

## Opinião

Universidades, comunicação e *media*

Por ocasião do seu 7.º aniversário e como primeiro passo de um projecto mais amplo de intercâmbio e cooperação com as universidades portuguesas, o *SOL* publica hoje três opiniões de académicos responsáveis das Universidades de Aveiro, do Porto e do Minho. Dar melhor informação sobre a vida universitária, projectar os avanços

conseguidos na investigação e na ciência, reforçar a comunicação do Ensino Superior com a sociedade, estreitar a interligação do trabalho universitário com as empresas e a economia – são alguns dos objetivos que o *SOL* se propõe conseguir neste projecto de cooperação com as principais universidades do país.

## Como resistir ao passar do tempo?

Comparativamente com os anos transactos, a comunicação e divulgação de ciência, através dos *media*, começou finalmente a ter interesse editorial e a ganhar espaço de antena. É também neste sentido que trabalham as universidades, como a de Aveiro, que despende parte do seu orçamento para financiar projectos de divulgação de ciência, como é o caso do PmatE ou da Fábrica – Centro de Ciência Viva, ou de organismos como a Agência Nacional para a Cultura Científica e Tecnológica e empresas que se preocupam com esta matéria, apoiando as mais diversas iniciativas.

Contudo, e tendo em conta que a maioria do investimento feito em Ciência e Tecnologia é proveniente de dinheiros públicos, deveria competir ao governo e aos investigadores o dever de prestar contas sobre os trabalhos realizados nas várias áreas e devolver aos contribuintes os benefícios conquistados com estes investimentos. Esse deveria ser o caminho!

É, pelo menos para o PmatE, um projecto da Universidade de Aveiro, que actua em três áreas: a comunicação e divulgação de ciência, a intervenção escolar e a cooperação.

Ao longo de quase 25 anos de actividades regulares, o PmatE tem sido um desses privilegiados, ao consolidar parcerias e ao conseguir captar a adesão de muitas entidades externas



**ANTÓNIO  
BATEL ANJO**  
PROF.  
UNIVERSIDADE  
AVEIRO

que lhe permitiram alargar objetivos e âmbitos de intervenção, levando-o a ditar novas formas de popularização da ciência.

As Competições Nacionais de Ciência (CNC), distinguidas como um exemplo de boas práticas na Europa, são o rosto mais emblemático de todo o seu percurso, e um dos maiores, se não o maior, evento nacional dedicado à ciência, ao reunir, todos os anos, na Universidade de Aveiro, milhares de alunos dos vários graus de ensino.

**O** roadshow CAIXAmat, materializado num camião TIR, é também outro exemplo, ao permitir que, entre 2006 e 2009, cerca de 150 mil alunos interagissem com recursos educativos e fizessem experimentações, num ambiente tecnológico estimulante que os induziu a um contacto mais próximo com a ciência e a uma maior motivação para o seu estudo e descoberta.

Ou o mais recente projecto do PmatE – o programa televisivo Geração 20 30 – em exibição na *RTP Informação*, e que pretende, ao longo de 52 programas de cinco minutos, simplificar conceitos e dar resposta a dúvidas comuns entre os alunos, recorrendo a explicações científicas abordadas de forma acessível.

Como resistir ao passar do tempo, manter-se jovem e atraente e viver o quotidiano passados 25 anos? É essa a pergunta que todos os dias se faz quando se entra no PmatE.

## Universidade: informar a sociedade... é preciso

Nesta data em que se comemora o sétimo aniversário do *SOL*, parece-me muito oportuno comentar a questão mal resolvida da percepção que a sociedade tem da actividade universitária. Eis três apontamentos, necessariamente telegráficos:

**1** A universidade tem hoje três pilares essenciais na sua missão: obviamente que a educação, inequivocamente que a investigação, mas também, nos dias de hoje, aquilo que se designa por 'terceira missão', no que incluímos todo o trabalho com as actividades económicas, a promoção (da cultura) da formação contínua e o fortalecimento do espírito de inovação e de empreendedorismo. Tudo isto sob uma visão estratégica que se resume numa frase curta – qualidade aferida com critérios internacionais, com critérios europeus. Não é coisa pouca.

**2** A actividade universitária transcende, pois, largamente, aquela que é a primeira percepção comum dessa missão – a formação integral e humanista dos nossos jovens. A universidade desenvolve, produz e transmite conhecimento em todas as áreas e em todos os detalhes da nossa vida, um conhecimento que cresce entrelaçado nas suas especialidades e especificidades, que cada vez mais tem que ser trabalhado, percebido e gerido de forma integrada – nas 'artes belas', no fascínio da pintura



**SEBASTIÃO FEYO  
DE AZEVEDO**  
DIR. FAC. ENG.  
UNIV. PORTO

ra e escultura; na beleza estética e social da arquitectura; na força dos fundamentos e do abstracto das ideias, da filosofia; no mais insondável das ciências humanas e na profundidade e impacto das ciências sociais; nos mistérios das ciências que estudam o nosso corpo e a nossa alma e nos progressos da prática na saúde; nas ciências do desporto; nas ciências clássicas da matemática, da física, da química e da biologia, que formam o suporte das engenharias, cuja acção se projecta no mais ínfimo do nosso quotidiano.

**3** Que percepção tem a sociedade da dimensão desta missão? Que resultados notáveis de impacto nacional e internacional chegam ao exterior? Ou, o que é que se conhece da imensa dimensão dos consórcios internacionais que envolvem muitas centenas ou milhares de investigadores e muitos milhões de euros? Ou dos milhares de contratos e protocolos entre a universidade e as instituições e empresas, em curso por todo o país?

Muito menos, em todos os casos, do que a realidade. E isso é pena, ou melhor é mau, porque, na dureza dos nossos dias, bom seria que saíssem mais notícias que nos fizessem sorrir um pouco. Façamos, pois, universidade e comunicação social, o caminho que, é justo dizer, alguns já começaram – pensemos juntos, melhoraremos juntos a forma e a substância da informação.

## Por uma nova agenda noticiosa

Não serão estes tempos fáceis para projectos jornalísticos que se querem sólidos, inovadores, de qualidade. As dificuldades são ainda maiores na imprensa pela redução do investimento publicitário e pela diminuição das vendas. Neste contexto, felicitam-se os que resistem à adversidade, procurando devolver ao espaço público um jornalismo que se constitua como motor de uma cidadania de alta intensidade. É o caso do *SOL* que está hoje de parabéns.

Em tempo de aniversário, será pro-

velto pensar o futuro, que deverá declinar-se com variáveis diferentes daquelas que nos trouxeram até aqui. Hoje é fácil aceder, em qualquer ponto e a qualquer hora, ao que se passa de mais relevante. Aquilo que se torna notícia de topo de alinhamento está rapidamente disponível.

Ora um jornal, principalmente um semanário, não pode repetir o que todos já sabem. Deve, antes, reflectir uma agenda noticiosa que explique com profundidade ou a partir de outros ângulos aquilo que os *media*

mais imediatistas anunciaram ter acontecido e, adicionalmente, procurar uma agenda alternativa, mediatizando aquilo que não está em mais lado nenhum, mas que constitui um vector estruturante da vida de todos os dias.

É consensual afirmar-se que os textos noticiosos fazem-se, acima de tudo, com fontes de informação oficiais ou com aquelas



**FELUSBELLA  
LOPES**  
PRÓ-REITORA  
PARA A  
COMUNICAÇÃO  
DA UNIV. MINHO

que, não o sendo, reúnem notoriedade pública. Este princípio criou uma espécie de confraria que aparece em todo o lado. Este grupo é hoje responsável por um pensamento dominante que deixou de nos surpreender. Estamos cansados de ouvir sempre os mesmos interlocutores. As redacções têm de ser capazes de ir atrás de novos interlocutores, de criar novas figuras mediáticas, de arriscar ouvir quem tem, de facto, alguma coisa nova e pertinente para dizer.

Nesta procura de novos temas e fontes de informação, as universidades portuguesas assumem-se como lugares que merecem outro conhecimento dos jornalistas. É verdade que os académicos precisam de se abrir mais ao espaço público mediático, é verdade que os investigadores nem sempre sabem descodificar o seu trabalho, principalmente quando se trata de transportar o que fazem para o discurso jornalístico, mas também importa reconhecer que os jornalistas devem procurar conhecer melhor a academia portuguesa, valorizar o conhecimento que aí é produzido e intercalar mais os seus actores. É também por aqui que passará o futuro dos *media* noticiosos.