalência entre o potencial democratizante dessas plataformas e os riscos de superficialização, eixos centrais do debate contemporâneo sobre divulgação científica em ambientes digitais.

O levantamento das produções acadêmicas evidencia que o campo é marcado por pluralidade teórica, metodológica e empírica. Em comum, os estudos analisados rejeitam a ideia de que a divulgação científica em redes sociais consista apenas na transposição de conteúdos científicos para novos suportes, compreendendo-a como prática comunicacional situada, condicionada por linguagens, atores e tecnologias específicas.

Um primeiro conjunto de estudos enfatiza o caráter institucional e educativo da divulgação científica em redes sociais. Romão e Silva Júnior (2022) demonstram como o Instagram pode funcionar como infraestrutura central de ações extensionistas ao analisarem a divulgação da Semana Quitassato. Os autores evidenciam que a plataforma atua tanto como canal de divulgação quanto como espaço de articulação entre universidade e sociedade. Resultados semelhantes são apresentados por Reche et al. (2022), ao analisarem a atuação de uma liga acadêmica na área de hematologia e hemoterapia. O estudo mostra que a presença sistemática nas redes sociais permite integrar ensino, pesquisa e extensão, ao mesmo tempo em que amplia o alcance social do conhecimento científico produzido no âmbito universitário.

No campo educacional, Silva Filho e Galluzzi (2021) investigam o uso das redes sociais na divulgação científica e no ensino de Astronomia, destacando seu papel como ambientes de aprendizagem informal. Já Maria e Porto (2024), ao analisarem a percepção de estudantes de graduação em Direito, reforçam que as redes sociais são reconhecidas pelos discentes como espaços legítimos de acesso ao conhecimento científico. Esses estudos convergem ao afirmar que a divulgação científica em redes sociais deve ser compreendida como prática pedagógica, institucional e cidadã, e não apenas como estratégia de visibilidade.

Outro eixo recorrente no estado da arte refere-se à materialidade discursiva da divulgação científica em ambientes digitais, com especial atenção às linguagens visuais, audiovisuais e às narrativas multimodais. Diferentemente dos formatos tradicionais da divulgação científica, como artigos de divulgação, reportagens impressas ou programas televisivos, as redes sociais demandam reconfigurações expressivas do discurso científico, tanto em termos de forma quanto de enunciação.

Ferro e Ribeiro (2022), ao analisarem o uso de histórias em quadrinhos para a divulgação científica durante a pandemia de Covid-19, demonstram que linguagens lúdicas e narrativas seriadas favorecem processos de engajamento e compreensão, especialmente em contextos de crise sanitária. As autoras evidenciam que o recurso às HQs não implica banalização da ciência, mas constitui uma estratégia de recontextualização discursiva, capaz de tornar conteúdos complexos mais acessíveis a públicos não especializados.

Essa perspectiva dialoga com a abordagem de Lourenço e Glück (2021), que discutem o fenômeno da iconização do discurso científico nas redes sociais. Ao analisarem imagens digitais associadas ao coronavírus, os autores demonstram como representações visuais estilizadas passam a funcionar como signos condensadores da ciência, circulando de forma relativamente autônoma em diferentes contextos comunicacionais. Nesse processo, as imagens deixam de ser

meros suportes ilustrativos e passam a operar como dispositivos centrais de construção de sentido.

A centralidade das imagens e das narrativas visuais reforça a compreensão da divulgação científica em redes sociais como prática discursiva situada, fortemente condicionada pelas *affordances* das plataformas digitais. Como destacam Recuero, Zago e Bastos (2015), a circulação de conteúdos em redes é marcada por dinâmicas de replicação, remixagem e apropriação, o que amplia o alcance potencial da ciência, ao mesmo tempo em que abre margem para ressignificações não previstas pelos produtores originais.

Esses estudos convergem ao indicar que a divulgação científica em redes sociais exige atenção às formas narrativas, aos regimes de visibilidade e aos dispositivos técnicos que moldam a experiência comunicacional.

Um terceiro conjunto de estudos concentra-se na análise crítica das plataformas digitais enquanto infraestruturas comunicacionais que condicionam a divulgação científica. Mendes e Maricato (2020) propõem uma leitura que desloca o foco das mensagens para os ambientes de circulação, enfatizando que as redes sociais configuram ecossistemas não lineares, orientados por métricas visíveis e lógicas algorítmicas.

Segundo os autores, a adoção acrítica de indicadores de engajamento, como curtidas, comentários e compartilhamentos, pode conduzir a interpretações equivocadas sobre o impacto social da divulgação científica. Conteúdos altamente engajadores nem sempre correspondem a processos efetivos de compreensão científica, podendo privilegiar superficialidade, espetacularização ou polarização discursiva.

Bezerra e Watanabe (2025) aprofundam essa discussão ao analisarem as tensões entre autoridade científica e lógicas de visibilidade nas plataformas digitais. Os autores destacam a ausência de reconhecimento institucional do divulgador científico no interior das universidades, o que contribui para a precarização dessa atividade e para a dependência de métricas de plataforma como forma de legitimação simbólica.

Lourenço e Glück (2021), por sua vez, evidenciam como as *affordances* tecnológicas das plataformas, como formatos predefinidos, temporalidade acelerada e estímulo à interação, favorecem a circulação ampliada e a ressignificação dos discursos científicos pelos próprios usuários. Nesse sentido, a divulgação científica deixa de ser um processo controlado exclusivamente por instituições ou pesquisadores, passando a integrar dinâmicas mais amplas de produção social de sentidos.

Esse conjunto de estudos reforça a necessidade de analisar a divulgação científica em redes sociais a partir de uma perspectiva integrada, que considere, simultaneamente, discurso, tecnologia e práticas sociais.

A emergência de novos atores da divulgação científica, especialmente influenciadores digitais, constitui outro eixo relevante do estado da arte. Agnez (2025), ao investigar a divulgação científica no TikTok, demonstra que a credibilidade científica, em plataformas de vídeo curto, é construída por meio de performances discursivas específicas, que articulam linguagem audiovisual, ritmo acelerado e adaptação às lógicas algorítmicas.

A autora evidencia diferenças significativas entre estratégias adotadas por instituições científicas e por influenciadores individuais. Enquanto instituições tendem a preservar formatos mais próximos da comunicação institucional tradicional, influenciadores exploram recursos narrativos mais personalizados, performáticos e emocionalmente engajadores. Essa distinção revela disputas simbólicas em torno da autoridade científica, que passa a ser negociada em ambientes marcados por entretenimento, viralização e cultura participativa.

Esse fenômeno desloca o foco exclusivo da ciência institucionalizada e amplia o debate sobre quem pode falar em nome da ciência nas redes sociais. Ao mesmo tempo, tensiona fronteiras entre rigor científico, simplificação e espetacularização, colocando em evidência desafios éticos e epistemológicos da divulgação científica contemporânea.

A dimensão avaliativa da divulgação científica em redes sociais é abordada por Moura et al. (2022), que utilizam indicadores altmétricos para analisar a disseminação do ensino de Física no Twitter. O estudo demonstra que artigos de Física Teórica e Aplicada recebem maior número de menções do que pesquisas voltadas ao Ensino de Física, revelando assimetrias na visibilidade de diferentes áreas do conhecimento.

A principal contribuição desse trabalho reside em evidenciar que métricas alternativas permitem captar dimensões do impacto social da ciência que não são contempladas pelas métricas bibliométricas tradicionais. Ao mesmo tempo, os autores alertam para os limites dessas métricas, que refletem desigualdades estruturais de interesse, visibilidade e circulação no ambiente digital. Esse debate dialoga diretamente com os desafios enfrentados por universidades e pesquisadores, que se veem pressionados a demonstrar impacto social sem dispor, muitas vezes, de critérios institucionais claros para a avaliação da divulgação científica em redes sociais.

3. UNIVERSIDADES, PESQUISADORES E A RECONFIGURAÇÃO DO PAPEL COMUNICACIONAL

A incorporação das redes sociais como espaços centrais de divulgação científica implica uma reconfiguração profunda do papel comunicacional das universidades e dos pesquisadores. Monteiro e Gomes (2020; 2021) demonstram que universidades públicas brasileiras têm assumido progressivamente a responsabilidade pela comunicação pública da ciência, operando seus próprios canais digitais e experimentando formatos narrativos adaptados às plataformas. Esse movimento amplia a autonomia institucional, ao mesmo tempo em que impõe desafios relacionados à formação comunicacional, à gestão da visibilidade e à sustentabilidade das práticas de divulgação científica.

Nesse cenário, o pesquisador deixa de ser apenas fonte de informação e passa a atuar como enunciador direto, o que demanda habilidades comunicacionais, domínio de linguagens digitais e compreensão crítica das dinâmicas das plataformas. Esse deslocamento tensiona modelos tradicionais de formação científica e evidencia a necessidade de políticas institucionais que reconheçam a divulgação científica como dimensão constitutiva da atividade acadêmica.

A reconfiguração da divulgação científica em redes sociais não pode ser analisada de forma isolada das transformações mais amplas do ecossistema informacional contemporâneo. Nesse contexto, torna-se fundamental considerar as aproximações entre divulgação científica, jornalismo e marketing de conteúdo, especialmente no que se refere às estratégias narrativas, às lógicas de engajamento e à construção de autoridade discursiva.

Estudos recentes indicam que o jornalismo digital tem incorporado progressivamente técnicas e formatos oriundos do marketing de conteúdo, em resposta às dinâmicas de consumo informacional em plataformas digitais (Poncio; Basso, 2019; Costa, 2022). Essa aproximação manifesta-se, por exemplo, na adoção do *storytelling*, no uso de chamadas à ação (*call to action* – CTA), na personalização da linguagem e na valorização da experiência do usuário.

A análise desenvolvida por Gomes (2025), ao investigar o perfil de uma empresa jornalística no *Instagram*, evidencia empiricamente esse processo de hibridização. Os resultados demonstram que, embora o formato jornalístico tradicional ainda seja predominante em termos quantitativos, as postagens que incorporam estruturas típicas do marketing de conteúdo apresentam maior média de engajamento. Essa constatação reforça a ideia de que narrativas adaptadas às lógicas das plataformas digitais tendem a obter maior visibilidade e interação.

Do ponto de vista da divulgação científica, essas evidências são particularmente relevantes. A ciência, ao disputar atenção em ambientes marcados pelo excesso informacional, passa a recorrer a estratégias narrativas semelhantes às utilizadas por marcas e veículos jornalísticos, sem que isso implique, necessariamente, a perda de seu compromisso com a verdade científica. Como argumenta Kotler (2017), o marketing de conteúdo baseia-se na entrega de informações relevantes e úteis, o que aproxima essa lógica das finalidades tradicionais da divulgação científica.

Entretanto, essa aproximação está impregnada de tensões éticas e epistemológicas. Costa (2022) ressalta que, embora jornalismo e marketing de conteúdo compartilhem formatos e técnicas, distinguem-se fundamentalmente quanto à intencionalidade. Enquanto o jornalismo se orienta pelo interesse público, o marketing de conteúdo visa à construção de relações entre marcas e consumidores. No caso da divulgação científica, o desafio consiste em apropriar-se de estratégias narrativas eficazes sem submeter a ciência às lógicas mercadológicas.

A construção de autoridade científica em redes sociais assume contornos específicos, distintos daqueles observados nos meios tradicionais. Historicamente, a autoridade da ciência estava ancorada em títulos acadêmicos, instituições e processos de validação por pares. Nas plataformas digitais, entretanto, ela passa a ser construída também por meio da performance discursiva, da recorrência de publicações e da interação com os públicos.

Gabriel e Kiso (2025) argumentam que a construção de autoridade no ambiente digital depende da capacidade de demonstrar *expertise* de forma acessível e consistente. No caso da divulgação científica, isso implica traduzir conhecimentos complexos sem abrir mão da precisão, ao mesmo tempo em que se estabelece uma relação de proximidade com o público.

A análise de conteúdos jornalísticos com características de marketing de conteúdo, como os estudados por Gomes (2025), evidencia que jornalistas e divulgadores científicos frequentemente se posicionam como sujeitos que “detêm” o conhecimento, apropriando-se do discurso científico e apresentando-o de forma personalizada. Essa estratégia reforça contratos de confiança com o público, ao mesmo tempo em que tensiona a referencialidade, elemento central do jornalismo tradicional (Pena, 2018).

No campo da divulgação científica, essa personalização pode ser compreendida como estratégia de humanização da ciência, aproximando pesquisadores e instituições dos cidadãos. No entanto, como alertam Bezerra e

Watanabe (2025), a centralidade da performance e da visibilidade pode favorecer assimetrias na circulação do conhecimento, privilegiando temas mais “atrativos” em detrimento de pesquisas menos espetaculares, mas socialmente relevantes.

Além disso, a lógica da economia da atenção constitui um dos principais desafios para a divulgação científica em redes sociais. As plataformas digitais operam segundo modelos econômicos que privilegiam a retenção do usuário, incentivando formatos curtos, narrativas rápidas e estímulos constantes à interação (Recuero, 2009).

Nesse cenário, a ciência passa a disputar espaço com conteúdos de entretenimento, opiniões pessoais e desinformação, o que exige estratégias comunicacionais capazes de captar a atenção sem recorrer à simplificação excessiva ou à espetacularização. Mendes (2022) observa que técnicas de *inbound marketing* têm sido incorporadas por veículos jornalísticos justamente para fidelizar audiências em ambientes altamente competitivos, lógica que também atravessa a divulgação científica.

utilização de métricas de visibilidade reforça essa dinâmica, produzindo uma pressão simbólica por desempenho que pode influenciar escolhas editoriais e temáticas. Como apontam Santos e Lima (2020), os algoritmos atuam como agentes de curadoria invisíveis, moldando a circulação da informação e impactando diretamente a visibilidade do conhecimento científico.

Há, ainda, outro aspecto importante a destacar: a discussão sobre divulgação científica em redes sociais não pode prescindir do debate sobre desinformação. As plataformas digitais configuram-se como ambientes férteis para a circulação de informações sem critérios de apuração, frequentemente baseadas em crenças, opiniões ou interesses políticos e econômicos. Nesse contexto, a ciência passa a disputar narrativas com discursos negacionistas e pseudocientíficos.

Oliveira (2011) destaca que a comunicação pública da ciência possui uma dimensão ética e cidadã, ao contribuir para a formação de uma cultura científica crítica. Divulgar ciência, nesse sentido, envolve educar para o pensamento científico, para a compreensão de métodos, incertezas e processos de validação do conhecimento.

A atuação de universidades e pesquisadores em redes sociais adquire, assim, um papel estratégico no enfrentamento à desinformação. Ao tornar visíveis os processos de produção do conhecimento, a divulgação científica pode funcionar como contraponto às narrativas simplificadoras e falsas que circulam nas plataformas digitais. Contudo, para que esse potencial se concretize, são necessários investimento institucional, planejamento estratégico e formação

comunicacional adequada.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou analisar, em perspectiva teórico-conceitual, as transformações da divulgação científica no contexto das redes sociais digitais, articulando fundamentos da comunicação pública da ciência, estudos sobre plataformas digitais e o estado da arte da pesquisa brasileira recente sobre o tema. A partir dessa articulação, evidenciou-se que a divulgação científica em redes sociais deve ser compreendida como uma prática social situada, atravessada por disputas discursivas, lógicas algorítmicas e tensões entre visibilidade, rigor e engajamento.

O levantamento do estado da arte demonstrou que universidades públicas, ligas acadêmicas e pesquisadores têm explorado as redes sociais como extensões do espaço educativo e científico, adotando linguagens e formatos adaptados às especificidades das plataformas. Ao mesmo tempo, emergem desafios relacionados à avaliação do impacto social, à precarização do trabalho do divulgador científico e à centralidade das métricas de engajamento.

A articulação com estudos sobre jornalismo e marketing de conteúdo permitiu compreender que a adoção de estratégias narrativas oriundas do marketing não implica, necessariamente, a mercantilização da ciência, mas revela processos de hibridização comunicacional característicos do ambiente digital contemporâneo. O desafio central reside em apropriar-se dessas estratégias de forma crítica, preservando o compromisso ético e epistemológico da ciência.

A divulgação científica em redes sociais desempenha papel fundamental no enfrentamento da desinformação e no fortalecimento da democracia. Ao investir em práticas comunicacionais qualificadas, universidades e pesquisadores reafirmam sua função pública, contribuindo para a construção de uma sociedade mais informada, crítica e capaz de participar dos debates científicos que impactam a vida coletiva.

UMA CIÊNCIA PARA TODOS: A CONTRIBUIÇÃO DAS EMISSORAS UNIVERSITÁRIAS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA PARA O GRANDE PÚBLICO

Cecilia Maria da Costa Leite¹³

Luciana Rodrigues Rocha¹⁴

John Haién Ribeiro Costa¹⁵

RESUMO: A ciência é a base para o desenvolvimento de uma sociedade moderna. Por sua importância, é fundamental que seu conhecimento alcance um número maior de pessoas. Embora existam formas de compartilhamento de saberes entre pesquisadores, é necessária uma aproximação mais efetiva entre o que é produzido na academia e o público em geral. Nesse contexto, as emissoras de televisão podem contribuir por meio da criação de programas com temática científica, em linguagem simplificada, compreensível por pessoas que não são pesquisadoras, mas que, enquanto cidadãos e financiadoras de pesquisas públicas por meio do pagamento de impostos, têm interesse em compreender os resultados desses investimentos. Este artigo discute a contribuição de emissoras universitárias na criação de programas destinados à divulgação científica, com destaque para a TV UFMA, que atualmente conta em sua grade com quatro programas voltados à difusão do conhecimento científico à sociedade.

Palavras-chave: Divulgação científica. Televisão universitária. Comunicação pública da ciência. TV UFMA. Jornalismo científico.

ABSTRACT: Science is the foundation for the development of a modern society. Due to its importance, it is essential that scientific knowledge reaches a larger number of people. Although there are ways for researchers to share knowledge among themselves, a more effective connection between academic production and the general public is necessary. In this context, television broadcasters can contribute by creating programs with scientific themes, using simplified language that can be understood by people who are not researchers but who, as citizens and funders of public research through tax payments, are interested in understanding the outcomes of these investments. This article discusses the contribution of university television stations in creating programs aimed at scientific dissemination, highlighting TV UFMA, which currently offers four

¹³Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ e professora do Curso de Comunicação Social da UFMA, e-mail: cecilia.leite@ufma.br

¹⁴Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação - Mestrado Profissional (PPGCOMPro) da UFMA, e-mail: luciana.rr@ufma.br

¹⁵Bolsista-técnico da FAPEMA e Graduado em Comunicação Social - Rádio e TV pela UFMA, e-mail: john.haien@outlook.com

programs focused on spreading scientific knowledge to society.

Keywords: Scientific dissemination; university television; public communication of science; TV UFMA; science journalism.

INTRODUÇÃO

A ciência é produzida em espaços acadêmicos, seguindo normas, etapas e o rigor analítico que validam e fundamentam os estudos realizados pelos pesquisadores. Dessa forma, o que é produzido pelos cientistas chega a outros cientistas por meio da divulgação de trabalhos acadêmicos ou de publicações reconhecidas por sua relevância. Nesse circuito, o saber circula entre pares.

O conhecimento produzido pelos pesquisadores, resultado de estudos realizados em universidades, sobretudo as públicas, muitas vezes não encontra canais de acesso ao cidadão, que financia essas pesquisas por meio de recursos públicos. Nos espaços não acadêmicos, os trabalhos científicos enfrentam limitações e até mesmo barreiras.

O presente artigo objetiva analisar a contribuição das emissoras de televisão universitárias na efetivação da comunicação e da divulgação científica em sua programação regular, demonstrando o papel estratégico dessas mídias na aproximação entre academia e sociedade.

Metodologicamente, o estudo configura-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória, pautada na revisão bibliográfica sobre o conceito e a função social da divulgação científica (DC) e na análise documental dos canais do YouTube de onze emissoras universitárias federais listadas pela Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU, 2022), que mantêm transmissão em rede aberta. O foco da análise documental reside na identificação, caracterização e avaliação da continuidade de programas e conteúdos dedicados à temática científica.

Este artigo justifica-se pela necessidade de valorização das TVs universitárias no processo de difusão da ciência, visto que, nos veículos de radiodifusão de natureza comercial, o espaço destinado a essa temática é, geralmente, restrito, limitado a horários de baixa audiência ou tratado de forma simplificada, em contraste com o potencial educativo e social inerente às emissoras públicas.

Para atingir o objetivo proposto, o artigo contextualiza a seção “Ciência e a TV Universitária” em um arcabouço legal sobre a radiodifusão no Brasil e a função social das emissoras públicas, em especial as universitárias, na comunicação de temáticas científicas. A seção “Em Dia com a Ciência e a TV

UFMA” detalha a experiência da TV UFMA na criação de um espaço dedicado à divulgação científica em seu telejornal. Em seguida, “O Alcance da Divulgação Científica da TV UFMA: Compartilhamento em Rede Nacional” resume a repercussão da produção local no contexto nacional. Por fim, “Análise da Oferta Programática de Divulgação Científica nas TVs Universitárias Federais” relata e discute os achados sobre a presença e a periodicidade de programas científicos nas onze emissoras analisadas.

As TVs universitárias, por estarem intrinsecamente vinculadas às instituições de ensino superior, constituem-se como centros de produção e difusão de conhecimento. Seu compromisso institucional não é primariamente com o lucro, mas com a extensão e a ampliação do alcance de temáticas socialmente relevantes, tornando a divulgação dos resultados de pesquisa um interesse primordial dessas instituições na busca pela aproximação entre academia e sociedade.

1. CIÊNCIA E A TV UNIVERSITÁRIA

A mais antiga lei da radiodifusão brasileira (Lei nº 4.117/1962) define, em seus artigos 32 e 33, que os serviços prestados, inclusive os de televisão, podem ser executados diretamente pela União ou por meio de concessões, autorizações e permissões. Em 1963, o Decreto nº 52.795/63 trouxe mais detalhes sobre o direito de exploração desses serviços, destacando, em seu artigo terceiro, as finalidades educativas e culturais dos programas a serem exibidos ao público, assim como o caráter informativo e recreativo das produções. A Constituição Federal de 1988, em seus artigos 220 a 224, mais especificamente no artigo 221, também reafirma as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas dos programas de rádio e televisão brasileiros. Portanto, desde o seu início, a radiodifusão é forjada em um compromisso educativo, ético e social com o público.

De acordo com documentos legais, a história das TVs e das rádios, públicas e privadas, deveria estar associada ao respeito ao telespectador e à oferta de conteúdos condizentes com as legislações que regem o setor. Nesse sentido, ao se planejar o estabelecimento de uma programação, torna-se imperativa a análise criteriosa da qualidade do que será ofertado ao público.

A necessidade de comunicação da ciência evoluiu do tradicional modelo de déficit — que pressupunha a mera transferência de informação do especialista para o leigo (BUENO, 2010) — para a abordagem contemporânea da Comunicação Pública da Ciência (CPC). Esta última perspectiva, mais alinhada ao mandato constitucional de educação e cultura, exige uma prática dialógica, que reconhece o público como ator social. O papel da CPC não é apenas informar, mas fomentar

a alfabetização científica e o debate democrático sobre os impactos da ciência na sociedade (MASSARANI, 2002).

Nesse contexto, as emissoras de natureza pública, especialmente as universitárias, assumem um papel estratégico. Enquanto a mídia comercial, regida pela lógica do lucro e da audiência, frequentemente restringe a pauta científica por considerá-la complexa ou menos atrativa, a TV pública deve atuar como guardião do mandato legal. Essa missão institucional, aliada à sua localização no epicentro da produção de conhecimento — as universidades —, permite-lhes oferecer à sociedade uma programação alternativa de qualidade, que cumpre o compromisso de prestação de contas sobre o uso dos recursos públicos e a promoção da extensão universitária (MARQUES DE MELO, 2009).

Dentro do contexto de uma TV pública, universitária e educativa, o estabelecimento de uma grade televisiva deve estar condizente com o que preconizam as legislações, mas também alinhado às expectativas de um público que busca uma emissora com oferta de conteúdo distinta das emissoras comerciais. A partir dessa autodefinição, o consumidor desses programas deve ser capaz de identificar conteúdos que não são encontrados com facilidade nas ofertas mercadológicas. Além disso, em muitas emissoras comerciais, observa-se o descumprimento cotidiano do que está previsto nos textos legais, com a exibição de programas violentos, apelativos e sensacionalistas, o que resulta em pouco espaço destinado à cultura e à divulgação científica.

Consequentemente, os telespectadores e ouvintes associam à radiodifusão pública uma imagem alternativa e de qualidade, que contrasta, muitas vezes, com a urgência apelativa de uma programação comercial voltada ao aumento da audiência a qualquer custo.

No contexto das redações jornalísticas, algumas editorias acabam ganhando mais destaque (esporte, comunidade, cultura etc.). No entanto, as temáticas científicas encontram diversas barreiras dentro do processo produtivo diário, pois são consideradas complexas e demandam mais tempo de produção e edição. Por esse motivo, as TVs públicas, sobretudo as universitárias, configuram-se como uma alternativa à urgência comercial e oferecem espaço para a divulgação das descobertas realizadas por professores e alunos pesquisadores.

Além disso, a televisão pode auxiliar no processo educativo ao destinar seus recursos a um compromisso com a transmissão de saberes. Na visão de Schmiedeke e Porto (2015, p. 627):

“Programas de televisão podem ser recursos didáticos úteis para os professores de ciências, considerando-se a grande influência desse meio de comunicação na sociedade e sua facilidade de acesso pelos

estudantes.” (SCHMIEDECKE; PORTO, 2015, p. 627)

Além disso, mesmo que não seja um recurso didático passível de exploração no ambiente escolar, os conteúdos científicos educam diversos públicos ao informarem as descobertas realizadas pelos pesquisadores e seus impactos na sociedade.

Na TV UFMA, primeira TV universitária do Maranhão, as temáticas científicas integram espaços regulares dentro do jornal da emissora (JTV UFMA), no quadro *Em Dia com a Ciência*. A programação também conta com o programa *Em Dia com a Ciência - Entrevista*, desdobramento do quadro exibido no jornal, que apresenta uma conversa mais aprofundada com pesquisadores da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) cujos projetos estão vinculados à Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). Somam-se a esses conteúdos os programas *TV Ciência e Repórter Ciência*, além das matérias de cunho científico exibidas no JTV UFMA. A emissora demonstra, assim, um histórico de valorização dos cientistas e pesquisadores ao longo de seus dez anos de existência.

A TV da Universidade Federal do Maranhão mantém, dessa forma, a ciência em destaque em sua grade televisiva. Durante toda a semana, professores e alunos pesquisadores encontram espaço para a divulgação científica, em uma linguagem mais acessível ao público, aproximando a universidade da comunidade em geral. Nos quadros e programas produzidos pela emissora, o telespectador observa de que maneira as pesquisas desenvolvidas no meio acadêmico impactam o cotidiano dos cidadãos, compreendendo como os recursos públicos investidos no desenvolvimento de estudos científicos são essenciais para o desenvolvimento social, para a compreensão das necessidades humanas e até mesmo para a cura de doenças.

A proximidade entre ciência e comunicação reforça o compromisso do pesquisador com o cidadão. Massarani (2002, p. 34) afirma que esse vínculo constitui uma necessidade social: “A necessidade de se divulgar conceitos científicos para um público mais amplo é cada vez mais imperiosa, pois a ciência aparece como um dos mais importantes aspectos da sociedade moderna.”

2. A TV UFMA EM DIA COM A CIÊNCIA

A TV UFMA posiciona-se, atualmente, no cenário nacional, figurando entre as cinco emissoras públicas mais assistidas do país na plataforma federal Eduplay. A programação da TV da Universidade Federal do Maranhão contempla oito horas diárias de conteúdo local, com 24 programas autorais, incluindo um telejornal diário ao vivo, multiplataforma e pioneiro no estado no uso de recursos de acessibilidade.

Inaugurada oficialmente em 7 de outubro de 2015, a TV UFMA foi criada para produzir e exibir conteúdos educativos, culturais e informativos, com ênfase em produções locais e na divulgação das produções científico-acadêmicas da UFMA. Em pouco tempo, avançou do canal aberto 16.1 para as TVs por assinatura e plataformas digitais, consolidando-se como uma das primeiras emissoras universitárias brasileiras a operar em todos os canais de exibição.

O quadro *Em Dia com a Ciência* foi incorporado à grade televisiva da TV UFMA em 2022. O projeto foi concebido pela então diretora-geral da emissora, professora Josie Bastos, docente do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, com a proposta de ampliar a divulgação científica no JTV UFMA, principal programa jornalístico da emissora.

O quadro teve seu lançamento em 21 de outubro de 2022 e, até outubro de 2025, contabilizou a produção de mais de 80 pautas científicas. Com periodicidade quinzenal, o *Em Dia com a Ciência* demanda elevada atenção metodológica, pois exige a adaptação da linguagem científica, traduzindo termos técnicos para um público leigo e desvinculado da academia. Tal necessidade corrobora a relevância do meio televisivo, conforme postulado por Reznik et al. (2014), que reconhecem a televisão como um veículo primário de informação para grandes audiências:

“A televisão é considerada uma das mais importantes fontes de informações sobre ciência e tecnologia (C&T) para os cidadãos não especializados.” (REZNIK et al., 2014, p. 157)

A primeira reportagem exibida no *Em Dia com a Ciência* versou sobre o trabalho de um grupo de Linguagem e Tecnologia do curso de Letras da UFMA, que desenvolveu um projeto acerca do uso das mídias digitais e de seu potencial persuasivo. Na ocasião, após a veiculação da reportagem, a apresentadora do jornal, Ana Thereza Viegas, conduziu uma entrevista com o(a) professor(a) responsável pelo projeto, visando ampliar a abordagem da temática desenvolvida na reportagem. Na estreia, foram alocados 7 minutos e 34 segundos do tempo total do telejornal para a discussão científica. Essa dedicação temporal a pautas de ciência contrasta significativamente com a alocação de tempo observada na grade das emissoras de caráter comercial, nas quais a exibição, quando ocorre, raramente se dá em horário nobre, como o das 12h30 na TV aberta. O padrão, que combinava a exibição da reportagem seguida de entrevista, foi mantido por aproximadamente seis meses, período no qual se consolidou o formato inicial do quadro.

O êxito do quadro *Em Dia com a Ciência* e sua positiva recepção no meio acadêmico resultaram na ampliação de seu conteúdo. Além da continuidade de

sua exibição no JTV UFMA, a iniciativa gerou o interprograma *Em Dia com a Ciência - Entrevista*, veiculado às 13h, quinzenalmente, e apresentado por John Haién, atual produtor do quadro. Esse programa constitui-se como um desdobramento da reportagem apresentada no telejornal e oferece um espaço aprofundado para que o pesquisador discorra sobre a temática do estudo desenvolvido por sua equipe e por seus discentes. No formato inicial, essa conversa ocorria imediatamente após a reportagem no JTV UFMA. A mudança atualiza a prática, destinando um programa exclusivo a esse momento e demonstrando o investimento institucional da TV UFMA na ampliação do espaço dedicado à divulgação científica:

“O *Em Dia com a Ciência* abriu uma porta muito importante, porque conseguiu aproximar a televisão da ciência. A gente quase não vê temas científicos sendo abordados na TV, e esse quadro mostrou que é possível. Foi um caminho novo, que pode inspirar outras emissoras, inclusive as comerciais, a investirem mais nesse tipo de conteúdo. Também ajudou a mostrar o que é feito dentro da universidade — as pesquisas, os professores, o conhecimento que é produzido e muitas vezes ninguém sabe e tem muita coisa boa acontecendo. Então, mesmo que a TV UFMA não tenha uma audiência tão grande, foi pioneira em começar essa jornada.” (João Meireles, discente do curso de Comunicação Social - Rádio e TV e ex-produtor do *Em Dia com a Ciência*)

Ao longo de seus três anos de existência, o *Em Dia com a Ciência* abordou pesquisas como o mapeamento de grupos de Bumba Meu Boi, o uso da juçara no tratamento do câncer, propriedades de óleos essenciais, a iniciação ao atletismo para crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA), livros de matemática inclusiva e cosméticos sustentáveis, cobrindo uma série de temáticas com impactos econômicos, educacionais, ambientais, culturais e sociais.

O quadro *Em Dia com a Ciência* serviu serviu como um laboratório prático de extensão, tendo sido produzido por estudantes do curso de Comunicação Social – Rádio e TV da UFMA, como João Meireles, Sylmara Durans e Vitória Tinoco, à época discentes. Essa prática configura-se como uma escola de aprendizagem para os estudantes, que atuaram na implantação e no amadurecimento do formato, em um trabalho orientado por profissionais da TV universitária. Os discentes egressos também assumiram a função de transferir o conhecimento adquirido aos novos produtores do quadro, garantindo a continuidade e a qualidade da produção.

As reportagens do *Em Dia com a Ciência* caracterizam-se por uma produção mais elaborada, exigindo o uso de gráficos, animações, maior tempo para edição e rigor textual, com o objetivo de simplificar para os telespectadores

os estudos complexos desenvolvidos pelos pesquisadores. Essa complexidade é intrínseca ao formato de divulgação científica da emissora, conforme corroboram Bastos, Diniz e Neto (2023):

“Por se tratar de jornalismo científico, o processo de produção requer maior tempo de pesquisa, as entrevistas costumam ser mais longas, e demanda um trabalho maior de entendimento para informações mais complexas, conforme indicam os próprios repórteres da TV UFMA.” (BASTOS, DINIZ e NETO, 2023, p.10)

Embora sejam produções que demandem mais tempo, elas constituem uma prioridade na TV UFMA, reforçando seu compromisso com a pesquisa, a ciência e a extensão, além de valorizar a importância dos cientistas para a universidade e para a sociedade.

3. ALCANCE DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DA TV UFMA: COMPARTILHAMENTO EM REDE NACIONAL

A TV UFMA, apenas em 2025, teve mais de 45 reportagens divulgadas na TV Brasil, nos programas *Repórter Brasil Tarde* e *Repórter Brasil Noite*, com destaque para as pautas científicas produzidas pelo *Em Dia com a Ciência* e compartilhadas com a Rede Nacional de Comunicação Pública. A produção científica do Maranhão foi, assim, difundida para todo o país em reportagens que versaram sobre o perigo do consumo de amendoins contaminados, aplicativos destinados à preservação de idiomas indígenas, projetos de difusão de conteúdos sobre astronomia no sertão, o desenvolvimento de artefatos para a detecção de substâncias químicas e a concepção de uma São Luís no espaço do metaverso.

A difusão dessas reportagens em escala regional e nacional contribui para a ampliação da visibilidade e do reconhecimento dos pesquisadores, cujos trabalhos alcançam o grande público, como destaca a professora e pesquisadora Rayane Melo, do curso de Licenciatura em Matemática da UFMA:

O uso de uma linguagem mais acessível possibilita essa verdadeira aproximação com a sociedade em geral e dá visibilidade a nossa pesquisa. Eu fiquei muito feliz com a divulgação do meu estudo no âmbito do Maranhão e do Brasil, uma vez que também foi divulgado no programa TV Brasil. É uma importante forma de reconhecer e valorizar as pesquisas que são desenvolvidas dentro da universidade e que, muitas vezes, não chega para a sociedade de forma acessível. (Rayane Melo, pesquisadora e professora do curso de Licenciatura em Matemática da UFMA, 2025)

A pesquisa realizada pela docente, desenvolvida no âmbito de sua tese de doutorado, destaca o uso da matemática na construção naval artesanal,

tipicamente maranhense.

4. ANÁLISE DA OFERTA PROGRAMÁTICA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS TVS UNIVERSITÁRIAS FEDERAIS

O Mapa 4.0: TV Universitária Brasileira (ABTU, 2022) registrou um total de 190 emissoras universitárias no Brasil, das quais 29 mantêm sua programação em canal aberto. Dentre as emissoras abertas, 11 estão vinculadas a universidades federais (TVU Uberlândia, TV UFOP, TV Viçosa, TV UFSC, TV UFMS, TV UFPB, TVU RN, TV UFG, TV UFMT, TV UFRR e TV UFMA), o que as coloca em uma posição privilegiada para a comunicação pública da ciência.

O presente estudo tomou por base essa amostra de onze emissoras federais abertas para a realização de uma análise documental de seus acervos e grades de programação, disponíveis em seus canais oficiais no YouTube.

A análise documental dos canais do YouTube foi realizada em outubro de 2025 e teve como critério de busca a presença de programas com periodicidade definida ou de séries temáticas dedicadas exclusivamente à ciência, à tecnologia e/ou à pesquisa acadêmica. O foco metodológico reside na identificação da continuidade da oferta programática, diferenciando produções isoladas ou diluídas em telejornais daquelas que representam um investimento institucional em formatos voltados à Divulgação Científica.

A partir da análise dos vídeos e das playlists disponíveis no acervo de cada emissora, a ciência foi identificada como uma temática recorrente em todas as televisões universitárias. No entanto, o grau de investimento institucional e a manutenção da periodicidade diferenciam significativamente a oferta, conforme sintetizado na Tabela 1.

Tabela 1 – Programas de Divulgação Científica em 11 TVs Universitárias Federais (Outubro/2025)

Emissora	Programa(s) Científico(s) Identificado(s)	Periodicidade	Formato e Observações
-----------------	--	----------------------	------------------------------

TV UFMA	Em Dia com a Ciência, Em Dia com a Ciência Entrevista, TV Ciência, Repórter Ciência.	Ativa e Contínua (2022-2025)	Quatro programas/quadr os com periodicidade semanal/quinzen l. Foco em pesquisa local da UFMA/FAPEMA.
TVU Uberlândia	Ciência na Sociedade.	Intermitente (Registro em 2019)	Material jornalístico de teor científico. Maior presença de <i>matérias</i> isoladas.
TV UFOP	Sem programa específico.	Conteúdo Isolado	Destaque para entrevistas diretas com pesquisadores, sem formato serializado.
TV Viçosa	Ciência pra Vida.	Intermitente/Variáve l	Entrevistas (online/presencial) sobre pesquisas e seus impactos.
TV UFSC	Estudo Ciência.	Descontinuado	Produção mais antiga. Conteúdo focado na relação ciência/cotidiano.
TV UFMS	Informes, Entrevistas e Lives Científicas.	Conteúdo Isolado	Ausência de programa formal, com conteúdo diluído no jornalismo e lives.
TV UFPB	Cientistas mais Influentes do Mundo (Série).	Descontinuado (Série)	Produção em formato de série biográfica/entrevi

			sta, mas sem continuidade.
TVU RN	Univerciência (Compartilhado).	Intermitente	Exibe conteúdo compartilhado (Rede Nordeste). Conteúdo próprio isolado.
TV UFG	Viver Ciência.	Descontinuado	Exibição de programa com formato serializado, mas sem novas produções recentes.
TV UFMT	UFMT.Ciência.	Descontinuado (Registro em 2012)	Produção muito antiga, indicando descontinuidade no formato.
TV UFRR	Sem programa específico.	Conteúdo Isolado	Conteúdos científicos diluídos em reportagens avulsas no canal.

A partir da análise apresentada, verifica-se que, embora a ciência seja uma temática inerente às TVs universitárias, o nível de formalização e de continuidade programática varia entre as emissoras. Canais como a TVU Uberlândia e a TV UFMT apresentaram programas formais, porém com registros de produções antigas (2019 e 2012, respectivamente), o que indica descontinuidade ou restrição à produção de poucos episódios. Para a maioria das emissoras analisadas, a divulgação científica encontra-se diluída em pautas jornalísticas cotidianas ou em entrevistas avulsas, sem inserção em séries temáticas dedicadas exclusivamente à ciência.

A realidade da TV UFMA, portanto, emerge como um caso empírico de destaque. A emissora não apenas mantém uma grade televisiva com diversos programas de temática científica (*Em Dia com a Ciência*, *Em Dia com a Ciência*

Entrevista, Repórter Ciência e TV Ciência), como também assegura a periodicidade de suas produções ao longo dos anos. Essa abordagem evidencia um compromisso institucional contínuo com a pesquisa, a ciência e a extensão, permitindo que o telespectador se familiarize com o conteúdo e tenha a possibilidade de programar o consumo dessa temática, tanto na televisão aberta quanto na plataforma do YouTube. A experiência bem-sucedida da TV UFMA na produção de jornalismo científico, por meio do quadro *Em Dia com a Ciência*, alcançou impacto significativo na comunidade acadêmica e foi determinante para a consolidação de uma parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), materializada no projeto “*Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica no Estado do Maranhão*”, que ofertou bolsas para estudantes e profissionais da comunicação envolvidos na produção desses conteúdos.

CONCLUSÃO

As onze TVs universitárias analisadas estão vinculadas a universidades federais. Portanto, encontram-se mais próximas dos professores e pesquisadores responsáveis por descobertas científicas de grande impacto para a sociedade. Por estarem integradas às universidades, essas emissoras têm acesso facilitado a esses profissionais. Além disso, possuem um compromisso institucional com a própria universidade no sentido de dar visibilidade à ciência, em razão de sua própria natureza: são TVs universitárias e, portanto, precisam buscar na instituição fontes para suas reportagens, programas e demais produções. Desse modo, conteúdos voltados à promoção de descobertas e estudos científicos integram, de alguma forma, o cotidiano dessas emissoras públicas.

Após a análise das produções disponibilizadas no YouTube dessas emissoras, constata-se que, para algumas delas, a ciência é uma temática cotidiana, com programas estruturados, a exemplo do que é produzido pela TV UFMA. Em outras, entretanto, observa-se a descontinuidade de séries e programas pensados para difundir o trabalho dos cientistas, restando essas produções disponíveis apenas em *playlists* de vídeos postados na plataforma do YouTube há um longo período.

A partir dessa constatação, percebe-se uma marcante assimetria na difusão da ciência entre as emissoras universitárias. Embora a temática esteja sempre presente, ela não é explorada de forma homogênea pelas TVs universitárias no país. A TV UFMA configura-se, assim, como um diferencial, pois mantém quatro programas diretamente ligados ao campo da ciência, com periodicidade na produção e divulgação em rede aberta, canais por assinatura e plataformas digitais.

A CIÊNCIA NO RÁDIO: O PAPEL DA RÁDIO UNIVERSIDADE NO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA”

Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini¹⁶

RESUMO: O artigo apresenta um relato de experiência sobre as ações de divulgação científica desenvolvidas pela Rádio Universidade FM no âmbito do projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica”, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA). O objeto do estudo são as práticas comunicacionais e formativas voltadas à popularização da ciência, com destaque para a produção radiofônica e o curso de media training. A metodologia adotada é qualitativa, de caráter analítico-descritivo, baseada em levantamento bibliográfico, análise documental e observação de campo. As ações envolveram a produção de programas radiofônicos, spots institucionais, conteúdos digitais e a capacitação de pesquisadores. Os resultados indicam elevada produção e veiculação de conteúdos, com ampliação da visibilidade das pesquisas e maior preparo dos pesquisadores para o diálogo com a mídia.

Palavras-chave: Comunicação Científica. Rádio Universidade. Media Training. FAPEMA.

ABSTRACT: The article presents an experience report on the science communication actions developed by Rádio Universidade FM within the project “Communication Strategies for Strengthening Science Communication”, carried out by the Federal University of Maranhão (UFMA) in partnership with the Maranhão Research and Scientific and Technological Development Support Foundation (FAPEMA). The object of the study comprises communicational and training practices aimed at the popularization of science, with emphasis on radio production and the media training course. The methodology adopted is qualitative and quantitative, with an analytical-descriptive approach, based on a bibliographic survey, documentary analysis, and field observation. The actions included the production of radio programs, institutional spots, digital content, and the training of researchers. The results indicate a high volume of content production and broadcasting, increased visibility of scientific research, and improved preparedness of researchers for dialogue with the media.

¹⁶Mestre em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA), Especialista em Jornalismo Cultural na Contemporaneidade (UFMA) e Especialista em Ciência da Informação (UFMA). Coordenador de Núcleos da Rádio Universidade FM. E-mail: paulopel@bol.com.br

Keywords: Scientific Communication. University Radio. Media Training. FAPEMA.

INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta um relato de experiência acerca das atividades de divulgação científica realizadas na Rádio Universidade, no âmbito do projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica”. O projeto foi desenvolvido pela Universidade Federal do Maranhão, da qual a emissora faz parte, por meio da Superintendência de Comunicação e Eventos (SCE), em parceria com os demais órgãos de comunicação da instituição, como a TV UFMA e a Diretoria de Comunicação (DCOM).

O período de atuação compreendeu os meses de fevereiro a dezembro de 2025, durante os quais foram desenvolvidos, pela Rádio Universidade, diversos produtos e ações voltados à popularização do conhecimento científico. Entre as iniciativas, destacaram-se a realização de um curso de *media training*, a produção de postagens de divulgação e de spots informativos, bem como a veiculação de programas radiofônicos, como Rádio Ciência, Rádio Ciência Entrevista e Rádio Opinião.

Fundamentado nos conceitos teóricos de *media training*, comunicação pública e educativa e jornalismo científico, o estudo adota uma abordagem quali-quantitativa, de caráter analítico e descritivo. A metodologia empregada inclui levantamento bibliográfico, análise documental e observação de campo, buscando compreender e avaliar as estratégias e os impactos dessas ações na promoção da ciência na sociedade maranhense.

O relato de experiência consiste na descrição detalhada de uma prática, projeto ou intervenção realizada por profissional ou pesquisador, que compartilha suas impressões, métodos, resultados e aprendizados. Esse tipo de relato permite a socialização de conhecimentos e experiências, contribuindo para a compreensão de como determinadas ações se desenvolvem na prática. Trata-se, portanto, de uma forma de contribuição para a comunidade científica, ao apresentar experiências reais e suas possíveis aplicações.

1. O QUE É *MEDIA TRAINING*?

Em uma sociedade mediada pela comunicação, a formação de fontes e porta-vozes tornou-se um dos recursos mais necessários no ambiente das grandes corporações, instituições e empresas. É nesse sentido que se insere a prática do *media training*, atividade que se refere ao treinamento para a mídia e à preparação específica de profissionais, de qualquer área, para se relacionarem com a imprensa. O *media training* tem como objetivo primordial “aperfeiçoar os assessorados para compreender a imprensa, atender adequadamente às suas

demandas, ser proativos e aproveitar oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente e, com elas, informar e influenciar os públicos interessados” (Duarte; Faria, 2018, p. 356).

A prática do *media training* é importante na sociedade contemporânea por várias razões. Em primeira instância, ajuda os profissionais a entenderem como a mídia coleta, edita e apresenta informações. Do ponto de vista prático, aprimora as habilidades de falar em público, estimula a comunicação objetiva e persuasiva e promove a capacidade de adaptação de mensagens para diferentes públicos e plataformas. Em última instância, prepara indivíduos e organizações para responder a perguntas difíceis, lidar com crises e manter uma imagem consistente.

Parece ter ficado claro que, assim como a melhor maneira de enfrentar crises é gerenciar riscos e estar preparado, capacitar fontes e porta-vozes para interagir com jornalistas é investimento de retorno certo para criar e fortalecer uma cultura de comunicação e obter resultados mais efetivos (Duarte; Faria, 2018).

A demanda por *media training* responde a um desafio recorrente: muitos entrevistados não conseguem se expressar com clareza, são confusos e vagos e apresentam pouca habilidade de síntese. Frequentemente, são prolixos e têm dificuldade em concluir suas ideias. “Os especialistas, os intelectuais, os professores universitários tendem a dar respostas muito técnicas, muito abstratas e complexas que, frequentemente, vão além da capacidade de compreensão do ouvinte médio. Criptografam sua mensagem em um código que não é acessível ao ouvinte” (Kaplún, 2017, p. 220). Entrevistas voltadas ao cidadão comum precisam ser cuidadosamente planejadas para garantir que sejam claras, objetivas, precisas e realmente proveitosas.

A Universidade Federal do Maranhão destaca-se como referência por sediar o mais antigo curso de Comunicação do Estado, o que lhe confere uma base sólida de tradição, pesquisa e prática profissional. Essa trajetória institucional, aliada à infraestrutura disponível e ao corpo docente qualificado, coloca a UFMA em posição privilegiada para promover cursos de *media training* de alta qualidade. Segundo o Portal da UFMA, o curso de Comunicação possui 44 professores, dos quais 41 têm titulação de doutor (UFMA, 2025).

Ademais, a Universidade Federal do Maranhão dispõe, além da Rádio Universidade, de uma emissora de televisão (TV UFMA) e de uma diretoria de comunicação (DCOM, antiga Assessoria de Comunicação), canais institucionais por meio dos quais é possível oferecer experiências práticas autênticas. Esses veículos não apenas ampliam o alcance das ações de comunicação institucional, como também funcionam como laboratórios vivos para o aprendizado aplicado:

estudantes e profissionais podem treinar técnicas de relacionamento com a imprensa, gestão de crises e comunicação estratégica, com feedback imediato de profissionais experientes.

O curso de *media training* ofertado pela Universidade Federal do Maranhão, por meio de seus órgãos de comunicação, foi aplicado a 10 turmas, entre os meses de abril e dezembro de 2025. A carga horária estipulada para cada edição foi de 20 horas/aula. O público-alvo prioritário foi composto por pesquisadores da FAPEMA (Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão). Cada turma recebeu, em média, 15 pesquisadores. Ao final do projeto, foram capacitados 150 profissionais vinculados à FAPEMA. As aulas teóricas e práticas contribuíram para que esse público-alvo compreendesse melhor o relacionamento com a mídia no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação, com o intuito de fortalecer a divulgação científica no Maranhão e as ações da FAPEMA no estado.

O curso de *media training* foi estruturado em cinco módulos, alicerçados em suas respectivas ementas e ministrados pelos professores indicados:

Módulo 1 - Relacionamento com a imprensa (4h): Produção de *releases*; o assessor e a fonte de informação; modos de relacionamento com a imprensa; perfil e características dos veículos; atendimento a demandas jornalísticas e relação com os agentes de imprensa. Profa. Dra. Luiziane Saraiva (DCS/UFMA).

Módulo 2 - Social Media Training (4h): Mídias sociais: características, diferenças e possibilidades de uso. Produção de conteúdo para ambientes digitais: tipos, formatos e linguagem. Marketing de influência. Profs. Dr. Pablo Monteiro, diretor da Diretoria de Comunicação da UFMA (DCS/UFMA), e Rômulo Gomes (IFMA).

Módulo 3 - A notícia para Rádio, Podcast e Videocast (4h): A notícia sonora e audiovisual para rádio. Práticas de entrevistas ao vivo e/ou gravadas em estúdios de rádio. Técnicas de produção de textos, falas e desempenho para melhor apresentação radiofônica. Cuidados com a voz. Prof. Me. Paulo Pellegrini, coordenador da Rádio Universidade (Fundação Sôsândrade), e Profa. Joseilma Garrido, fonoaudióloga da Divisão de Qualidade de Vida da UFMA.

Módulo 4 - A notícia para TV (4h): *Media training* na capacitação de fontes e porta-vozes; atendimento a demandas jornalísticas; técnicas de oratória (voz, dicção e emissão vocal); técnicas de expressão oral, postura corporal e performance diante das câmeras. Profa. Dra. Cecília Leite, diretora da TV UFMA (DCS/UFMA)

Modulo 5 - Prática de Media Training e visita técnica nas emissoras (4h): Práticas em estúdio e gravação de entrevistas com os participantes, em diversos formatos, voltados a diferentes veículos de comunicação. Prof. Me. Saylon Sousa (DCS/UFMA).

Ao final desse percurso, os participantes puderam compreender a importância da comunicação na construção e veiculação de mensagens claras, objetivas e didáticas sobre seus projetos científicos e pesquisas. Também desenvolveram produtos práticos que foram disponibilizados em um e-book produzido pela DCOM. A partir das aulas, os pesquisadores da FAPEMA perceberam que aspectos como a capacidade de definir e apresentar informações, lidar com linguagens distintas e características específicas de cada veículo, bem como adaptar-se a diferentes circunstâncias, fortalecem uma cultura de comunicação organizacional e contribuem para a obtenção de resultados mais efetivos (Duarte; Faria, 2018).

2. A IMPORTÂNCIA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A produção científica é fundamental para o desenvolvimento de qualquer país. Com sua diversidade natural, cultural e regional, o Brasil ocupa lugar de destaque na produção científica internacional. Segundo dados do catálogo internacional OpenAlex, o Brasil publicou 156.800 artigos em 2023, dos quais 75% estão em acesso aberto (Capes, 2023). Esse volume colocou o país na décima posição entre as nações com maior produção científica no referido ano.

Investir em ciência significa criar soluções para desafios locais, como saúde, educação, alimentação, energia, inovação e gestão de recursos naturais. As pesquisas desenvolvidas nas universidades, institutos de pesquisa e empresas fortalecem a capacidade de transformar conhecimento em tecnologia, gerar empregos qualificados e melhorar a qualidade de vida da população.

Entretanto, tão importante quanto produzir conhecimento científico é garantir visibilidade às pesquisas e torná-las acessíveis à população. Nesse sentido, a divulgação científica tem o propósito de levar a ciência ao público leigo, de modo a torná-la acessível ao cidadão comum, por meio do compartilhamento do conhecimento (Gomes; Verdum, 2023). Além disso, a divulgação científica configura-se como um importante recurso educacional no processo de ensino e aprendizagem, pois contribui para a ampliação do conhecimento e para o estímulo à curiosidade científica, aumentando as possibilidades de surgimento de novos talentos para a pesquisa.

A comunicação científica habita o coração da Ciência; ela alimenta o processo de divulgação científica, tornando-se tão vital quanto a própria pesquisa, pois a Ciência se tornará legítima somente com a

análise e com a aceitação, pelos pares, e isto exige que ela seja divulgada (Gomes; Verdum, 2023).

O investimento em divulgação científica pode trazer diversas consequências positivas para a sociedade. De modo geral, amplia o acesso ao conhecimento; estimula a tomada de decisões e a formulação de políticas públicas baseadas em evidências científicas; fortalece a confiança da população nas instituições científicas; reduz a desinformação; contribui para a promoção do desenvolvimento local, regional e nacional; incentiva práticas de inovação; atualiza conteúdos didáticos; e aumenta o intercâmbio entre pesquisadores e entre instituições de pesquisa.

3. JORNALISMO CIENTÍFICO NO CONTEXTO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO

O jornalismo especializado pode ser compreendido como a subdivisão da prática jornalística em função das distintas áreas do saber e dos diversos campos de atuação social. Essa segmentação decorre da crescente complexidade das sociedades contemporâneas e da conseqüente necessidade de mediação qualificada entre o conhecimento técnico e o público leigo. No jornalismo, a especialização é bastante antiga, tendo origem no impresso, que tratava de questões políticas, econômicas e esportivas, e posteriormente se propagou para os demais veículos.

No contexto do jornalismo especializado, o valor da informação na notícia passa a ter um caráter específico que, para Bahia (2009, p. 214), é resultado da relação do indivíduo em sociedade, na busca por atender a um interesse próprio e/ou de um grupo seletivo. Assim, o jornalismo especializado busca oferecer uma abordagem aprofundada, contextualizada e analítica sobre temas específicos, recorrendo a terminologias, fontes e métodos próprios de cada domínio do conhecimento. Entre os principais segmentos desse tipo de produção jornalística, destacam-se o jornalismo político, o jornalismo econômico, o jornalismo cultural, o jornalismo esportivo e o jornalismo científico.

O jornalismo científico, em particular, constitui uma modalidade de jornalismo especializado voltada à comunicação de conteúdos provenientes da ciência, da tecnologia e da inovação. Segundo Bahia (2009), surgiu na década de 1960, quando os cientistas passaram a permitir que o público tivesse acesso às informações oriundas de seus laboratórios, contribuindo para a consolidação do que se convencionou chamar de ciência popular ou divulgação científica (termo adotado por Bueno 2007, p. 2), a partir da perspectiva de traduzir as descobertas científicas para o interesse humano em compreender o universo.

A função primordial do jornalismo científico consiste em traduzir a linguagem técnica e os resultados das pesquisas acadêmicas para um formato acessível ao público em geral, sem, contudo, comprometer a precisão conceitual nem o rigor informativo.

O jornalismo científico se encarrega de tornar menos árida para a população a informação. Principalmente aquelas que dizem respeito à ciência ou aos estudos e divulgações ambientais. Torna-se imprescindível o papel da imprensa em transmitir esses temas, os quais são de interesse público (SOUZA; COSTA, 2008).

Essa atividade exige do jornalista não apenas o domínio das técnicas narrativas e investigativas próprias da profissão, mas também uma compreensão básica dos processos de produção científica e de seus contextos institucionais e éticos.

Desse modo, o jornalismo científico desempenha um papel mediador essencial entre a comunidade científica e a sociedade, contribuindo para a democratização do conhecimento, a formação de uma cultura científica e o fortalecimento do pensamento crítico. Ao integrar-se ao conjunto das práticas do jornalismo especializado, reafirma a importância da especialização como estratégia para a qualificação da informação jornalística em um mundo cada vez mais orientado pelo conhecimento e pela complexidade dos fenômenos sociais e tecnológicos.

4. O CARÁTER EDUCATIVO DA RÁDIO UNIVERSIDADE

No Brasil, o rádio nasce com caráter educativo, embora não houvesse legislação à época que o designasse dessa forma. Isso ocorre porque a primeira iniciativa bem-sucedida de criação de uma emissora de rádio no país se deu por meio dos educadores Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize, em 20 de abril de 1923, quando fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A programação da Rádio Sociedade tinha como base conferências científicas, música erudita e análises de fatos políticos e econômicos.

A noção de que o rádio deveria servir à educação esteve presente desde as primeiras preocupações governamentais sobre o tema. Ainda em 1931, o Governo Federal definia o rádio como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa” (Tavares, 1997, p. 55). Contudo, a autorização para a veiculação de publicidade, a partir de 1932, provocou a transição do rádio erudito e instrutivo para um veículo voltado ao entretenimento e à diversão. Com essa dupla abrangência, a participação do Estado passou a ser mais efetiva tanto na radiodifusão educativa quanto na distribuição de concessões para fins comerciais.

A primeira menção específica à radiodifusão educativa aparece no Decreto-Lei nº 236, de 1967 — neste caso, mais especificamente, à televisão educativa. Os artigos 13 e 14 determinam as características de sua programação.

A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates. (...) Não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos. (BRASIL, 1967).

A ausência de menção ao rádio educativo fez com que, desde então, o Decreto-Lei nº 236 fosse utilizado como referência para a regulação dessa atividade, uma vez que, a partir da década de 1960, diversas universidades e fundações passaram a requerer concessão para o serviço de rádio educativo.

Nesse contexto, foi implantada a Rádio Universidade FM 106,9 MHz, em São Luís (MA), nos primeiros anos da década de 1980, alicerçada em dois princípios: comunicar à sociedade as ações da Universidade Federal do Maranhão e proporcionar ao público uma programação diferenciada, voltada para a cultura e a educação. O sonho do então reitor José Maria Cabral Marques (1929–2020) materializou-se em 21 de outubro de 1986, quando a emissora finalmente entrou no ar em caráter definitivo, após um período de funcionamento experimental.

A inauguração do prédio de nove salas, anexo ao Centro de Ciências Sociais, integrou as comemorações dos 20 anos da UFMA. Hoje, quase quatro décadas depois, a Rádio Universidade FM, administrada conjuntamente pela Universidade Federal do Maranhão e pela Fundação Sousem, é reconhecida nacionalmente, entre pesquisadores e estudiosos do rádio brasileiro, como um caso bem-sucedido de comunicação pública e educativa.

Como afirma Jonas Valente (2009, p. 29), a comunicação pública educativa parte da premissa de que a mídia eletrônica constitui um mecanismo fundamental de difusão de conteúdos e um instrumento de ampliação da formação da população. O rádio e a televisão educativos, muitas vezes, substituem as salas de aula em locais onde elas não são suficientes, especialmente em localidades mais distantes. Nesse sentido, a Rádio Universidade possui, atualmente, cerca de 60 programas ativos em sua grade de programação, todos alicerçados no tripé educação–cultura–jornalismo.

Cumprindo sua missão institucional de promover uma programação educativa e cultural, a Rádio Universidade também se destaca pela realização de eventos voltados à coletividade. Entre os principais, ao longo de sua história, destacam-se o Showlidariedade (arrecadação de alimentos para entidades sem

fins lucrativos, entre 1998 e 2002), a Ação Social na Vila Embratel (oferecimento de serviços básicos de cidadania, como aferição de pressão arterial e cuidados com a pele, em 2006) e a Ação Ecológica na Praia de São Marcos, realizada por ocasião do lançamento do programa Orgânica, em 2011. Soma-se a essas iniciativas o apoio a inúmeras ações de terceiros voltadas a esse mesmo fim.

Como emissora vinculada a uma instituição de ensino superior, a missão da Rádio Universidade FM vai além da difusão de conteúdos jornalísticos ou de entretenimento: ela se estabelece como um canal de mediação entre o saber acadêmico e a sociedade, promovendo o diálogo entre a produção científica, a cultura regional e as demandas sociais contemporâneas.

O caráter educativo da Rádio Universidade FM manifesta-se em diferentes dimensões. Primeiramente, expressa-se na divulgação do conhecimento científico e cultural produzido na universidade, tornando públicos os resultados de pesquisas, projetos de extensão e debates acadêmicos. Essa mediação contribui para a democratização do conhecimento e para a valorização da ciência como instrumento de transformação social. Em segundo lugar, a emissora assume uma função formativa ao oferecer uma programação que estimula a reflexão crítica, a cidadania e o pensamento plural, fortalecendo o vínculo entre comunicação e educação.

Além disso, a Rádio Universidade FM atua como laboratório de aprendizagem prática para estudantes de Comunicação e áreas afins, oferecendo um espaço de experimentação, responsabilidade social e aprimoramento técnico. A rádio abriga 18 alunos bolsistas, que atuam em todos os setores da emissora — locução, operação de áudio, sonoplastia, jornalismo, produção de programas e campanhas, programação musical, marketing, produção de conteúdo para mídias sociais e relações públicas. Essa dimensão pedagógica reforça a integração entre ensino, pesquisa e extensão, princípios fundamentais da universidade pública.

5. A RÁDIO UNIVERSIDADE FM NO PROJETO “ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA”

Desenvolvido pela Universidade Federal do Maranhão, por meio da Superintendência de Comunicação e Eventos (SCE), em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), a partir de um acordo de cooperação técnica entre as duas instituições, o projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica” teve como público-alvo pesquisadores e bolsistas vinculados à FAPEMA.

A participação da Rádio Universidade FM no projeto deu-se em quatro eixos principais: (1) produção e veiculação dos programas Rádio Ciência, Rádio Ciência Entrevista e Rádio Opinião; (2) produção e veiculação de spots informativos institucionais da FAPEMA; (3) colaboração na ministração das aulas do curso de aperfeiçoamento em *media training*; e (4) realização de postagens em redes sociais e no site da emissora, voltadas à divulgação das ações e dos conteúdos produzidos pelo projeto. Os pesquisadores e bolsistas da FAPEMA participaram tanto como entrevistados nos programas radiofônicos quanto como alunos do curso de *media training*. Como ação complementar, a emissora ainda veiculou oito *drops* com dicas relacionadas aos temas abordados no curso, como cuidados com a aparência e com a saúde vocal, o relacionamento com a imprensa e os conceitos de fato, pauta e notícia. Os *drops* foram produzidos pela professora de Comunicação Social da UFMA e diretora-executiva da Rádio Universidade, Josie Bastos.

Durante o período de execução do projeto, foram produzidos 130 episódios do *Rádio Ciência*, totalizando 740 veiculações; 62 edições do *Rádio Ciência Entrevista*, com 72 veiculações; 21 edições do *Rádio Opinião*, destinadas a entrevistas semanais com pesquisadores da FAPEMA; e 39 *spots* institucionais da FAPEMA, com 900 veiculações no total. A programação do *Rádio Ciência* foi transmitida de segunda a sexta-feira, em quatro horários diários (8h, 14h, 18h e 21h), enquanto o *Rádio Ciência Entrevista* foi veiculado às quintas e sextas-feiras, às 9h. Todos os programas citados foram ao ar de forma gravada, e não ao vivo.

Criado em 1995, durante a realização da Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) na UFMA, e integrante da grade da emissora desde então, o programa *Rádio Ciência* consolidou-se como um dos mais longevos e importantes veículos de divulgação científica do Maranhão e do Brasil. Trata-se de um informativo com duração de cinco minutos, que se inicia com a manchete principal, seguida da vinheta de abertura, com destaque ao apoio da FAPEMA, e da entrevista com o pesquisador sobre o tema de seu estudo investigativo.

A entrevista é desenvolvida no formato de reportagem, ou seja, as falas do entrevistado, chamadas de sonoras, são entremeadas pelas falas do repórter, designadas, no vocabulário radiojornalístico, como “cabeças”. Ao final do programa, é inserido o quadro “Você Sabia? Tome ciência!”, com uma curiosidade ou informação complementar relacionada ao tema da pesquisa abordada naquela edição. A produção das edições, durante o período do projeto, ficou a cargo dos estudantes de Comunicação Social da UFMA Pedro Batista, Bruno Goulart, Joelma Baldez e Sylmara Durans (as duas últimas apenas nos primeiros meses do projeto)

O *Rádio Ciência* é desenvolvido como um diálogo didático, concebido

como uma entrevista sobre o assunto, construída por meio da interação com o entrevistado (Kaplún, 2017, p. 125). A preocupação em tornar o conteúdo acessível ao entendimento do público deve estar presente nessa relação.

Um dos recursos mais simples é o programa dialogado ou diálogo didático. Sem chegar à complexidade da reportagem ou ao drama é possível montar um diálogo sem excessivo desdobramento técnico, resultando sempre em algo mais interessante, dinâmico e pedagogicamente eficaz do que a fala explicativa (Kaplún, 2017, p. 127).

Já o Rádio Ciência Entrevista é desenvolvido no formato de pergunta e resposta, com cerca de dez minutos de duração. A produção se inicia com a vinheta de abertura, na qual também se destaca o apoio da FAPEMA, e segue com a entrevista realizada pelo repórter Borges Júnior com um pesquisador ou bolsista vinculado a essa fundação. O programa utiliza o que Kaplún denomina “entrevista preparada” como base de seu desenvolvimento.

Uma entrevista preparada é aquela em que se discute previamente com o entrevistado o esquema da entrevista e se prepara notas breves e anotações para a mesma. O entrevistador conversa previamente com o seu entrevistado e acerta com ele uma sucessão de perguntas básicas que facilitem uma exposição interessante e completa (Kaplún, 2017, p. 224)

Por fim, o programa Rádio Opinião é um quadro do Jornal Rádio Universidade, que, por sua vez, consiste no radiojornal diário da emissora da UFMA e da Fundação Sôsândrade. Assim como o Rádio Ciência Entrevista, o Rádio Opinião obedece ao formato de pergunta e resposta, tendo o jornalista Adalberto Júnior como entrevistador e um pesquisador ou bolsista da FAPEMA como entrevistado. A duração do Rádio Opinião é de cerca de quinze minutos. Vale ressaltar que tanto o Rádio Ciência Entrevista quanto o Rádio Opinião também são registrados em vídeo e disponibilizados nas redes sociais e no site da emissora.

No que concerne à temática abordada nos programas, observou-se uma ampla diversidade de áreas do conhecimento. No Rádio Ciência Entrevista, os temas mais recorrentes foram Tecnologia (6 edições), Cultura (5), Direitos Humanos e Oceanografia (4 edições cada), além de Educação, Odontologia, Linguística, Zoologia, Meio Ambiente e Acessibilidade (3 edições cada). Já no Rádio Ciência, os temas mais frequentes foram Meio Ambiente (18 veiculações), Tecnologia (15), Saúde (8), Comunicação e Literatura (7 veiculações cada), Educação (6), Zoologia e Linguística (5 veiculações cada), Nutrição (4), e Biologia, Sociologia, Gestão Portuária, Direito e Gênero (3 veiculações cada). No Rádio Opinião, as entrevistas sobre o próprio projeto de cooperação técnica entre a UFMA e a FAPEMA foram as mais recorrentes, com quatro veiculações, seguidas dos temas Economia Solidária, Tecnologia e Ciência (duas veiculações cada).

No âmbito digital, a emissora registrou 255 postagens relacionadas ao projeto — incluindo *stories* e publicações em plataformas como Instagram, YouTube e Spotify — além de 65 matérias publicadas no site da Rádio Universidade FM. Tais ações reforçaram a integração entre a produção radiofônica e as novas mídias, ampliando o alcance da divulgação científica e consolidando a presença da emissora no ecossistema digital.

Como contrapartida institucional, a Rádio Universidade FM recebeu dez bolsas da FAPEMA destinadas ao planejamento e à execução das atividades previstas durante o período do projeto (fevereiro a dezembro de 2025). No tocante ao curso de aperfeiçoamento em *media training*, a emissora foi responsável pela organização logística das aulas — reserva de espaços, disponibilização de equipamentos, divulgação das turmas e comunicação com os participantes — além de ministrar o Módulo 3, intitulado “*A notícia para Rádio, Podcast e Videocast*”. Esse módulo foi conduzido pelo professor Paulo Pellegrini, coordenador de núcleos da emissora, com a colaboração da fonoaudióloga da UFMA Joseilma Garrido. As aulas práticas foram realizadas no estúdio de gravação da rádio, sob a coordenação do professor Saylon Sousa, que proporcionou aos participantes uma imersão técnica e experimental nas rotinas de produção radiofônica e de conteúdo digital.

O Módulo 3, “*A notícia para Rádio, Podcast e Videocast*”, abordou principalmente a relação entre fonte e mídia, ressaltando o papel dos pesquisadores como fontes primordiais de informação confiável e a necessidade social de visibilidade de suas produções acadêmicas. A disciplina apresentou estratégias de aproximação com jornalistas, compartilhou técnicas de produção de *releases* (materiais de divulgação das pesquisas) e trouxe orientações para aprimorar a postura e o desempenho em entrevistas para rádio, podcasts e videocasts. Além disso, foram realizados exercícios de fonoaudiologia com o objetivo de promover melhorias na saúde vocal dos participantes.

CONSIDERAÇÕES

O conjunto de ações desenvolvidas pela Rádio Universidade FM no âmbito do projeto *“Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica”* evidencia a relevância do papel das emissoras universitárias como instrumentos estratégicos de mediação entre a produção científica e a sociedade. A experiência descrita neste artigo demonstra que a comunicação pública e educativa, quando articulada a práticas formativas e jornalísticas, potencializa o alcance social do conhecimento, contribuindo para a consolidação de uma cultura científica voltada ao fortalecimento da cidadania.

A execução do projeto reafirmou a importância da cooperação entre instituições de ensino e agências de fomento para a promoção da ciência de forma acessível, crítica e socialmente comprometida. Por meio da produção de conteúdos de comunicação, como programas radiofônicos, *spots* informativos e produtos digitais, bem como da realização do curso de aperfeiçoamento em *media training*, a Rádio Universidade ampliou significativamente a visibilidade das pesquisas desenvolvidas no estado e capacitou pesquisadores para o relacionamento com a mídia e para a divulgação qualificada de seus trabalhos.

Os resultados alcançados, expressos tanto em números quanto em impactos qualitativos, confirmam que a comunicação científica constitui um importante vetor de transformação social. A Rádio Universidade FM, ao integrar comunicação, ensino e pesquisa em sua rotina produtiva, fortalece o compromisso da UFMA com a democratização do conhecimento e com o desenvolvimento científico e cultural do Maranhão.

Dessa forma, o projeto objeto deste estudo não apenas reforçou o caráter educativo e público da Rádio Universidade FM, como também ofereceu um modelo replicável de ação integrada entre comunicação e ciência. Demonstra-se, assim, que investir em estratégias de divulgação científica por meio do rádio e das mídias digitais significa investir na formação de uma sociedade mais informada, participativa e consciente do papel da ciência na construção do futuro.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA: DA CRIAÇÃO À CONSOLIDAÇÃO DE UM ESPAÇO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA

John Haién Ribeiro Costa¹⁷

Luciana Rodrigues Rocha¹⁸

Cecília Maria da Costa Leite¹⁹

Rafael Figueiredo da Silva Batista²⁰

RESUMO: A divulgação científica constitui um campo estratégico para aproximar a sociedade do conhecimento produzido em instituições de ensino e pesquisa. No Maranhão, a TV UFMA consolidou-se como um espaço relevante para essa mediação, com destaque para o quadro Em Dia com a Ciência e seus desdobramentos, que contribuíram para a institucionalização da comunicação científica televisiva. Este artigo analisa a trajetória da emissora na promoção da divulgação científica, investigando seus programas, estratégias de produção e impactos sociais. A pesquisa adota como procedimentos metodológicos a análise documental e a revisão bibliográfica, com o objetivo de compreender como a TV UFMA contribui para a democratização do conhecimento, o fortalecimento da cultura científica e a promoção da inclusão social por meio da comunicação pública da ciência.

Palavras-chave: Divulgação científica. Televisão universitária. Comunicação pública da ciência. TV UFMA. Jornalismo científico.

ABSTRACT: Science communication is a strategic field for bringing society closer to the knowledge produced in teaching and research institutions. In the state of Maranhão, TV UFMA has consolidated itself as a relevant space for this mediation, particularly through the program Em Dia com a Ciência and its developments, which contributed to the institutionalization of televised science communication. This article analyzes the broadcaster's trajectory in promoting science

¹⁷Bolsista-técnico da FAPEMA e Graduado em Comunicação Social - Rádio e TV pela UFMA, e-mail: john.haien@outlook.com

¹⁸Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação - Mestrado Profissional (PPGCOMPro) da UFMA, e-mail: luciana.rr@ufma.br

¹⁹Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ e professora do Curso de Comunicação Social da UFMA, e-mail: cecilia.leite@ufma.br

²⁰Mestre em Cultura e Sociedade pela UFMA. e-mail: rfs.batista@ufma.br

communication by examining its programs, production strategies, and social impacts. The study adopts documentary analysis and bibliographic review as methodological procedures, aiming to understand how TV UFMA contributes to the democratization of knowledge, the strengthening of scientific culture, and the promotion of social inclusion through public communication of science.

Keywords: Scientific dissemination. University television. Public communication of science. TV UFMA. Scientific journalism.

INTRODUÇÃO

A divulgação científica constitui-se em um elemento fundamental para conectar a sociedade ao conhecimento gerado em universidades e centros de pesquisa. No contexto brasileiro, esse campo é fomentado por políticas de ciência e tecnologia e pelo surgimento de canais de comunicação com vocação educacional. Entre esses canais, as televisões universitárias assumem um papel estratégico, visto que conjugam a missão de formação acadêmica com o imperativo de democratizar o conhecimento, conferindo maior alcance à pesquisa.

No Maranhão, a TV UFMA, pioneira entre as emissoras universitárias do estado, estabeleceu-se como um instrumento significativo para a divulgação científica local. Contudo, a mera existência de um canal não assegura seu impacto. A questão central que orienta este estudo é: de que maneira a TV UFMA ascendeu à condição de referência em comunicação científica no Maranhão, superando os desafios inerentes à comunicação com o público não especialista?

Para responder a essa interrogação, o presente artigo analisa a trajetória da TV UFMA, com ênfase nas produções que institucionalizaram a divulgação científica. Metodologicamente, o estudo baseia-se em uma abordagem qualitativa, empregando a análise documental dos programas e a revisão bibliográfica como procedimentos técnicos essenciais para a interpretação dos dados. O foco recai sobre iniciativas como o quadro *Em Dia com a Ciência* e seus desdobramentos — novos quadros e programas especiais —, que viabilizaram a compreensão e o interesse pela produção acadêmica, aproximando pesquisadores, estudantes e a sociedade. Tal análise permite avaliar não apenas a cobertura jornalística, mas também a função pedagógica e social da emissora.

Neste artigo, abordam-se as experiências iniciais de divulgação científica na TV UFMA, contextualizando os primeiros anos da emissora e os desafios enfrentados na comunicação científica, até então esparsa na programação. Em seguida, discute-se a criação do *Em Dia com a Ciência*, que evidencia a consolidação de um programa fixo, transformando a divulgação

científica em prática contínua. Posteriormente, o enfoque recai sobre o amadurecimento e a expansão da comunicação científica na emissora, com a produção de novos programas, destacando-se a ampliação da grade de programação e a diversificação de formatos.

No item “Estratégias e Desafios da Divulgação Científica na TV UFMA”, examinam-se os métodos de produção das pautas, os obstáculos logísticos e comunicacionais, bem como as estratégias de engajamento do público. Na sequência, discutem-se as contribuições da TV UFMA para a democratização da ciência, gerando oportunidades de inclusão e aprendizado. Por fim, a conclusão sintetiza os achados deste estudo, prospectando o papel futuro da televisão universitária na divulgação científica.

Dessa forma, este artigo oferece subsídios para a compreensão da relevância da TV UFMA como instrumento de mediação científica, demonstrando que programas planejados e estruturados são capazes de reconfigurar a relação entre universidade e sociedade, fortalecendo a cultura científica regional e a participação cidadã no conhecimento produzido no Maranhão.

1. O CENÁRIO ANTERIOR: O INÍCIO DA DIVULGAÇÃO NA TV UFMA

Antes da implementação do quadro *Em Dia com a Ciência*, a TV UFMA já atuava na comunicação pública como a primeira TV universitária do Maranhão, estabelecendo uma conexão entre a universidade e a sociedade. Inaugurada em 2015, a emissora tinha como missão institucional ser um canal público orientado para a educação, a cultura e a ciência, funcionando como uma ponte entre a produção acadêmica e o público externo. Durante seus primeiros anos, a grade incluía quadros telejornalísticos, coberturas de eventos artístico-culturais e programas educativos, muitos deles pautados por projetos de extensão, o que permitia uma apresentação inicial, embora pontual, dos projetos e das pesquisas desenvolvidos na universidade.

Com o amadurecimento e a expansão das práticas jornalísticas da TV UFMA e a consequente produção de um telejornal diário ao vivo, o JTV UFMA, a difusão de pesquisas passou a ser associada às pautas do jornalismo da emissora, com a veiculação de reportagens no telejornal, embora sem periodicidade fixa, o que restringia o alcance da comunicação científica. Exemplos de produções locais, como as matérias sobre as pesquisas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) acerca dos azulejos maranhenses ou sobre o desenvolvimento de um aplicativo de anatomia feito por estudantes de Medicina da universidade, indicavam o potencial de engajamento do público. No entanto, a abordagem científica permanecia limitada pelo tempo reduzido das reportagens e por sua periodicidade irregular. Não obstante, existiam iniciativas de relevância na

programação da TV UFMA, como o *Univerciência*, primeiro programa brasileiro de TV e internet voltado à difusão científica, criado em 2020 pela TV UESB em colaboração com TVs públicas e instituições de ensino superior do Nordeste, com o objetivo de promover a popularização da ciência de forma cooperativa e com alcance nacional. Além de retransmitir o *Univerciência*, a TV UFMA contribuiu com o envio de material jornalístico para alguns episódios do programa.

Todavia, o progressivo aperfeiçoamento das rotinas de produção da emissora possibilitou um cenário adequado para a criação de um espaço próprio e dedicado à ciência na grade da TV UFMA. Conforme postula Targino (2007):

Não há dúvidas de que o jornalismo científico configura-se como recurso imprescindível para a divulgação científica, que, por sua vez, consiste em condição *sine qua non* para o avanço científico e tecnológico (TARGINO, 2007, p. 24).

A referida autora complementa que a ciência deve “extrapolar os muros da comunidade científica; caso contrário, torna-se improdutivo, estéril e improfícua” (p. 26). Tais pressupostos indicavam que a TV UFMA carecia de uma abordagem mais sistemática, que garantisse continuidade, profundidade e uma assinatura autoral distintiva.

O reconhecimento desse imperativo culminou na criação do quadro *Em Dia com a Ciência*, que institucionalizou um espaço para a difusão consistente de pesquisas, empregando linguagem acessível e didática, o que propiciou maior aproximação entre a produção acadêmica e o público em geral.

2. O PONTO DE VIRADA: A CRIAÇÃO DO EM DIA COM A CIÊNCIA

O quadro *Em Dia com a Ciência* constituiu-se **como** um passo importante na trajetória da TV UFMA, assinalando a transição de uma divulgação científica pontual e dispersa para uma abordagem contínua, estruturada e institucionalizada. A consolidação de um espaço permanente para a ciência atendeu à necessidade de ampliar e fortalecer a interface comunicacional entre a universidade e a sociedade. Conforme Hungaro e Pugliese (2024) explicitam:

Divulgação, comunicação e popularização científicas são alguns dos termos utilizados ao redor do mundo para caracterizar os projetos que têm como intuito difundir a ciência para a população (HUNGARO; PUGLIESE, 2024, p. 3)

Tal percepção corrobora a importância de práticas contínuas e institucionalizadas para a ampliação do acesso ao conhecimento científico.

A concepção do quadro foi uma iniciativa da então diretora-geral da TV

UFMA, professora Josie Bastos, docente do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. Lançado em setembro de 2022, o *Em Dia com a Ciência* surgiu com o objetivo de fortalecer a divulgação científica, democratizar o acesso à informação e aproximar o público das pesquisas produzidas na UFMA. O projeto emergiu em um contexto de escassez de ações sistemáticas de comunicação científica nas emissoras maranhenses, marcando um pioneirismo da TV UFMA, que assim ampliou o diálogo entre cientistas e cidadãos. De acordo com Zaganelli e Gantos (2014):

A divulgação científica, do latim *divulgare*, significa tornar público ou notório; propagar; publicar; difundir; vulgarizar (...) Authier-Revuz (1998) explica que a divulgação científica consiste em colocar de forma acessível ao grande público o resultado das pesquisas científicas (ZAGANELLI; GANTOS, 2014, p. 91).

O *Em Dia com a Ciência* é um quadro fixo do JTV UFMA, telejornal diário ao vivo, veiculado às 12h30 no canal digital aberto 16.1, em canais por assinatura, no site da emissora e em plataformas digitais, como o portal federal Eduplay. Com duração média de quatro minutos, o quadro é exibido às quartas-feiras, geralmente no primeiro bloco do JTV UFMA. Inicialmente quinzenal, o *Em Dia com a Ciência* atingiu estabilidade e passou a ter periodicidade semanal, em face da ampla adesão da comunidade acadêmica e da diversidade de pesquisas institucionais. Cada episódio apresenta reportagens de campo sobre projetos científicos e, em suas primeiras edições, também contou com entrevistas em estúdio com pesquisadores, oferecendo um espaço de aprofundamento e contextualização dos temas. De 2022 até o presente, mais de oitenta reportagens foram produzidas, abrangendo áreas como saúde, tecnologia, meio ambiente, educação e cultura. Apenas no ano de 2025, foram produzidas e exibidas trinta e nove reportagens do *Em Dia com a Ciência*, das quais vinte e nove referem-se a pesquisas que contam com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), conforme sintetizado nas Tabelas 1 e 2.

Tabela 1 - Categorização, Contagem dos Temas e Porcentagem

Categoria	Número de Reportagens	% Em relação ao Total
Química e Tecnologia (inclui Biodigestores, Sensores, Cosméticos)	10	25,6%
Ciências Humanas e Sociais Aplicadas (inclui Comunicação, Economia, Geografia, História, Letras)	10	25,6%
Ciências da Saúde (inclui Medicina, Odontologia, Nutrição, Ed. Física)	6	15,4%
Biologia e Ciências da Natureza (inclui Oceanografia, Zootecnia, Agrárias, Meio Ambiente)	6	15,4%
Design e Artes (inclui Teatro, Arquitetura, Computação)	5	12,8%
Ciências Exatas (inclui Física e Matemática)	2	5,1%
Total Analisado	39	

Tabela 2 - Distribuição de Reportagens Por Status de Financiamento

Financiamento da FAPEMA	Contagem
Com financiamento Fapema	29
Sem financiamento	9

Em síntese, o Em Dia com a Ciência configurou-se como um ponto de inflexão na programação da TV UFMA. Sua criação institucionalizou a divulgação científica na emissora, reafirmando o compromisso público da universidade com a democratização do conhecimento. A iniciativa também serviu de base para a criação de novos programas e quadros especializados na emissora, que expandiram o alcance das pesquisas produzidas no Maranhão, contribuindo para a popularização da ciência. Atualmente, com quatro programas voltados à promoção e à divulgação da ciência, a TV UFMA reafirma sua relevância no cenário

da comunicação pública, destacando-se como um importante veículo de divulgação científica no contexto das televisões universitárias brasileiras. A qualidade das produções da emissora tem sido igualmente reconhecida pela veiculação nacional de diversas reportagens de cunho científico, em horário nobre, no jornal *Repórter Brasil*, da TV Brasil, o que amplia a divulgação e a projeção das pesquisas desenvolvidas no estado.

3. O AMADURECIMENTO E A EXPANSÃO: OS NOVOS PROGRAMAS

Após o êxito consolidado do quadro *Em Dia com a Ciência*, a TV UFMA ingressou em uma nova fase de amadurecimento e expansão de seu trabalho de divulgação científica, firmando-se como um dos principais polos de comunicação científica no Maranhão. Essa etapa é marcada pela transição de uma experiência bem-sucedida em jornalismo científico para a criação de novos programas e formatos audiovisuais, o que culminou na ampliação da presença da ciência na grade da emissora e no fortalecimento do compromisso institucional com a popularização do conhecimento. Ao diversificar sua programação, a TV UFMA passou a fomentar uma interação mais abrangente entre pesquisadores, estudantes e o público em geral, reafirmando seu papel como agente de democratização da ciência.

Por sua vez, ao instaurar novas dinâmicas de produção na emissora, o *Em Dia com a Ciência* tem se consolidado como uma espécie de laboratório para a formação de estagiários e profissionais com expertise em jornalismo científico. Nessa perspectiva, a visibilidade da ciência é ampliada tanto pela atuação da TV UFMA quanto pela futura inserção profissional de seus colaboradores, egressos do curso de Comunicação Social. Esses profissionais, formados a partir da experiência prática na emissora universitária — que funciona como uma TV escola —, poderão aplicar no mercado o conhecimento técnico adquirido, contribuindo para a expansão e o fortalecimento da difusão científica.

3.1 Repórter Ciência

O programa *Repórter Ciência* representa uma extensão natural do projeto iniciado com o *Em Dia com a Ciência*. Exibido mensalmente e apresentado por Ana Thereza Viégas, o programa é fruto de uma parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), responsável pelo financiamento de sua produção. O formato consiste na compilação de quatro reportagens originalmente exibidas no quadro *Em Dia com a Ciência*, reunidas em um único episódio com linguagem envolvente e abordagem aprofundada. Inspirado em formatos consagrados, como o *Globo Repórter*, o programa busca alcançar o público geral, tornando a ciência atrativa e acessível. Adicionalmente, o *Repórter Ciência* incorpora o quadro *Por Dentro da*

Pesquisa, que elucida termos e conceitos acadêmicos de forma didática, aproximando o público não especializado da linguagem científica. Dessa forma, o programa reitera o papel da TV UFMA como mediadora entre a produção acadêmica e a sociedade.

3.2 TV Ciência

O *TV Ciência* adota o formato de interprograma, sendo veiculado em diferentes horários da grade televisiva, entre programas de maior duração. Tal característica confere ao *TV Ciência* maior dinamismo, permitindo que os temas científicos permeiem diversas faixas da programação e alcancem audiências variadas. Essa proposta materializa uma estratégia de aprofundamento narrativo, na qual cada episódio se concentra em um aspecto específico de uma pesquisa previamente divulgada, expandindo a compreensão sobre o processo científico e seus desdobramentos. Conforme destaca Nadia Biondo, coordenadora de produção da emissora:

O *TV Ciência* é um desdobramento das matérias, dos VTs produzidos para o *Em Dia com a Ciência*. Ele pega o *Em Dia com a Ciência* e debruça sobre alguma característica específica daquela notícia científica — pode ser uma metodologia utilizada na pesquisa, um conceito desenvolvido no laboratório, um equipamento ou uma tecnologia nova utilizada naquela investigação (Nadia Biondo, Coordenadora de Produção da TV UFMA, 2025).

Portanto, esse formato fragmentado e explicativo, conjugado a recursos visuais e a uma linguagem acessível, contribui significativamente para converter informações técnicas em conhecimento público, inserindo o telespectador no universo da ciência.

3.3 Em Dia com a Ciência – Entrevista

O interprograma *Em Dia com a Ciência – Entrevista* complementa o quadro principal, adotando um formato de diálogo mais aprofundado e humanizado. Exibido quinzenalmente, às segundas-feiras, às 13h00, o programa tem duração entre 10 e 15 minutos e é produzido, roteirizado e apresentado pelo jornalista John Haién. Desde sua estreia, em maio de 2025, onze episódios foram veiculados, com entrevistas que detalham metodologias, resultados e impactos sociais das pesquisas desenvolvidas na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). O propósito central é conceder voz aos pesquisadores, permitindo-lhes expor a relevância e as aplicações de seus estudos para a sociedade em seus próprios termos.

Dentre as entrevistas realizadas, merecem destaque a da professora Raquel Noronha, que apresentou o jogo *Futurísticas*, desenvolvido para debater a permanência e o acesso de mulheres nas áreas de ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM) na UFMA; e a conversa com os pesquisadores Rosália Martins e Victor Mouchrek, do Departamento de Tecnologia Química, sobre a pesquisa Identificação e Quantificação de Fungos e Aflatoxinas em Amendoim, vencedora do Prêmio FAPEMA 2024. Adicionalmente, diversos pesquisadores das áreas de saúde, tecnologia e educação têm participado do programa, abordando estudos com impacto direto na sociedade maranhense. O formato aproxima o público do universo da pesquisa, apresentando a ciência como uma prática viva, acessível e socialmente transformadora.

A expansão da programação científica da TV UFMA reflete um compromisso institucional com o acesso democrático ao saber científico. Como explicitam Zaganelli e Gantos (2014), “Vista dessa maneira, a divulgação científica constitui-se como um inovador instrumento de inclusão social, considerada esta como um dos grandes desafios do país por motivos históricos” (ZAGANELLI; GANTOS, 2014, p. 94). Os autores complementam que:

A divulgação científica é um dos mecanismos mais viáveis que podem ser usados em prol da inclusão. Isso ocorre, pois a divulgação científica tem a possibilidade de criar oportunidades para o público formado por não-especialista de adquirir um conhecimento sobre a Ciência e seu funcionamento (...) (ZAGANELLI; GANTOS, 2014, p. 94).

Assim, os novos programas consolidam a emissora no cenário da comunicação pública local, regional e nacional, configurando-a como um espaço de inclusão, engajamento acadêmico e difusão do conhecimento científico.

4. ESTRATÉGIAS E DESAFIOS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA

4.1 Produção Jornalística e Articulação

A produção do quadro *Em Dia com a Ciência* demanda uma rotina semanal de planejamento e execução que requer organização, criatividade e sensibilidade comunicacional. A equipe dispõe de uma semana para desenvolver cada pauta — desde o contato inicial com os pesquisadores até a gravação e edição final. Nesse processo, busca-se sistematicamente associar a pesquisa a elementos de fácil compreensão e presentes no cotidiano, de modo que o conteúdo adquira relevância e atratividade para o público. A estratégia consiste em traduzir o conhecimento científico em narrativas audiovisuais acessíveis, sem comprometer o rigor da informação, valorizando a ciência produzida na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Assim, a busca por uma linguagem clara e de fácil entendimento é inerente ao jornalismo, uma vez que o profissional

deve orientar-se pela capacidade de assimilação imediata da mensagem pelo telespectador, conforme preconiza Paternòstro (2006):

A divulgação científica é um dos mecanismos mais viáveis que podem ser usados em prol da inclusão. Isso ocorre, pois a divulgação científica tem a possibilidade de criar oportunidades para o público formado por não-especialista de adquirir um conhecimento sobre a Ciência e seu funcionamento (...) (ZAGANELLI; GANTOS, 2014, p. 94).

Em relação ao contato com professores e pesquisadores, este costuma ser estabelecido majoritariamente via *WhatsApp* e, em alguns casos, por e-mail, o que otimiza o agendamento das entrevistas e facilita a comunicação direta. Além disso, a equipe busca frequentemente o apoio da Assessoria de Comunicação da UFMA e da FAPEMA para a obtenção de contatos de discentes e docentes vinculados a projetos de pesquisa. Esse suporte institucional é fundamental para ampliar o escopo das pautas e garantir o engajamento da comunidade científica nas produções. Devido à consolidação do quadro e ao reconhecimento por parte da comunidade acadêmica, observa-se também a indicação de temas e pesquisadores por professores e alunos que já participaram de gravações, reforçando a identificação desses profissionais com a necessidade de maior divulgação científica em espaços midiáticos.

4.2 Comunicação Científica e Capacitação de Pesquisadores

A clareza na comunicação constitui-se como um dos pilares da divulgação científica televisiva. Conforme observa VIEIRA (2006), em seu *Pequeno Manual de Divulgação Científica*, é essencial o uso de linguagem clara e acessível, evitando equações e jargões, e recomenda que, ao mencionar um cientista, se apresentem tanto o pesquisador quanto os objetivos de sua investigação. Essa orientação é aplicada em todas as reportagens do quadro *Em Dia com a Ciência*, que oferecem espaço para o pesquisador detalhar seu objeto de estudo e compartilhar também sua motivação pessoal. Tais produções priorizam uma linguagem simples, didática e visualmente compreensível, buscando humanizar os pesquisadores e aproximar o público das descobertas.

A TV UFMA tem servido não apenas como plataforma de difusão da ciência, mas também como ambiente de preparação dos pesquisadores para o contato com o meio midiático. Em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), a emissora oferece um curso de *media training* para profissionais vinculados à Fundação. Essa formação proporciona orientações sobre linguagem corporal, exposição de ideias de forma mais simples, substituição de termos técnicos por vocabulário acessível ao grande público e preparo integral para o momento da

entrevista. A TV UFMA configura-se, assim, como um espaço em que os pesquisadores podem aprender e, simultaneamente, compartilhar seus saberes.

Mensalmente, institui-se uma nova turma composta por professores e pesquisadores no âmbito do projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica no Estado do Maranhão”. A iniciativa, fruto da parceria entre a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), tem por objetivo consolidar a disseminação do conhecimento científico por meio da capacitação de pesquisadores vinculados à FAPEMA em técnicas de relacionamento com a mídia e práticas de comunicação pública da ciência. O projeto visa aperfeiçoar as competências comunicacionais da comunidade científica, favorecendo o diálogo entre universidade e sociedade e ampliando a presença da ciência nos meios de comunicação, contribuindo para tornar a produção acadêmica mais acessível, compreensível e socialmente relevante.

4.3 Desafios e Difusão

Entre os principais desafios enfrentados pela equipe de produção do *Em Dia com a Ciência*, destacam-se a logística de gravação, a adaptação do conteúdo científico ao formato televisivo e a edição, que exige atenção redobrada da equipe. Frequentemente, impõe-se a necessidade de conciliar os horários de gravação com professores e alunos, tarefa dificultada pelas atividades acadêmicas. Outro obstáculo persistente é a limitação geográfica: algumas pesquisas são realizadas em municípios do interior do Maranhão, o que inviabiliza a cobertura, dada a restrição da atuação da TV UFMA aos municípios da Grande São Luís. Adicionalmente, há uma preocupação constante com a produção de imagens ilustrativas, cruciais para a narrativa jornalística televisiva, pois é por meio delas que a ciência se torna visível e concreta para o telespectador.

Como estratégias de ampliação do alcance, a TV UFMA emprega múltiplas plataformas de divulgação. Além das exibições na grade da emissora — tanto no *JTV UFMA* quanto em interprogramas e programas especiais —, as reportagens são difundidas por meio do Instagram da TV UFMA, com teasers e registros dos bastidores das gravações, e também em seu canal no YouTube, onde permanecem disponíveis permanentemente. Essa abordagem multiplataforma expande a visibilidade das produções e reforça o compromisso da emissora com a democratização da ciência, consolidando suas produções como um referencial na comunicação pública e científica maranhense.

5. IMPACTOS E PERSPECTIVAS DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA TV UFMA

A TV UFMA exerce uma função determinante na valorização da ciência e na democratização do conhecimento produzido na Universidade Federal do Maranhão e, por vezes, em outras instituições de ensino superior. Por meio de uma comunicação acessível e de formatos audiovisuais atrativos, a emissora consolidou-se como um espaço de diálogo entre universidade e sociedade, mediando o conteúdo científico para o público não especializado. Essa mediação cumpre uma função social relevante ao aproximar o cidadão comum do universo acadêmico, inserindo a ciência no cotidiano e estimulando o interesse por temas de pesquisa, tecnologia e inovação.

Entre os impactos mais proeminentes, destaca-se a visibilidade conferida às pesquisas e aos pesquisadores da UFMA. As reportagens e programas da emissora permitem que a comunidade científica local tenha seus trabalhos publicamente reconhecidos, fortalecendo a imagem da universidade como produtora de saber comprometida com o desenvolvimento regional. Esse processo contribui também para ampliar a percepção da importância social da pesquisa, evidenciando como os estudos desenvolvidos na UFMA impactam áreas como meio ambiente, saúde, educação e cultura.

O depoimento do professor Samuel Boff, do curso de Ciências Biológicas da UFMA, ilustra esse impacto:

Foi uma experiência incrível. Eu cheguei na universidade recentemente, então ter a possibilidade de ter a cobertura da TV UFMA mostrando para a comunidade o que nós viemos realizando no laboratório, foi incrível. Além do mais, vocês deram a possibilidade de que os alunos participassem desse dia. Então, foi enriquecedor para mim e como foi enriquecedor para os alunos também (Samuel Boff, professor do curso de Ciências Biológicas da UFMA, 2025).

O professor participou de uma reportagem do quadro *Em Dia com a Ciência*, na qual abordou seus estudos sobre o impacto das mudanças no uso do solo — notadamente com a agricultura convencional e o desmatamento — e como essas alterações têm afetado a saúde e o comportamento das abelhas nativas, essenciais para os ecossistemas e para a agricultura sustentável.

O conhecimento sobre as mudanças climáticas, a extinção de espécies e as alterações significativas na natureza pode auxiliar o público a compreender a importância da ciência e dos pesquisadores para a manutenção da vida no planeta. Além de divulgar pesquisas, a emissora contribui para a formação de um público mais crítico e cientificamente informado. A exposição contínua de temas científicos em linguagem clara desperta o interesse do público por questões de

ciência, incentivando o pensamento reflexivo e a valorização do conhecimento empírico. A popularização da ciência, nesse contexto, não se limita à transmissão de informações, mas promove a educação científica como ferramenta de inclusão e cidadania, ao permitir que diferentes segmentos da sociedade compreendam e participem dos debates sobre o progresso científico. O trabalho realizado pela TV UFMA torna-se, assim, um canal direto para a sociedade e um elemento de fortalecimento da imagem da instituição, conforme ilustra o depoimento de Rayane Melo, pesquisadora e professora do curso de Licenciatura em Matemática da UFMA, que participou da gravação do quadro:

Participar de uma reportagem do quadro *Em Dia com a Ciência* foi uma experiência maravilhosa e enriquecedora. O resultado final tocou nos pontos-chaves da pesquisa e conseguiu aproximar, de maneira significativa, o telespectador do estudo desenvolvido dentro da universidade. [...] Portanto, a reportagem do *Em dia com a ciência*, além de divulgar a minha pesquisa em âmbito local e nacional, demonstra a preocupação da universidade em reconhecer e valorizar os nossos estudos e pesquisas. (Rayane Melo, pesquisadora e professora do curso de Licenciatura em Matemática da UFMA, 2025)

Por fim, as projeções futuras da TV UFMA apontam para a ampliação do alcance da divulgação científica por meio da integração cada vez maior entre televisão, redes sociais e plataformas digitais. Essa convergência midiática fortalece o papel da emissora como um ecossistema de comunicação científica pública, contribuindo para o fortalecimento da cultura científica no Maranhão. Dessa forma, o impacto da TV UFMA extrapola o campo comunicacional, consolidando-se como um instrumento de educação, engajamento e inclusão social, capaz de aproximar a ciência das pessoas e as pessoas da ciência.

CONCLUSÃO

A trajetória da TV UFMA demonstra que a divulgação científica, quando estruturada com propósito educativo e compromisso social, tem a capacidade de impactar a relação entre a universidade e a sociedade. A emissora consolidou-se como um espaço de mediação entre o conhecimento produzido na academia e o cotidiano do público, tornando a ciência compreensível, pertinente e socialmente significativa. Programas como *Em Dia com a Ciência*, *Em Dia com a Ciência – Entrevista*, *Repórter Ciência* e *TV Ciência* evidenciam que a comunicação pública da ciência é capaz de gerar pertencimento, visibilidade institucional e valorização da pesquisa como bem coletivo.

O fortalecimento da divulgação científica na TV UFMA indica, também, um amadurecimento institucional que vai além da dimensão técnica da produção audiovisual. A emissora incorporou práticas de planejamento e vem contribuindo

para fortalecer a comunicação dos pesquisadores com a mídia, por meio do uso de linguagem simples e direta, edificando um modelo de divulgação científica pautado na inclusão e na pedagogia da imagem. O envolvimento de docentes, discentes e técnicos reafirma o pressuposto de que a divulgação científica é uma responsabilidade compartilhada no âmbito universitário.

Adicionalmente, a experiência da TV UFMA oferece um paradigma de política pública de comunicação científica com raiz regional. Sua atuação contribui para a descentralização da produção de conteúdo científico no Brasil, historicamente concentrada nos grandes centros, e amplia as oportunidades de difusão do conhecimento gerado na Amazônia Legal e no Nordeste. Desse modo, a emissora reitera o papel das TVs universitárias como instrumentos estratégicos de desenvolvimento científico e cultural dessas regiões.

O impacto do trabalho da TV UFMA transcende a popularização da ciência: ele promove o exercício da cidadania, estimula o pensamento crítico e fomenta uma cultura científica essencial para o avanço social. Ao democratizar o acesso ao conhecimento, a emissora concorre para a formação de espectadores mais informados e conscientes de seu papel em uma sociedade balizada pela ciência e pela tecnologia.

Por fim, o percurso analisado neste artigo evidencia que a TV UFMA cumpre, com responsabilidade, sua dupla missão: comunicar para educar e educar para transformar. Seus programas, pautas e estratégias consolidam um modelo de comunicação científica pública, participativa e sustentável. Em um cenário de desinformação e negacionismo, a TV UFMA destaca-se como referência regional em divulgação científica — um exemplo profícuo de como a televisão pública pode ser, simultaneamente, educativa e cidadã.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA PRÁTICA: UM ESTUDO DO CANAL DO YOUTUBE – UFMAOFICIAL

Francinete Louseiro de Almeida²¹

Haphisa Souza Mugnaini²²

Nelciane Dias²³

Josefa Melo e Sousa Bentivi Andrade (Zefinha Bentivi) ²⁴

Guilherme Dias²⁵

RESUMO: Este artigo analisa a utilização do YouTube como ferramenta de divulgação científica pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), considerando sua relevância na comunicação pública. A pesquisa apresenta dados quantitativos sobre os conteúdos publicados no canal oficial da instituição, destacando que, nos últimos 17 meses, cerca de 40 episódios foram dedicados a projetos de pesquisa e extensão, abrangendo diferentes áreas do conhecimento. O estudo evidencia que a UFMA, desde 2010, utiliza a plataforma para ampliar a visibilidade de suas ações acadêmicas, consolidando o YouTube como um espaço estratégico para a democratização da ciência. Como desafio, aponta-se a necessidade de investigar a produção audiovisual à luz da economia da atenção, diante do crescente volume de conteúdos digitais e da dispersão do público.

Palavras-chave: Youtube, disseminação da ciência, pesquisa

ABSTRACT: This article analyzes the use of YouTube as a scientific dissemination tool by the Federal University of Maranhão (UFMA), considering its relevance in public communication. The research presents quantitative data on the content published on the institution's official channel, highlighting that, over the past 17 months, approximately 40 episodes were dedicated to research and extension projects, covering different areas of knowledge. The study demonstrates that,

²¹Doutora em Comunicação pela PUCRS e docente Adjunta do curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFMA

²²Mestra em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas pela UBI

²³Bacharela em Comunicação Social/Rádio e TV pela UFMA e Coordenadora do Núcleo de Audiovisual da Diretoria de Comunicação Institucional - UFMA

²⁴Doutora em Comunicação pela PUCRS e docente Associada da Coordenação de Comunicação Social - Relações Públicas - UFMA

²⁵Discente do Curso de Rádio e TV UFMA e Bolsista do Núcleo de Audiovisual da Diretoria de Comunicação Institucional - UFMA

since 2010, UFMA has used the platform to increase the visibility of its academic activities, consolidating YouTube as a strategic space for the democratization of science. As a challenge, it is necessary to investigate audiovisual production in light of the attention economy, given the growing volume of digital content and audience dispersion.

Keywords: YouTube; science dissemination; research.

INTRODUÇÃO

Divulgar a ciência dentro de uma instituição de ensino superior, além de uma obrigação, constitui um desafio, devido à grande quantidade de informações e estímulos presentes na sociedade contemporânea. O avanço das redes sociais e a participação ativa dessas plataformas na rotina das pessoas mostram que elas não podem — e nem devem — ser ignoradas, devendo ser cada vez mais integradas ao contexto social por meio de um plano de comunicação pública.

Mesmo reconhecendo a importância dos meios tradicionais, o alcance proporcionado pelas redes sociais as torna uma ferramenta poderosa para atingir diferentes públicos. Entre essas plataformas, destaca-se o YouTube, criado em 2005, que atualmente conta com 144 milhões de usuários, ocupando a terceira posição a nível global (Opinion Box, 2025). O YouTube é um espaço propício para encontrar canais de ciência e educação, funcionando como vitrine para professores, pesquisadores e até pessoas comuns interessadas em divulgar ciência.

Trata-se de uma ferramenta de grande potencial para instituições de pesquisa e ensino na disseminação da ciência, vista como tendo “fundamental papel não apenas para o fortalecimento da construção de democracia e cidadania na sociedade contemporânea, mas também como lugar central para repensar a epistemologia da ciência” (Reale; Martyniuk, 2016, p. 4).

1. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Existem muitos artigos e discussões sobre a divulgação da ciência produzida pelas universidades brasileiras, especialmente as públicas. É importante compreender que a divulgação científica não se limita apenas ao trabalho de pesquisadores e cientistas, mas se insere no contexto mais amplo da Comunicação Pública.

No Brasil, há divergência quanto ao início da divulgação científica. Segundo Gonçalves (2008, p. 2): "As primeiras iniciativas de divulgar dados de pesquisas científicas são registradas em livros, conferências e em demonstrações de experimentos para um público restrito." Somente a partir do século XVI a divulgação científica passou a alcançar um público mais amplo.

Representativo desse esforço de espalhar a ciência seria o livro de Bernier le Bovier de Fontenelle "Entretiens sur la pluralité des mondes", publicado em 1686. (...) Poderíamos então considerar Fontenelle como popularizador da ciência se ele escrevia apenas para a aristocracia, que era a classe interessada nesse tipo de conhecimento, e manifestava até a convicção de que o conhecimento científico devia constituir o privilégio da elite? (REIS, 2001 apud GONÇALVES, 2008, p.02)

Este questionamento (REIS, 2001) confirma o entendimento de que todo conhecimento e toda pesquisa científica devem ser popularizados e disponibilizados à sociedade. A divulgação científica é um tema fundamental nas universidades, que, a cada dia, enfrentam mais pressões e precisam apresentar os resultados de suas pesquisas. De acordo com o portal da CAPES, o Brasil publicou cerca de 157 mil artigos científicos em 2023. Esse dado, entre outros fatores, demonstra que as universidades públicas brasileiras são as principais produtoras do conhecimento científico e tecnológico do país.

Como pontuado por Reis (2001), no século XVI, a única forma de divulgar a ciência era por meio de publicações em livros, às quais apenas uma determinada elite tinha acesso. Atualmente, vivemos em uma sociedade em que o acesso às informações digitais cresce a cada momento, e a utilização das tecnologias da comunicação se torna essencial. Quando se fala em tecnologias da comunicação, refere-se a todo um processo, que alguns chamam de convergência, ou seja, o fenômeno pelo qual as informações podem assumir novas formas e conteúdos em diferentes plataformas.

Com a característica das tecnologias de informação de transpor para a base digital meios e linguagens provenientes dos diversos tipos de mídia – como texto, ilustrações, fotos, sons, músicas, animações e vídeos – temos observado uma verdadeira revolução nos processos de gravação, produção, armazenamento e distribuição dos produtos midiáticos. (REGIS, 2008, pág.32)

Toda essa revolução mencionada pela autora já começou a ser incorporada à divulgação científica. Sites foram criados para hospedar e disponibilizar revistas científicas; plataformas como o YouTube, que permitem a veiculação de vídeos com imagens e sons, também são utilizadas por

pesquisadores para apresentar seus trabalhos; e, mais recentemente, redes sociais como Instagram e TikTok passaram a desempenhar papel importante nesse processo.

Em pronunciamento ao portal de notícias oficial da rede social, Ronaldo Marques, head de Parcerias de Conteúdo do TikTok no Brasil, declarou que um dos objetivos da plataforma tem sido trabalhar em iniciativas que apoiam os criadores de educação e estimulem a produção deste tipo de conteúdo²⁶. (MARQUES, 2021 apud GLETEMBERG & GRANADO, 2023, p. 02)

O TikTok, por ser uma plataforma que, além de oferecer entretenimento, permite a veiculação de vídeos curtos, torna-se especialmente atrativo para o público. Esses vídeos podem conter conteúdos educativos, elaborados de forma impactante, com recursos gráficos e efeitos visuais que aumentam o engajamento. Inclusive, já existem estudos e discussões sobre o uso do TikTok por universidades públicas, visando ampliar a divulgação científica. Quando se fala em divulgação científica, está-se pensando justamente na democratização da ciência e na visibilidade do conhecimento produzido. Esse objetivo pode ser alcançado por meio das tecnologias de comunicação, promovendo a difusão do saber tanto entre pesquisadores e cientistas quanto entre jovens estudantes e o público em geral.

Já a divulgação científica ou comunicação pública da ciência é compreendida como a veiculação de informações científicas e tecnológicas para o público em geral, pressupondo adequação de canais e linguagem utilizados pelos especialistas para que haja a compreensão do dito público leigo. (DIAS, 2017, PÁG. 34)

A discussão sobre a relação entre ciência, mídia e sociedade torna-se relevante ao se compreender a função social que esse tipo de divulgação deve cumprir. Nesse contexto, adentra-se na esfera da Comunicação Pública, cuja responsabilidade é assegurar o acesso à informação, promovendo a conscientização do cidadão e sua participação nos rumos da sociedade, da nação e do mundo.

2. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Ao se falar sobre comunicação pública, é preciso primeiro entender que as instituições públicas têm o dever de manter, em seu organograma, uma estrutura de comunicação que abranja a comunicação organizacional de forma a

²⁶ Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/enem-2021>

alcançar seus públicos e os cidadãos. Para Heloiza Matos (2011, p.45), “a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo”. Esse diálogo só poderá acontecer se as instituições estiverem preparadas para tal trabalho. Historicamente, observa-se que somente no século XVI a divulgação da ciência alcançou um público mais amplo.

É comum que os conceitos de comunicação pública incluam termos como direito à informação, cidadania, estado democrático e transparência. Regulamentada pela Lei nº 12.527/2011, conhecida como Lei de Acesso à Informação, essa norma garante que os cidadãos tenham acesso às informações necessárias para questionar decisões de seus representantes. Ao mesmo tempo, quando as organizações públicas disponibilizam dados aos cidadãos, fortalecem a transparência institucional.

Outro ponto importante da Comunicação Pública é a tentativa de garantir um ambiente mais democrático e justo. As instituições governamentais precisam ser percebidas como espaços de interação com seus públicos, utilizando mecanismos de comunicação que extrapolem os muros da burocracia.

A comunicação pública configura um conceito complexo que permite extrair múltiplas abordagens teóricas e reflexões sobre sua prática nas diferentes perspectivas do campo comunicacional. Ela implica várias vertentes e significações, podendo-se entendê-la, basicamente, segundo estas quatro concepções básicas: comunicação estatal; comunicação da sociedade civil organizada que atua na esfera pública em defesa da coletividade; comunicação institucional dos órgãos públicos, para promoção de imagem, dos serviços e das realizações do governo; e comunicação política, com foco mais nos partidos políticos e nas eleições.

Buscando o ponto central deste artigo, a divulgação científica realizada pela Universidade Federal do Maranhão, por meio do canal oficial no YouTube, requer atenção especial à Comunicação Institucional, responsável por promover a imagem da instituição. A comunicação institucional está diretamente ligada à gestão das estratégias de relacionamento das organizações com seus públicos específicos e à construção de uma identidade corporativa sólida. Ela também se relaciona aos aspectos que conferem à instituição uma personalidade credível.

A figura do assessor de imprensa ou do consultor de comunicação institucional projeta-se nesse cenário de crescimento, devendo ganhar espaço no grande território das entidades intermediárias da sociedade. Sua missão será a de planejar e operar estratégias, posições bem mais consistentes que o simples estreitamento de relações com a imprensa. Trata-se de uma competência que lhe propiciará ascender

ao patamar de estratégias e, assim, exercer funções mais elevadas, extrapolando sua interferência no ambiente da organização e tornando-o um agente político na construção de uma sociedade mais consciente de direitos e deveres. (TORQUATO, 2017, p.13-14)

Os responsáveis pela Comunicação Institucional têm a responsabilidade de planejar e desenvolver estratégias que posicionem a organização como agente na construção de uma sociedade melhor. Isso fará com que a organização possua uma imagem sólida e uma identidade respeitada perante seus públicos e o ambiente em que está inserida. Quando Torquato afirma que a organização “precisa se tornar um agente político na construção de uma sociedade mais consciente de direitos e deveres” (TORQUATO, 2017, p.14), retorna-se à interseção entre Comunicação Pública e Comunicação Institucional.

As organizações públicas, especialmente, devem incorporar na prática da Comunicação Institucional o exercício da própria Comunicação Pública. Ou seja, além de informar e divulgar suas ações, precisam manter um relacionamento com seus públicos de forma a ensinar e conscientizar sobre direitos e deveres, assim como sobre sua condição de cidadãos em uma sociedade que necessita crescer cada vez mais de maneira justa e igualitária.

Nesse contexto, compreende-se a importância da Comunicação Integrada no âmbito da Comunicação Institucional/Pública. É necessário o esforço coordenado das diversas áreas da Comunicação Social para que todos os objetivos deste setor sejam alcançados. Como afirma Kunsch: “Quando falo de ‘comunicação organizacional integrada’, o que quero é deixar clara a natureza de cada modalidade comunicacional” (KUNSCH, 2011, p.22). Em especial nas organizações públicas, a Comunicação Interna e a Comunicação Institucional precisam estar em constante sinergia, utilizando cada vez mais a Comunicação Digital, que hoje é essencial na Comunicação Organizacional.

As ações comunicativas precisam ser guiadas por uma filosofia e uma política de comunicação integrada que levem em conta as demandas, os interesses e as expectativas dos públicos e da sociedade. E a comunicação pública certamente tem muito a ver com tudo isso. (KUNSCH, 2011, p.22)

2.1 A Comunicação na Universidade Federal do Maranhão

A Universidade Federal do Maranhão (UFMA) é a única universidade pública federal do estado. Teve sua origem em São Luís (capital do Maranhão), por meio da Faculdade de Filosofia, em 1953, e foi instituída pelo Governo Federal por meio da Lei nº 5.152, de 21/10/1966. Em 2026, a UFMA completará 60 anos, e durante esse período a universidade tem apresentado um crescimento respeitável.

Atualmente, a UFMA está presente em nove cidades do Maranhão: Bacabal, Balsas, Chapadinha, Codó, Grajaú, Imperatriz, Pinheiro, São Bernardo e São Luís, contando com 13 centros acadêmicos — um em cada cidade, dois em Imperatriz e quatro em São Luís —, além de alguns prédios espalhados pela capital, que abrigam cursos diversos. Nos últimos dois anos, período utilizado como parâmetro para este artigo, a UFMA alcançou.

Concertos, exposições, oficinas e recitais movimentaram os espaços culturais da universidade, projetos de extensão que atuam com populações urbanas, ribeirinhas, quilombolas e rurais, projeto Oportuniza Mais que ampliou o acesso à formação profissional para 1406 jovens em situação de vulnerabilidade e o projeto São Luís Alfabetiza alcança cerca de 37 mil pessoas.

Aumentou em 41,8% bolsas de mestrado; 27,8% bolsas de doutorado; 24% nos projetos de pesquisa cadastrados; 19% nos grupos de pesquisa; 31% na submissão de planos PIBIC; 317% crescimento nos projetos de inovação; 208% no cadastro de laboratório de pesquisa; 140% nas submissões de planos PIBIT; 10% no ingresso de novos estudantes; 13% no aumento de concluintes; 6.867 estudantes matriculados em 13 cursos de graduação EAD; O Festival Guarnicê alcança hoje 52 países com mais de 1.000 filmes inscritos por edição.[1]

²⁷Em 2019, a UFMA alterou seu organograma, incluindo o setor de Comunicação. Atualmente, contamos com a Superintendência de Comunicação Social, composta por três diretorias: Diretoria de Comunicação Institucional, Rádio Universidade FM e TV UFMA. A Rádio Universidade FM possui 39 anos de existência e tem como missão divulgar a cultura maranhense e o conhecimento gerado na universidade; a TV UFMA, com uma década de atuação, fortalece a comunicação pública. Ambas servem como locais de estágio para alunos da universidade, tanto dos cursos de Comunicação Social quanto de outros cursos.

O propósito deste artigo é apresentar o canal YouTube UFMA Oficial, coordenado e gerenciado pelo Núcleo de Audiovisual da Diretoria de Comunicação Institucional (DCOM); por isso, é necessário contextualizar a diretoria. A DCOM possui 10 servidores, distribuídos da seguinte forma: 2 relações públicas, 1 produtora cultural, 1 publicitário, 1 revisor, 1 Élio, 1 Márcio, 1 Marcos, 1 Netto e 1 Mizael. Além disso, conta com funcionários terceirizados: 3 jornalistas, 3 bacharéis em Rádio e TV, 2 relações públicas e 1 Agda. Ao todo, são 20 profissionais e 12 bolsistas, divididos em duas coordenações — Coordenação de Relações Públicas e Cerimonial e Coordenação de Comunicação Visual e Design

²⁷ Dados coletados no Instagram da UFMA: <https://www.instagram.com/ufmaoficial?igsh=MXYZOWNzaGw0ZmVzZQ==>

Gráfico — e três núcleos: Núcleo de Audiovisual, Núcleo de Jornalismo e Núcleo de Redes Sociais. Juntos, eles realizam diariamente a comunicação da UFMA.

De acordo com a Instrução Normativa n.º 02 SCOM/DCOM:

Art 2º A Diretoria de Comunicação Institucional da Superintendência de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, DCOM/SCE, tem como objetivo planejar e coordenar as ações estratégicas de comunicação da UFMA, interna e externamente, em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e está dividida em duas Coordenações (Relações Públicas e Cerimonial e Comunicação Visual e Desing Gráfico) e três Núcleos de Serviços (Jornalismo e Imprensa, Produção Audiovisual e Redes Sociais).

§ 1º À Diretoria de Comunicação Institucional compete:

I – Gerir as atividades de comunicação institucional, jornalismo e imprensa, publicidade, comunicação audiovisual, redes sociais digitais, relações públicas e cerimonial da Universidade; II – Zelar e fortalecer a imagem da instituição junto aos seus públicos;

III – Estabelecer diretrizes e articular as ações de comunicação social com as unidades de São Luís e do interior;

IV – Promover a difusão de informações relativas ao ensino, a pesquisa e a extensão desenvolvidas pela Universidade.

V – Exercer outras atividades que se incluam no âmbito da competência da Diretoria.

A DCOM desenvolve suas atividades de forma integrada, valorizando o trabalho de cada profissional. Atualmente, contamos com os seguintes canais: o site institucional; as redes sociais Instagram e LinkedIn; o canal de WhatsApp; e o canal do YouTube, que será apresentado no próximo ponto.

3. O YOUTUBE – UFMA oficial

O Canal Oficial da UFMA teve sua inscrição na plataforma do YouTube em 30 de março de 2010 e, atualmente, conta com 25,9 mil inscritos, 4.304 vídeos e cerca de 2.510.386 visualizações. Desde a sua criação, o Canal Oficial da UFMA tem se preocupado com a divulgação de toda a produção científica da Universidade Federal do Maranhão. Apesar disso, há muitos vídeos de coberturas institucionais; cerca de 30% do total de vídeos são destinados a projetos de pesquisa e extensão.

O espaço no canal do YouTube voltado para pesquisa e extensão era inicialmente chamado *Caminhos da Pesquisa*. Posteriormente, passou a se chamar *Ensino, Pesquisa e Extensão* e, atualmente, o programa se denomina *Sempre Mais Pesquisa, Sempre Mais Extensão*.

Em 2013, quando o programa ainda se chamava *Caminhos da Pesquisa*, foi laureado no Prêmio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), considerado o prêmio mais esperado e respeitado pelos pesquisadores do estado. O programa premiado apresentou um estudo desenvolvido por um professor do Departamento de Comunicação Social, que abordava, na época, o impacto das tecnologias nas relações jornalísticas.[1]

Vale ressaltar que, hoje, além do programa *Sempre Mais Pesquisa, Sempre Mais Extensão*, o Canal Oficial da UFMA possui os programas *Sabendo Mais* e *Por Dentro da UFMA*. Este artigo apresentará os programas elaborados nos últimos dois anos; nosso objetivo não é analisar o conteúdo dos programas, até porque os assuntos são variados. A intenção do trabalho é fornecer dados quantitativos para possibilitar uma análise sobre a divulgação científica na Universidade Federal do Maranhão.

RELAÇÃO DOS PROJETOS SEMPRE MAIS: DE 2024 – 2025

DATA	PROJETOS	ENTREVISTADO
18/06/24	Projeto de Pesquisa e Extensão: Caminhos da Boiada	Profa. Letícia Cardoso
05/07/24	Projeto de Pesquisa: Energia Maremotriz	Prof. Osvaldo Saavedra
24/07/24	Projeto de Extensão: Coletiva Teatrar	Profa. Dayana Roberta
13/08/24	Projeto de Extensão: Turismo e Desenvolvimento Comunitário	Estudante: Maria Amanda de Vasconcelos
10/09/24	Projeto de Extensão: Estudar, uma ação saudável	Profa. Francy Rabelo
14/10/24	Projeto de Extensão: INOVACOM	Prof. Márcio Carneiro

08/11/24	Projeto de Extensão: Cientistas de Alcântara	Prof. Alex Barradas
02/12/24	Projeto de Extensão: Una-se	Prof. Arkley Bandeira
10/12/24	Projeto de Extensão: Ampliando Fronteiras: Estratégia de Desenvolvimento e Disseminação de Produtos Educacionais	Prof. Edson Carvalho
17/01/25	Projeto de Extensão: Escola de Educação Popular no Corredor Carajás: Cidadania, Direitos Humanos e Direitos da Natureza	Prof. Horácio Júnior
29/01/25	Projeto de Pesquisa: Plataformas Moleculares e Biotecnológicos no Diagnóstico da Hanseníase	Profa. Mayara Ingrid Sousa Lima
31/01/25	Projeto de Extensão: Astronomia no Sertão	Profa. Daniely Gaspar
03/02/25	Projeto de Pesquisa: Envelhecimento Saudável	Profa. Elane Viana Hortegal Furtado
05/02/25	Projeto de Extensão: Museu Afrodigital do Maranhão	Profa. Marilane Martins Abreu
14/02/25	Projeto de Pesquisa: O Design no Projeto de Rede para Memória e Difusão de Cultura Local: O Fofão do Carnaval	Profa. Priscila Andrade Silva
27/02/25	Projeto de Pesquisa: Clínica de Acesso à Justiça	Prof. Ruan Didier
07/03/25	Projeto de Pesquisa: Empreendedorismo, Diversidade e Inovação Social: Reflexão e	Prof. Ramon Bezerra

	Construção de um Hub de Inovação Social na UFMA	
31/03/25	Projeto de Extensão: Laboratório Experimental de Jornalismo	Profa. Gisa Carvalho
17/04/25	Projeto de Pesquisa e Extensão: Meninas Oyá	Profa. Carolina Aranha
17/04/25	Projeto de Pesquisa: Expedição Internacional de Circum-Navegação Costeira Antártica	Profa. Cláudia Parise
24/04/25	Projeto de Pesquisa: Vilas Indígenas na Amazônia Pombalina em Perspectiva Conectada	Profa. Soraia Sales Dornelles
30/04/25	Projeto de Pesquisa e Extensão: Literatura Maranhense, História e Sociedade	Prof. José Dino Costa Cavalcante
08/05/25	Projeto de Pesquisa: Efeitos Agudos e Crônicos da Atividade Física sobre a Ansiedade, Depressão e Estresse	Prof. Francisco Navarro
21/05/25	Projeto de Extensão: Entre um Chá e Outro: Experiências e Saberes Botânicos ao Longo das Gerações	Prof. Eduardo Bezerra
27/05/25	Projeto de Extensão: Cuidados Farmacêuticos com PICS: Consultórios	Profa. Denise Coutinho
03/06/25	Projeto de Extensão: Manifestações Culturais e Territorialidades: Mapeamento do Tambor de Crioula no Maranhão	Prof. Josoaldo Lima Rego

03/06/25	Projeto de Extensão: Curso Básico de Língua Brasileira de Sinais – Libras	Profa. Ana Zilda Cabral
09/06/25	Projeto de Extensão: A Química, Ciência e Tecnologia Ambiental a Serviço de Comunidades Maranhenses	Prof. Ulisses Nascimento
13/06/25	Projeto de Pesquisa: IA na Saúde Bucal	Profa. Erika Martins Pereira Lima
13/06/25	Projeto de Extensão: Entretextos	Profa. Ilza Galvão Cutrim
18/06/25	Projeto de Extensão: Serviço de Estomatopatologia Odontológica	Professor (a): Erika Martins Pereira Lima
30/06/25	Projeto de Pesquisa: Sistemas de Ar-condicionado Solar	Professor (a): Thiago Prudêncio de Oliveira
14/07/25	Projeto de Pesquisa: Produtos Educacionais Inclusivos	Professor (a): Márcio James Soares Guimarães
14/07/25	Projeto de Pesquisa: Processamento de Imagem e Computação Gráfica	Professor (a): Aristófanês Corrêa Silva
29/07/25	Projeto de Pesquisa: Falhas Imunológicas Genéticas em Pacientes	Professor (a): Paulo Vítor Soeiro Pereira
30/07/25	Projeto de Extensão: Métodos para Alfabetizar Crianças da Rede Municipal de Ensino	Professor (a): Edith Maria Batista Ferreira

01/10/25	Projeto de Pesquisa: Caderno de Cultura Maranhense em Libras	Professor (a): Maria Nilza Oliveira Quixaba
03/10/25	Projeto de Pesquisa: Geografia da Saúde	Professor (a): Zulimar Márta Ribeiro Rodrigues
10/10/25	Projeto de Extensão: Análise de Qualidade de Água em Comunidades Periféricas e Quilombolas do Estado do Maranhão	Professor (a): Rafaely Nascimento Lima
05/11/25	Projeto de Pesquisa: Efeito de Produtos Naturais no Sistema Imunológico	Professor (a): Rosane Nassar Meireles Guerra Libério

CONCLUSÃO

O YouTube se apresenta como uma plataforma eficaz na disseminação científica, contribuindo para a democratização e a acessibilidade de informações relevantes à sociedade, consolidando-se como uma ferramenta estratégica na Comunicação Pública. Reconhecendo esse potencial, a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) utiliza o YouTube desde 2010 como recurso integrado à sua assessoria de comunicação, empregando-o em coberturas institucionais, eventos e na divulgação de projetos de pesquisa e extensão.

Os dados analisados indicam que, nos últimos 17 meses, aproximadamente 40 episódios publicados no canal oficial da UFMA foram dedicados a conteúdos relacionados à pesquisa e extensão, contemplando uma diversidade de temáticas e áreas do conhecimento. Essa prática evidencia o uso consistente e efetivo da plataforma pela mais antiga universidade do Maranhão, garantindo visibilidade a diferentes tipos de pesquisa e projetos, além de ter sua qualidade reconhecida por premiações especializadas.

Como fragilidade e desafio para investigações futuras, destaca-se a necessidade de analisar o material produzido no YouTube da UFMA à luz do conceito de economia da atenção (SIMON, 1971), considerando o crescente volume de conteúdos online, a escassez de atenção dos usuários e hábitos como o *scroll*, que impactam diretamente a forma como esses conteúdos são consumidos.

REFERÊNCIAS

Artigo: Por Que a Ciência Precisa Falar com Você? A Experiência do Projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica no Estado do Maranhão” (Autores: BASTOS, J. A)

ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária. Disponível em:
<https://www.abtu.org.br/>

ACCIOLY, Denise Cortez da Silva. TV Universitária: a televisão da universidade. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2009. p. 1-15.

ANDRADE, L.V.B. **Iguarias na Hora do Jantar**: O espaço da ciência no telejornalismo diário. Rio de Janeiro: UFRJ, 266p. Tese (Doutorado) – Programa Educação, Gestão e Difusão em Biociências, Instituto de Bioquímica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

ARAÚJO, V. V. B. Telejornalismo na TV pública: Uma análise do Repórter Brasil. In: GOMES, Itania Maria Mota Gomes (org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

BENASSI, Cassiane Beatrís Pasuck; STRIEDER, Dulce Maria. Qual a percepção que o jovem brasileiro tem da ciência e tecnologia? **I Simpósio Sul-Americano de Pesquisa em Ensino de Ciências**, n. 1, 2020.

BRASIL, Antônio. O ensino de telejornalismo na era digital: a cobertura dos telejornais universitários na internet. In: **10 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2012, Curitiba. Anais.Curitiba: SBPJor, 2012.

DIAS, Pablo Ricardo Monteiro; MORAIS, O. J.; GOMES, Romulo Fernando Lemos. Divulgação Científica por Instituições de Ensino Superior: estratégias e práticas discursivas em redes sociais digitais. In: **XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas-Bauru/SP-18 a. 2020**.

DUARTE, Jorge; FARIA, A. Media training: capacitando fontes e porta-vozes. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2011

Artigo: Comunicar para Transformar: O Media Training como Estratégia de Divulgação Científica e Fortalecimento da Inovação no Maranhão (Autores: NOGUEIRA, J. S)

FAPEMA. **Edital FAPEMA nº 019/2021 – Inova Maranhão Startups: Incubação e Pré-**

Aceleração de Startups. São Luís: Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão, 2021.

FAPEMA. **Programa Centelha Maranhão II**. São Luís: Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão, 2023.

BRASIL. **Política Nacional de Práticas Integrativas e Complementares no SUS (PNPIC)**. Brasília: Ministério da Saúde, 2018.

UFMA; FAPEMA. **Curso de Mídia Training**: estratégias de comunicação para pesquisadores. São Luís: Universidade Federal do Maranhão / FAPEMA, 2024.

Artigo: Divulgação Científica nos Meios de Comunicação: Orientações Práticas para a Difusão da Ciência (Autores: TRINDADE, I. E. L.; SILVA, S. D. R; BRAGA, T. P.)

ALSINA, Miquel Rodrigo et al. **La construcción de la noticia**. 2 ed. Barcelona: Paidós, 1993.

ASSAD, Nancy e PASSADORI, Reinaldo. **Media Training**. Como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade. 1. ed. Gente, 2009.

BRASIL. Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE). **Pesquisa de Percepção Pública da Ciência e Tecnologia**. Brasília: CGEE, 2023. Disponível em: <https://percepcao.cgee.org.br/resultados>. Acesso em: 12 dez. 2025.

BUENO, Wilson Costa. **Comunicação científica e divulgação científica**: aproximações e rupturas conceituais. Informação & Informação, Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15nesp.p1>. Acesso em: 10 dez. 2025.

DATA REPORT. **DIGITAL 2025: BRAZIL**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil> Acesso em: 10 dez. 2025

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2018.

GARRIDO, Joseilma de A. **Guia de saúde vocal**: um guia para ajudar você a dar poder à sua voz. São Luís, 2025.

SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2002, p. 01-17.

SOUSA, Saylon. **Práticas de comunicação científica para áudio e vídeo** [livro eletrônico]. Ed. do autor. São Luís, 2025.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Florianópolis: Editora Insular, 2016. p. 233-246.

Artigo: *Divulgação Científica Em Redes Sociais: Produção De Conteúdo, Dispositivos Digitais E Desafios Para Universidades E Pesquisadores* (Autores: GOMES, R. F. L.; MONTEIRO DIAS, P. R.)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA (ABTU). **Mapa 4.0: TV Universitária Brasileira**. 2022. Disponível em: <https://www.mapatvu.org.br/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

Artigo: *Uma Ciência para Todos: A Contribuição das Emissoras Universitárias na Divulgação Científica para o Grande Público* (Autores: LEITE, C. M. C.; ROCHA, L. R.; COSTA, J. H. R.)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA (ABTU). **Mapa 4.0: TV Universitária Brasileira**. 2022. Disponível em: <https://www.mapatvu.org.br/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

BASTOS, Josie Amaral; NETO, João Azevedo Meireles; DINIZ, Sylmara Durans; **Em dia com a ciência: a divulgação científica no telejornal da tv universitária da UFMA**, 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 out. 2025.

BRASIL. Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963. Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 101, n. 211, p. 10077-10086, 6 nov. 1963. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm. Acesso em: 10 out. 2025.

BRASIL. Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 100, n. 165, p. 8963-8974, 28 ago. 1962. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117compilada.htm. Acesso em: 12 out. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação científica e divulgação científica: reflexões conceituais**. Revista Com Ciência, n. 121, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **O conceito de comunicação pública**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-

Compós), Brasília, v. 12, n. 2, 2009.

MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima (org.). **Ciência e público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro; Fórum de Ciência e Cultura, 2002. 232 p. (Série Terra Incógnita, v. 1).

REZNIK, Gabriela et al. **Ciência na Televisão Pública**: uma análise do telejornal Repórter Brasil. Alexandria: Revista de Educação em Ciência e Tecnologia, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 157–178, maio 2014.

SCHMIEDECKE, Winston Gomes; PORTO, Paulo Alves. **A história da ciência e a divulgação científica na TV**: subsídios teóricos para uma abordagem crítica dessa aproximação no ensino de ciências. Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências (RBPEC), Belo Horizonte, v. 15, n. 3, p. 627–643, 2015.

TV UFMA. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@tvufma>. Acesso em: 18 out. 2025.

TV UFG. **Canal no YouTube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/@TVUFG>. Acesso em: 18 out. 2025.

TV UFMS. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@tvufms>. Acesso em: 18 out. 2025.

TV UFMT. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@TVUUFMT>. Acesso em: 17 out. 2025.

TV UFOP. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@tvufop>. Acesso em: 19 out. 2025.

TV UFPB. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@TVUFPB>. Acesso em: 17 out. 2025.

TV UFRR. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/c/R%C3%A1dioeTVUniversit%C3%A1riaRTV>. Acesso em: 15 out. 2025.

TV UFSC. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/user/tvufsc>. Acesso em: 20 out. 2025.

TVU RN. **Canal no YouTube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/@tvurn>. Acesso em: 20 out. 2025.

TVU UBERLÂNDIA. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@tvu.uberlandia>. Acesso em: 20 out. 2025.

TV VIÇOSA. **Canal no YouTube**. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@tvvicosa6508>. Acesso em: 17 out. 2025.

Artigo: A Ciência no Rádio: O Papel da Rádio Universidade no Projeto “Estratégias de Comunicação para o Fortalecimento da Divulgação Científica” (Autores: PELLEGRINI, P. A. E. S.)

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009, v. 2.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 236, de 1967**, complementar à Lei Geral das Telecomunicações – Lei 4.117, 1962.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental**: explorando além do conceito. Desenvolvimento e Meio Ambiente, n 15. p. 33-44. Paraná: Editora UFPR, jan/jun. 2007.

CAPES. **Brasil publicou quase 157 mil artigos em 2023**. Disponível em <https://www.gov.br/capes/pt-br/assuntos/noticias/brasil-publicou-quase-157-mil-artigos-em-2023>. Publicado em 25/03/2024. Acesso: 04/09/2025.

DUARTE, Jorge; FARIA, Armando Medeiros de. **Media training**: capacitando fontes e porta-vozes. In: DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GOMES, Tania Cristina; VERDUM, Roberto. **Importância da divulgação científica para a Educação e para o ensino de Geografia**: um instrumento à disposição de professores para estimular o pensamento crítico sobre ciência. In: Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Geografia. Revista Territorium Terram, v. 06, n. 09, 2023. Disponível em http://www.seer.ufsj.edu.br/territorium_terram/article/view/5281/3171. Acesso: 04/09/2025

KAPLÚN, Mário. **Produção de programas de rádio**: do roteiro à direção. Florianópolis: Insular, 2017.

SOUZA, Haryson Alves de; COSTA, Lucy Regina Farias de Melo Miranda. **Meio ambiente e humor nas charges do Jornal Correio da Paraíba**. In: SOUSA, Cidival Morais de (Org). Jornalismo Científico e Desenvolvimento Regional: Estudos e Experiências. Campina Grande: EDUEP, 2008.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no Mundo. São Paulo: Negócio Editora, 1997.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO. **Portal Padrão**. Departamento de Comunicação Social/CCSO. Disponível em https://sigaa.ufma.br/sigaa/public/departamento/professores.jsf?lc=pt_BR&id=875. Acesso: 13/08/2025.

VALENTE, Jonas. **Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação**. In: Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social. Disponível em <https://www.intervozes.org.br/arquivos/interliv004spcmepb.pdf>. São Paulo: Paulus, 2009.

Artigo: A Divulgação Científica na TV UFMA: Da Criação à Consolidação de um Espaço de Comunicação Pública da Ciência (Autores: COSTA, J. H. R.; ROCHA, L. R.; LEITE, C. M. C.; BATISTA, R. F. S.)

HUNGARO, E.; PUGLIESE, D. **Comunicação científica e popularização da ciência no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2024.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier (Antiga Campus), 2006.

TARGINO, M. G. **O jornalismo científico e a democratização do conhecimento**. São Paulo: Summus, 2007.

VIEIRA, C. **Pequeno manual de divulgação científica**. São Paulo: Unesp, 2006.

ZAGANELLI, M.; GANTOS, C. **Divulgação científica e sociedade: perspectivas e desafios contemporâneos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

Artigo: Divulgação Científica na Prática: Um Estudo do Canal do YouTube – UFMA Oficial (Autores: ALMEIDA, F. L.; MUGNAINI H. K. C. S.; DIAS, N.; ANDRADE, J. M. S. B.; DIAS, G.)

CARVALHO, Mariela Costa. **Divulgação científica no YouTube: narrativa e cultura participativa nos canais Nerdologia e Peixe Babel**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 39., 2016, São Paulo. Anais. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016

DIAS, Pablo Ricardo Monteiro. **O papel da Assessoria de Comunicação na divulgação da produção científica e tecnológica da Universidade Federal do Maranhão**. 2017. 119 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.

MATOS, Heloiza. **A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 39–59.

OPINION BOX. **YouTube no Brasil 2025**: dados sobre o comportamento dos usuários da maior plataforma de vídeos do mundo. 2025. Disponível em: <https://www.opinionbox.com/>. Acesso em: 14 dez. 2025.

REALE, Manuella Vieira; MARTYNIUK, Valdenise Leziér. **Divulgação científica no YouTube**: a construção de sentido de pesquisadores nerds comunicando ciência. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2016.

RÉGIS, Fátima. **Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 32–37, 2009. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2008.37.4797>.

SIMON, Herbert Alexander. **Designing organizations for an information-rich world**. In: GREENBERGER, Martin (org.). *Computers, communications, and the public interest*. Baltimore: Johns Hopkins Press, 1971. p. 37–52., acesso em: 15/12/2025.

Realizado o Depósito legal na Biblioteca Nacional conforme a Lei nº 10.994, de 14 de dezembro de 2004.

TÍTULO	Saberes E Práticas Em Divulgação Científica Do Maranhão
ORGANIZADORES	Cecília Maria Da Costa Leite Francinete Louseiro De Almeida Haphisa Kashemyra Costa Souza Josie Do Amaral Bastos Pablo Ricardo Monteiro Dias (Orgs)
SUPORTE	Digital
PROJETO GRÁFICO E CAPA	Erika Silva Viana
PÁGINAS	119
TIPOGRAFIA	Open Sans CORPO Lexend TÍTULO



**EDITORA
ASSOCIADA
À ABEU**
abeu.org.br

