

GUIA PRÁTICO DE JORNALISMO CIENTÍFICO INSTITUCIONAL



Guia Prático de Jornalismo Científico Institucional

Tipologia do produto:

Manual

Autoria e projeto gráfico

Tiago de Oliveira Braga

Orientação

Antônia de Abreu Sousa

Fotos

Acervo IFCE

Ficha catalográfica

BRAGA, Tiago de Oliveira; SOUSA, Antônia de Abreu.

Guia Prático de Jornalismo Científico Institucional / Tiago de Oliveira Braga; Antônia de Abreu Sousa, 2025. 40 páginas.

Produto educacional da dissertação Comunicação Pública de Ciência: o jornalista como divulgador científico na Educação Profissional e Tecnológica. Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT. Instituição associada: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2025.

ISBN 978-65-01-46538-8

1. Comunicação pública. 2. Jornalismo científico. 3. Agência de comunicação.

QUEM SOMOS

Tiago de Oliveira Braga (autor)

Jornalista do IFCE e mestrando do Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT). É membro da Rede Brasileira de Jornalistas e Comunicadores de Ciência (RedeComCiência) e da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública).

E-mails: tiago.braga@ifce.edu.br /
agencia@ifce.edu.br

Antônia de Abreu Sousa (orientadora)

Docente do IFCE e do Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT). É integrante do Núcleo de Pesquisa em Educação Profissional (NUPEP) e do Laboratório de Estudos sobre o Trabalho e Qualificação Profissional (LABOR). Também atua como professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da UFC.

E-mail: antonia@ifce.edu.br

SUMÁRIO

Apresentação.....	5
Por que divulgar.....	6
<i>Dez razões para divulgar.....</i>	<i>7</i>
A agência IFCE.....	9
<i>Estrutura e funcionamento.....</i>	<i>10</i>
<i>Características.....</i>	<i>14</i>
<i>Diretrizes e objetivos.....</i>	<i>15</i>
<i>Critérios para publicação.....</i>	<i>17</i>
Como encontrar pautas.....	18
<i>Algumas dicas.....</i>	<i>19</i>
Relação com as fontes.....	21
<i>Algumas dicas.....</i>	<i>22</i>
Boas práticas.....	24
<i>Dicas para apuração.....</i>	<i>26</i>
<i>Dicas para escrita.....</i>	<i>28</i>
<i>Proposta de checklist.....</i>	<i>32</i>
Ações posteriores.....	33
Considerações finais.....	35
Referências.....	36
Material complementar.....	37

APRESENTAÇÃO

O objetivo principal deste guia é orientar os jornalistas do Instituto Federal do Ceará na produção de reportagens para a Agência IFCE, plataforma de divulgação das ações de pesquisa, extensão e inovação da instituição.

Desenvolvida a partir de uma pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT), a Agência tornou-se parte do trabalho dos comunicadores do IFCE, sendo gerenciada pela Coordenadoria de Projetos Estratégicos de Comunicação Institucional do Departamento de Comunicação Social (DCS).

Aqui, você encontrará orientações, ferramentas práticas e dicas para qualificar a cobertura de ciência, tecnologia e inovação. Embora tenha sido desenvolvido prioritariamente para jornalistas do IFCE, o guia pode ser útil também para comunicadores de toda a Rede Federal e de universidades que, assim como o Instituto Federal do Ceará, buscam ampliar a visibilidade do conhecimento produzido por seus professores, técnicos administrativos e estudantes.

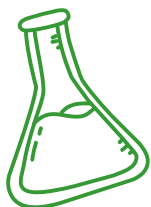
Boa leitura!

POR QUE DIVULGAR

Divulgar o conhecimento gerado em instituições como o IFCE é fundamental para aproximar a sociedade da ciência, democratizar o saber e combater a desinformação.

Enquanto comunicadores públicos, os jornalistas desempenham papel estratégico nesse processo, garantindo que a produção acadêmica não fique restrita a laboratórios e a periódicos especializados. Dessa forma, ajudam as instituições a cumprir seus compromissos com a transparência e a cidadania.

Porém, no IFCE, a cobertura jornalística sobre pesquisas ainda é tímida. Produzir esse tipo de conteúdo pode ser desafiador, mas é essencial para fortalecer o papel da instituição como produtora de conhecimento e fonte confiável de informação.



DEZ RAZÕES PARA DIVULGAR

1 Fortalecer a comunicação pública da ciência, divulgando informações de **interesse público** e democratizando o conhecimento.

2 Contribuir com a **alfabetização científica** das pessoas, auxiliando no desenvolvimento do pensamento crítico e na valorização das evidências científicas na tomada de decisões.

3 (Re)**construir pontes** com a sociedade, reduzindo a falsa sensação de que ciência, tecnologia e inovação estão distantes do cotidiano das pessoas.

4 Fortalecer a **confiança** na ciência, combatendo a desinformação.

5 Prestar contas com a sociedade, tornando as **informações transparentes**, uma vez que as pesquisas são financiadas por dinheiro público.





6

Incentivar a formação de uma **cultura científica e participativa** no IFCE, promovendo o diálogo entre seus públicos internos sobre a importância da socialização do conhecimento produzido.

7

Promover a **Educação Profissional e Tecnológica** (EPT), destacando a sua importância para a sociedade e auxiliando no processo de reconhecimento dos institutos federais como geradores de conhecimento.

8

Posicionar o IFCE como fonte confiável de informação, fortalecendo a relação entre pesquisadores e jornalistas da **imprensa** em geral.

9

Dar visibilidade a pesquisadores e estudantes, no sentido de **valorizar os sujeitos** por trás dos processos e dos produtos.

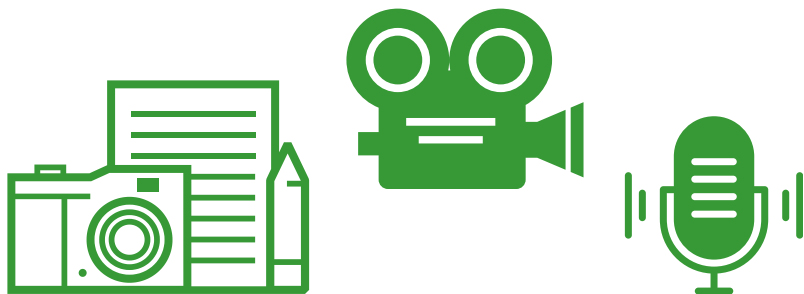
10

Ajudar na **captação de recursos** e no apoio à pesquisa.

A AGÊNCIA IFCE

A Agência IFCE é uma iniciativa de comunicação voltada para a divulgação de ações e projetos de pesquisa, extensão e inovação desenvolvidos no Instituto Federal do Ceará (IFCE) por professores, servidores e estudantes. Seu objetivo é democratizar o conhecimento produzido na Educação Profissional e Tecnológica (EPT), tendo como um dos focos principais o jornalismo científico institucional.

O conteúdo da Agência é publicado em uma página no portal do IFCE e organizado em três editorias: Pesquisa, Extensão e Inovação. A proposta é apresentar, de forma acessível, temas científicos e tecnológicos que impactam a sociedade, por meio de reportagens, artigos de opinião, perfis e entrevistas. Todo o material pode ser reproduzido livremente pela imprensa, de forma gratuita, seguindo as diretrizes de uso do conteúdo.



ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO

A comunicação institucional do IFCE enfrenta desafios como sobrecarga de trabalho e limitação de recursos. Como, então, viabilizar um produto que gere material de qualidade sem comprometer a rotina dos jornalistas?

Dada a estrutura descentralizada da comunicação no IFCE, com profissionais distribuídos pelos *campi*, não seria viável, no momento, formar equipes dedicadas exclusivamente a esse projeto. Tampouco seria possível criar produtos de divulgação científica específicos para cada unidade, diante de limitações de estrutura e de recursos humanos.

A solução, então, foi estruturar a Agência IFCE como um projeto colaborativo em rede, coordenado de forma estratégica para distribuir as atividades e evitar sobrecarga, respeitando as realidades de cada *campus*.

A Agência IFCE integra as ações da Coordenadoria de Projetos Estratégicos de Comunicação Institucional, criada em janeiro de 2025 no Departamento de Comunicação Social (DCS) da Reitoria.

Os coordenadores da Agência IFCE são os responsáveis por definir as pautas, entrar em contato com os/as jornalistas dos *campi*, acompanhar a execução, editar e publicar os materiais, além de promover a divulgação nas redes sociais e dar apoio ao trabalho de assessoria de imprensa.

Os/as jornalistas nos *campi*, por sua vez, atuam como repórteres, produzindo reportagens, perfis e entrevistas em uma abordagem multimídia, de acordo com os recursos disponíveis. Os prazos são comunicados com antecedência mínima de um mês, permitindo planejamento e execução adequados.





Caso seja necessário, os editores podem solicitar ajustes nos textos, como reescrita de trechos ou acréscimo de informações.

Esse trabalho deve ser realizado a partir de diálogos e entendimentos, uma vez que é o/a repórter quem está lidando diretamente com o assunto.

Antes da publicação, é preciso que o texto seja validado pelo pesquisador, especialmente nos casos de temas mais áridos e complexos.

Essa validação é necessária, pois o trabalho da Agência IFCE tem um caráter de assessoria de comunicação, sendo essencial que o material publicado tenha o máximo de qualidade técnica e acurácia nos dados apresentados.

No entanto, é importante destacar que o pesquisador recebe o texto para validar apenas as informações especializadas e os termos técnicos, não sendo permitida qualquer interferência na parte jornalística.

Também é importante comunicar que os pesquisadores precisam estar disponíveis para atender aos veículos de comunicação, caso sejam procurados pela imprensa após a divulgação do material. O contato do cientista (e-mail) é informado ao final de cada matéria publicada na Agência.

Recursos multimídia são sempre bem-vindos: áudios, vídeos e infográficos podem ser produzidos com apoio dos técnicos em audiovisual e programadores visuais dos *campi* e da equipe do Departamento de Comunicação Social.



CARACTERÍSTICAS



Periodicidade: quinzenal (duas publicações mensais).



Editorias: pesquisa, extensão e inovação.



Formatos: reportagem, perfil, entrevista e artigo de opinião.



Público-alvo: imprensa e sociedade em geral.



Linguagem: clara e acessível, com foco na comunicação pública.



Pluralidade: equilíbrio temático e regional entre os *campi*.

Multimídia: integração com vídeo e áudio (os vídeos são publicados no canal no YouTube e os áudios no Spotify, ambos incorporados às matérias. O conteúdo audiovisual também é disponibilizado em um Drive para acesso da imprensa).



Projeto colaborativo: participação dos jornalistas e suporte de programadores visuais (infográficos) e técnicos em audiovisual (áudios e vídeos).

DIRETRIZES E OBJETIVOS



- Dar **visibilidade** aos resultados de pesquisas e processos científicos para um público amplo e não especialista.
- Aproximar o IFCE da **sociedade**, ampliando sua presença e reconhecimento.
- Seguir os pressupostos da **comunicação pública** (confira 12 princípios elaborados pela ABCPública [clikando aqui](#)).
- Compartilhar conteúdo técnico-científico **confiável**, qualificado e preciso.
- Valorizar a **trajetória** dos pesquisadores e suas contribuições acadêmicas.

- Dar protagonismo também aos estudantes para inspirar **jovens cientistas** a fazer carreira na área.
- Destacar a pluralidade da ciência, abordando pesquisas em diversas áreas, incluindo **Humanidades**.
- Incentivar a **diversidade** na ciência, destacando cientistas de diferentes perfis.
- Garantir **acessibilidade**, com linguagem simples e outros recursos inclusivos (legendas, audiodescrição etc.).
- Contribuir para a preservação da **memória** institucional, já que o jornalismo desempenha um papel essencial no registro histórico das atividades acadêmicas e científicas da instituição.



CRITÉRIOS PARA PUBLICAÇÃO



Ineditismo das pautas, com pesquisas ainda não divulgadas ou com abordagens inovadoras, de forma a despertar o interesse da imprensa.



Matérias “frias”, escritas como reportagem, com **profundidade** – matérias “quentes” ou factuais (prêmios, eventos, editais etc.) devem ir para o espaço de notícias no portal do IFCE.



Pesquisas com **artigo científico** recém-publicado.



Pesquisas com **impacto social** direto e/ou que contribuam para o avanço do conhecimento em áreas estratégicas da ciência.

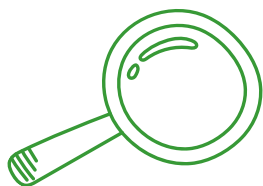


Projetos de extensão que envolvam atividades científicas e com impacto na sociedade.



Pesquisas associadas à **inovação** ou que geraram pedidos de patente.

COMO ENCONTRAR PAUTAS



O IFCE conta com um quadro de pesquisadores com potencial de serem fontes em diversas áreas. O corpo docente e técnico-administrativo reflete a variedade de eixos tecnológicos, de formações e áreas contempladas nos cursos ofertados.

Para fazer um bom trabalho, o jornalista precisa estar atualizado sobre o que acontece na instituição e pode interessar ao público externo — como resultados de pesquisa, projetos em andamento e temas com potencial para pautas. Além disso, é fundamental cultivar um relacionamento próximo com os pesquisadores, incentivando-os a compartilhar suas pesquisas e estabelecendo uma relação de confiança.

Por estarem mais próximos dos pesquisadores, vivenciando a realidade local, os jornalistas dos *campi* têm muito a contribuir com sugestão de pautas.

ALGUMAS DICAS

- **Entre em contato** periodicamente com os pesquisadores do seu *campus*. Você pode enviar um e-mail geral no início de cada semestre letivo, conversar com coordenadores e chefes de departamentos e de cursos de pós-graduação, promover momentos de sensibilização ou mesmo abordar individualmente professores e técnicos administrativos que produzem ciência.
- Consulte os currículos **lattes** dos pesquisadores e os **grupos de pesquisa**.
- Verifique a existência de **repositórios** institucionais no seu *campus*, como bases de dissertações e relatórios e anais de iniciação científica.





- Acompanhe **eventos** científicos no seu *campus*, não apenas para cobertura, mas também para captar pautas.
- Fique atento a **efemérides** e datas comemorativas que possam servir de gancho. Exemplos: o Dia Mundial do Meio Ambiente pode ser uma oportunidade para destacar uma pesquisa da área, enquanto o Dia Internacional das Mulheres e Meninas na Ciência pode trazer à tona histórias de estudantes em destaque na iniciação científica. Confira lista de efemérides [aqui](#) ou pelo QR-code abaixo.



RELAÇÃO COM AS FONTES

O relacionamento entre jornalistas e cientistas pode ser desafiador. Diferenças na linguagem e nas práticas de cada área frequentemente geram ruídos e desentendimentos. Uma simples escolha de palavras no texto pode causar desconforto ao pesquisador por levar a distorções ou a imprecisões.

Mas como traduzir a linguagem científica de forma que o público leigo compreenda, sem comprometer a qualidade da informação? O primeiro passo é estabelecer uma relação de cooperação intensa com os pesquisadores. Esse relacionamento deve ser profissional, pautado pelo respeito mútuo e pelo compromisso com a precisão e a utilidade da informação para a sociedade.

A relação deve ser extremamente profissional, prevalecendo sempre o respeito mútuo em nome da informação precisa e útil à sociedade.



ALGUMAS DICAS

- Antes da entrevista, peça para o pesquisador enviar **materiais** como artigos científicos, e-books etc. E **se prepare** para a entrevista, buscando se familiarizar com o tema e com os conceitos básicos. É importante elaborar um **roteiro** de perguntas.
- Peça ao cientista para **evitar** linguagem excessivamente técnica ou acadêmica, explicando que o objetivo da matéria é tornar o conhecimento acessível ao público.
- Não tenha receio de **perguntar ou pedir mais detalhes** caso não compreenda algo. Insista até que a resposta fique clara, mesmo que o pesquisador demonstre incômodo ou impaciência. Essa prática reduz erros e imprecisões. Lembre-se que o bom jornalista não deve nunca ter receio de perguntar e de admitir que não sabe. Ainda que a resposta seja óbvia para o cientista, que convive diariamente com suas pesquisas e com seu jargão, pode não o ser para você e muito menos para o público.

- Solicite uma **revisão científica** do conteúdo, deixando claro que o objetivo é apenas corrigir erros ou imprecisões técnicas, sem interferir na estrutura jornalística do texto. O cientista pode apontar erros na atribuição de falas ou na explicação de conceitos, mas não cabe a ele ou a ela alterar o estilo de redação ou a forma de contar a história.
- **Respeite** se o cientista não quiser conceder entrevistas, especialmente para conteúdos audiovisuais. Caso ele ou ela prefira não participar, pergunte se há outro membro do grupo de pesquisa ou um orientando que possa dar o depoimento.



BOAS PRÁTICAS

Um dos diferenciais da Agência IFCE, em relação a outros produtos de comunicação institucional do IFCE, é o investimento em **reportagens** sobre ciência, tecnologia e inovação. O processo envolve técnicas jornalísticas essenciais, como definição de pauta, apuração e checagem de informações, além da elaboração de conteúdo textual e audiovisual.

O jornalismo científico, como área de especialização do jornalismo, exige atenção também a alguns aspectos fundamentais e boas práticas:

- **Mostre como a ciência funciona** – não foque apenas nos resultados da pesquisa. Contextualize o desenvolvimento do estudo, os métodos utilizados, os dados da pesquisa. Lembre-se de que ciência é um processo contínuo, e descobertas não são verdades absolutas (a ciência leva em conta também incertezas e probabilidades).





- **Humanize a ciência** – apresente os cientistas como pessoas comuns, e não como heróis ou gênios excepcionais. Quando couber, destaque suas motivações, os desafios e as curiosidades do dia a dia no laboratório. Valorize as pessoas e as histórias de vidas nas narrativas.



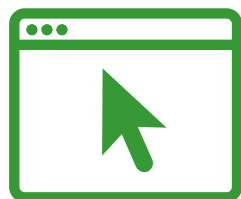
- **Evite sensacionalismo** – não exagere na importância dos resultados ou dê falsas esperança, prometendo algo que não será cumprido. Desconfie quando se fala em “grandes descobertas” ou “grandes revoluções” na ciência. O jornalista, como em qualquer outro assunto que vai cobrir, deve manter ligados o senso crítico e a capacidade de questionamento. Também é preciso cuidado com falsas controvérsias.

DICAS PARA APURAÇÃO

- **Confirme a credibilidade da pesquisa** – verifique se a pesquisa gerou artigo publicado em revista científica. É uma garantia de que pelo menos passou pelo processo de revisão de pares.
- **Entreviste os pesquisadores** – é sempre bom ler artigos científicos, resumos ou trabalhos completos, mas nada disso dispensa as entrevistas com os pesquisadores-autores, pois o jornalista dificilmente poderá interpretar sozinho as informações de um artigo científico.
- **Busque múltiplas fontes** – inclua estudantes, técnicos administrativos e pessoas impactadas pela pesquisa.
- **Valorize a diversidade na ciência** – sempre que possível, busque fontes que representem a pluralidade da sociedade brasileira, incluindo a presença de mulheres, pessoas negras, LGBTQIAPN+, indígenas e com deficiência.



- **Planeje o roteiro de perguntas aos entrevistados** – pense em tudo o que é importante saber sobre a pesquisa ou sobre o tema. Funciona colocar-se no lugar do leitor para imaginar possíveis dúvidas.
- **Utilize recursos multimídia** – pense em como tornar a matéria mais atrativa, unindo texto, produção em áudio e vídeo e informação visual (ilustrações, fotografias, infográficos, tabelas). Caso não seja possível produzir fotos, converse com os editores da Agência sobre a possibilidade de utilizar bancos de imagem gratuitos.
- **Explore as ferramentas do próprio site do IFCE** – o portal permite incluir nas notícias recursos como links para fontes primárias, seção de perguntas e respostas, linha do tempo, tabelas e citações e números em destaque. Proporcione à audiência formas alternativas e complementares de fruição dos conteúdos, aprimorando a experiência de leitura.



DICAS PARA ESCRITA

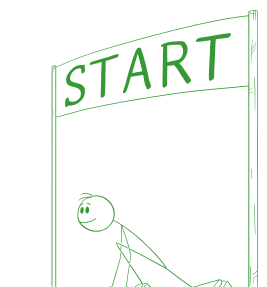


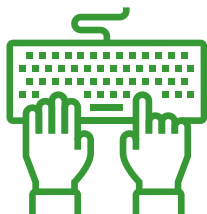
- **Simplifique a linguagem** – evite jargões científicos e traduza termos acadêmicos para um público amplo, sem perder o rigor no uso dos termos (**exemplo:** cloreto de sódio é o mesmo que sal). Inclua as definições necessárias para possibilitar a compreensão do tema (em alguns casos, pode ser pertinente um pequeno glossário).



- **Relacione a pesquisa com o cotidiano das pessoas** – use analogias, exemplos, associações com o senso comum, metáforas criativas. Quando as pessoas conseguem associar um princípio ou uma teoria científica a alguma coisa que lhes é familiar, fica muito mais fácil a compreensão do assunto.

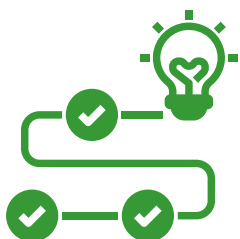
- **Humanize o tema** – sempre que possível, conte a história de personagens (por exemplo, um pequeno agricultor que teve sua atividade prejudicada por uma seca inesperada).
- **Planeje a escrita** – pense a estrutura do texto antes de começar a redação, criando lista de tópicos, selecionando o que considera imprescindível de abordar e a ordem em que devem aparecer no texto.
- **Refleta sobre a abertura do texto** – esta é sua melhor chance de fisgar o leitor. Apresente logo as informações que vão convencer seu público de que você tem algo importante a dizer. Pode ser o *lead* tradicional, mas também pode ser uma alternativa mais criativa. Evite iniciar o texto com definições para não ficar com cara de enciclopédia. Também procure não recuar demais no tempo, começando com expressões como “desde os primórdios da humanidade...”. E cuidado para não fazer propaganda enganosa: a abertura do texto deve ser coerente com o restante dele.





- **Mantenha frases curtas e diretas** – isso melhora a fluidez do texto.
- **Quantifique sempre que for necessário** – números tornam a informação mais concreta. Arredonde sempre que possível. Também lembre de tornar os números mais compreensíveis: procure comparações para que se entenda a ordem de grandeza (por exemplo, diga que a área desmatada anualmente na Amazônia equivale a certo número de campos de futebol; ou que um nanômetro equivale a um centésimo da espessura de uma folha de papel).
- **Evite clichês e estereótipos** – fique atento para não reforçar, ainda de que maneira não intencional, certos estereótipos (por exemplo, utilizando os termos emoção e intuição ao falar de cientistas mulheres).





- **Refleta sobre o encerramento do texto**
– procure direcionar o leitor para uma reflexão mais ampla sobre o tema: perspectivas do campo de pesquisa; questões que permanecem sem resposta; como aquele determinado assunto pode ter consequências para a vida das pessoas; desdobramentos futuros das pesquisas. Explique aos leitores por que, apesar de ter limitações, a pesquisa é relevante.
- **Indique fontes confiáveis para aprofundamento** – forneça sugestões de leitura e materiais de referência sobre o tema abordado.
- **Releia e revise** – um texto com erros perde credibilidade. Sempre revise e cheque todas as informações antes de enviar o material aos editores.



PROPOSTA DE CHECKLIST

-  **Planeje como a pauta será executada**
-  **Solicite material de apoio ao pesquisador (artigo, e-book etc.)**
-  **Pense quais recursos multimídia podem enriquecer a matéria**
-  **Defina quem entrevistar e elabore o(s) roteiro(s) de perguntas**
-  **Após toda a apuração, organize as informações e escreva o texto**
-  **Envie ao pesquisador para uma revisão técnica, se necessário**
-  **Faça uma revisão final e envie aos editores da Agência**
-  **Avise ao pesquisador o dia da publicação**

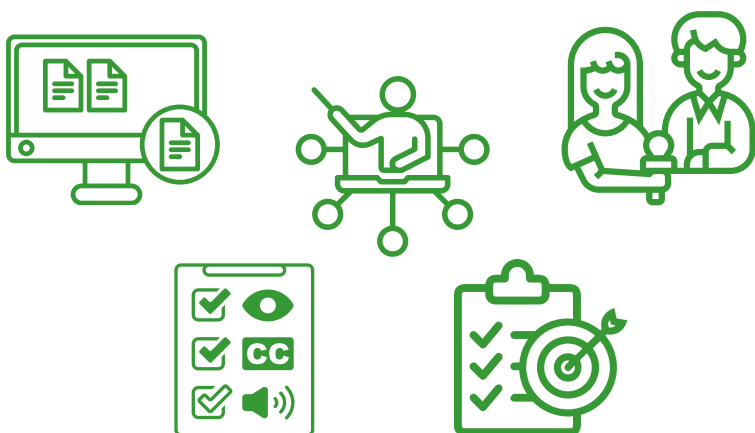
AÇÕES POSTERIORES

A criação da Agência IFCE foi um passo essencial para estruturar a divulgação científica e tecnológica na instituição. No entanto, consolidar esse trabalho e ampliar seu impacto exige a implementação de ações contínuas. Algumas dessas iniciativas demandam planejamento e tempo para serem desenvolvidas, mas são fundamentais para fortalecer a cultura da comunicação pública da ciência no IFCE.

A seguir, são apresentadas estratégias de médio e longo prazo que visam aprimorar a atuação da Agência:

- **Criar um banco de dados sobre pesquisas do IFCE** – centralizar informações sobre estudos desenvolvidos na instituição para facilitar o acesso e a divulgação.
- **Oferecer capacitações contínuas para jornalistas** – promover palestras, workshops e oficinas sobre cobertura de ciência e tecnologia, com especialistas na área, preferencialmente em formato online. O objetivo é aprimorar habilidades de escrita, leitura científica, técnicas de entrevista e edição.

- **Realizar *media training* e momentos de sensibilização com pesquisadores** – incentivar o entendimento sobre a importância da divulgação científica e tecnológica, preparando os cientistas para interagir melhor com a imprensa. Elaborar também um manual/guia.
- **Garantir acessibilidade nos conteúdos** – implementar ferramentas que tornem a comunicação mais acessível, seguindo diretrizes recentes sobre linguagem simples e acessível na área pública.
- **Estabelecer um plano de avaliação contínua** – criar mecanismos para monitorar o impacto da Agência IFCE, analisando métricas quantitativas (acessos e engajamento) e qualitativas (feedbacks e questionários), a fim de aprimorar estratégias e ajustar o projeto conforme necessário.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A divulgação científica é um elemento essencial para aproximar o conhecimento acadêmico da sociedade, democratizando o acesso à informação e contribuindo para a valorização da ciência. Este guia buscou fornecer diretrizes práticas para jornalistas e comunicadores que atuam em instituições da Rede Federal, oferecendo ferramentas para a produção de conteúdos acessíveis, atrativos e embasados.

A criação da Agência IFCE representa um passo importante nessa trajetória, mas seu sucesso depende da continuidade das ações propostas. O fortalecimento da cultura de divulgação científica exige planejamento, investimento em capacitação e a sensibilização de pesquisadores e gestores para a importância da comunicação pública da ciência e tecnologia.

Esperamos que este material sirva como referência para a implantação e aprimoramento de iniciativas semelhantes em outras instituições, contribuindo para um ecossistema de comunicação científica mais eficiente e conectado com as necessidades do público.

REFERÊNCIAS

ACADEMIA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS. **Desafios e estratégias na luta contra a desinformação científica**. Rio de Janeiro: ABC, 2024. Disponível em: <https://bit.ly/3R1GDGU>. Acesso em: 15 dez. 2024.

CASALI, Caroline; LEMOS, Cláudia; ALBUQUERQUE, Grazielle; MITOZO, Isabele; ALMADA, Maria Paula; MASSUCHIN, Michele (org.). **Comunicação pública na prática política contemporânea: experiências, fenômenos e desafios para as instituições**. Brasília, DF: ABCPública, 2023. Disponível em: <https://bit.ly/4I5KxfE>. Acesso em: 26 jul. 2024.

CHAGAS, Catarina; MASSARANI, Luisa. **Manual de sobrevivência para divulgar ciência e saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2020.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo, Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2010.

LEMOS, Cláudia; LUCENA, Ana Paula; BARROS, Antonio; AIRES, Janaine; DURTE, Jorge; QUEIROZ, Nataly (org.). **Comunicação pública, cidadania e informação: debates do II Congresso Brasileiro de Comunicação Pública**. São Paulo: Tikibooks; ABCPública, 2024. Disponível em: <https://bit.ly/3RklMyq>. Acesso em: 12 nov. 2024.

PORTO, Cristiane de Magalhães; BROTAS, Antonio Marcos Pereira; BORTOLIERO, Simone Terezinha (org.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, 2011.

SCHAPPO, Marcelo Girardi. **Um papo de cientista para jornalista: contribuições para o debate sobre Jornalismo Científico**. [S.l: s.n.], 2021.

MATERIAL COMPLEMENTAR

Recomendamos que você explore os seguintes portais, reconhecidos pela apuração rigorosa e pela qualidade técnica no **jornalismo científico institucional**. A leitura das reportagens pode servir como aprendizado e inspiração:

- **Agência Fapesp**
- **Agência Fiocruz de Notícias**
- **Revista ComCiência**
- **Revista Pesquisa Fapesp**

Além disso, vale conferir o trabalho de duas importantes **instituições** dedicadas à comunicação pública da ciência:

- **Instituto Questão de Ciência** – Produz conteúdos analíticos e educativos com forte embasamento crítico.
- **Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia** – Rede de grupos de pesquisa nacionais e internacionais que realizam estudos na área.

Também recomendamos conhecer experiências digitais de jornalismo científico conduzidas por **instituições de ensino**:

- **Agência Escola UFPR**
- **Agência UFC**
- **IFSC Verifica**
- **Jornal da USP**
- **UFSC Ciência**
- **UnBCiência**

Sugerimos ainda a leitura dos seguintes **guias** sobre divulgação científica para aprofundamento dos conhecimentos:

- **Construindo diretrizes para o Jornalismo em EPT (IFSC)**
- **De cientista para jornalista: noções de comunicação com a mídia (USP)**
- **Guia de Divulgação Científica da UFSM**
- **Guia prático de comunicação da ciência nos Institutos Federais: uma revista conversada**

Por fim, selecionamos **cursos** livres e de pós-graduação para quem quer se especializar ou aprofundar seus conhecimentos na comunicação de ciência:

- **Curso de Jornalismo Científico** – WFSJ e SciDev.Net (pode ser feito a qualquer momento, no formato online, com oito aulas)
- **Curso Introdução ao Jornalismo Científico** – Wikiversidade (pode ser feito a qualquer momento, no formato online, com seis módulos de 15h cada)
- **Especialização em Divulgação e Popularização da Ciência** – Casa de Oswaldo Cruz (presencial no Rio de Janeiro, com oferta anual)
- **Especialização em Divulgação Científica e Popularização do Conhecimento** – PUCPR (online, com duração de 10 meses)
- **Especialização em Jornalismo Científico** – Labjor Unicamp (presencial em Campinas, duração de três semestres)
- **Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde** – Casa de Oswaldo Cruz (presencial no Rio de Janeiro, com oferta anual)

ACESSE A AGÊNCIA IFCE

*A plataforma de divulgação das
ações de pesquisa, extensão e
inovação do IFCE*



- Pesquisa
- Extensão
- Inovação

[CLIQUE AQUI](#)