

Maria Laura Fernandes Alves Antão

**CIÊNCIAS DA LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL:
REFLEXÃO SOBRE UM PERCURSO PROFISSIONAL**

Mestrado em Ciências da Linguagem

Trabalho orientado por:
Professor Doutor Manuel Célio
Conceição



Universidade do Algarve

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

2023

**CIÊNCIAS DA LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL:
REFLEXÃO SOBRE UM PERCURSO PROFISSIONAL**

Declaração de autoria

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito e nunca foi submetido (no seu todo ou qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação.

Atesto que todos os autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

Declaro ainda que autorizo a Universidade de Algarve a arquivar e, sem alterar o conteúdo, converter o trabalho entregue, para qualquer formato de ficheiro, meio ou suporte, nomeadamente através da sua digitalização, para efeitos de preservação e acesso.

Maria Laura Fernandes Alves Antão

Copyright Maria Laura Fernandes Alves Antão

“A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.”

Maria Laura Fernandes Alves Antão

Agradecimentos

Ser grata é reconhecer os grandes e os pequenos gestos. Aproveito esta oportunidade para expressar a minha sincera gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador, Professor Doutor Manuel Célio Conceição, pela orientação constante, frontalidade e sabedoria. Os seus ensinamentos e análises críticas foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

O meu agradecimento também se estende à minha amiga e colega de jornada profissional, académica e pessoal, Márcia André, pela colaboração e discussões produtivas que muito enriqueceram o meu percurso. Juntas já enfrentámos desafios e celebrámos sucessos!

Não posso deixar de mencionar a minha família, a ausente fisicamente e a presente, em especial o meu marido e filhos, e alguns amigos, como a Catarina Teresa e o André Botelho, que estiveram ao meu lado com o seu incentivo e apoio incondicional.

Agradeço ainda a todos os autores, cujas obras e contribuições académicas serviram de inspiração para o meu trabalho.

Por último, mas não menos importante, agradeço a todos os professores, alunos e colegas, em especial os do Gabinete de Comunicação da UAlg, que moldaram minha personalidade, educação e formação, com os seus ensinamentos.

A todos, o meu sincero agradecimento!

Índice

LISTA DE ABREVIATURAS.....	4
LISTA DE FIGURAS	5
LISTA DE TABELAS	6
I. INTRODUÇÃO	7
II. FORMAÇÃO E ATIVIDADE PROFISSIONAL	9
1 Introdução	9
2 Atividade profissional	9
3 Carteira Profissional de Jornalista.....	13
4 Curso de Jornalismo Judiciário	17
4.1 As especificidades do texto jornalístico.....	23
4.2 Importância da técnica da "pirâmide invertida"	25
5 Formação continua acreditada.....	27
6 Docente: assistente convidada na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve	28
7 Síntese	28
III. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.....	30
1 Introdução	30
2 Descrição das tarefas desenvolvidas	30
3 Definição das estratégias de comunicação para a Universidade	31
4 A importância da assessoria de imprensa na comunicação institucional.....	33
5 Estrutura de Missão “Faro, Capital Nacional da Cultura 2005”	34
5.1 O desafio de comunicar várias subáreas da cultura e transformá-las em discurso	35
6 Revista institucional da Universidade do Algarve, UALGzine	36
6.1 Objetivos, princípios e estatuto editorial	36
6.2 Estratégias de divulgação: do ensino à ciência	37
7 O “ <i>storytelling</i> ” como ferramenta de comunicação	43
8 Síntese	44
IV. A COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA	45
1 Introdução	45
2 Definição de comunicação de ciência	45
3 Estratégias para comunicar com o grande público.....	49
4 Síntese	56
V. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
Bibliografia.....	60
Anexos.....	64

RESUMO

Este trabalho, elaborado para obter o grau de mestre em Ciências da Linguagem, reúne a minha experiência profissional ao longo de mais de 20 anos. Com foco na vertente comunicacional, procurarei explicar a importância dos vários domínios das Ciências da Linguagem para a produção de diferentes enunciados e para a resolução de problemas linguísticos concretos no desempenho das minhas funções de assessoria de imprensa, edição e produção de conteúdos para públicos diversificados e diferentes meios.

O enquadramento científico tem por base a problemática da divulgação de conteúdos para o grande público, através da análise de comunicados de imprensa e de notícias produzidas.

Ao longo deste trabalho será apresentado um capítulo dedicado à comunicação de ciência, com a apresentação de casos concretos, as dificuldades encontradas e as soluções para a resolução das mesmas.

Também se avaliará qual o impacto que um comunicado de imprensa tem junto da sociedade, a importância de os investigadores comunicarem os seus projetos e a relevância do uso da língua para simplificar a mensagem.

Palavras-chave: Comunicação estratégica, linguagem, língua, discurso, comunicação de ciência, *storytelling*.

ABSTRACT

This work, written to obtain a master's degree in Language Sciences, brings together my professional experience over more than 20 years. With a focus on communication, I will try to explain the importance of the various domains of Language Sciences for the production of different statements and for solving specific linguistic problems in my work as a press officer, editing and producing content for different audiences and different media.

The scientific framework is based on the problem of disseminating content to the general public, through the analysis of press releases and news stories.

Throughout this work, a chapter dedicated to science communication will be presented, with the presentation of concrete cases, the difficulties encountered and the solutions to resolve them.

It will also assess the impact a press release has on society, the importance of researchers communicating their projects and the importance of using language to simplify the message.

Keywords: Strategic communication, language, discourse, science communication, storytelling.

LISTA DE ABREVIATURAS

CRUP- Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas

UAlg- Universidade do Algarve

CTeSP- Curso Técnico Superior Profissional

CCPJ- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista

CCMAR- Centro de Ciências do Mar

ESGHT- Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

GCP- Gabinete de comunicação e Protocolo

ENEM- Exame Nacional do Ensino Médio

ODS- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

NLP- Processamento de Linguagem Natural

IA- Inteligência Artificial

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Pirâmide Invertida da Comunicação.....	26
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Factos e Opiniões	16
Tabela 2- Termo e Significado no Domínio.....	18
Tabela 3- Exemplos de comunicados de imprensa com referência à COVID-19	48
Tabela 4- Terminologia especializada e vulgarização da comunicação.....	55

I. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo a obtenção do grau de mestre em Ciências da Linguagem, ao abrigo do despacho reitoral RT 33/2011, que permite a obtenção do grau de mestre pelos licenciados pré-Bolonha, seguindo uma recomendação do Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas (CRUP).

Numa análise mais detalhada do meu percurso profissional, é possível constatar que a comunicação sempre fez parte das várias atividades que tenho vindo a desenvolver e que as ciências da linguagem nunca se dissociaram deste processo de formação e criação. A comunicação é um dos pilares fundamentais da sociedade. A interação entre indivíduos decorre através de processos comunicacionais e a língua assume um papel central, servindo como o veículo primordial para a expressão de factos, pensamentos e opiniões. A necessidade de realizar uma formação mais sólida neste domínio, que me permitisse avaliar criticamente e aprofundar disciplinas como a morfologia, a sintaxe e semântica, levou-me a prosseguir os estudos neste mestrado.

As minhas relações profissionais abrangem áreas multidisciplinares, que vão desde o jornalismo, à ciência, sem descurar os seus subdomínios científicos, com tudo o que têm para descobrir e comunicar. Nesta perspetiva serão abordadas algumas técnicas de comunicação mais tradicionais, como a pirâmide invertida, e mais em voga, como o *storytelling*, que não sendo necessariamente algo do novo, o seu uso é mais recente. A importância da terminologia e da vulgarização da ciência, também estarão em análise, através de exemplos práticos.

As ciências da linguagem e a comunicação estão intrinsecamente interligadas por mecanismos que as sustentam. A sua interligação é de importância vital para compreender e aprimorar a capacidade de comunicar eficazmente.

Ao longo deste trabalho, abordarei aspetos sociais, formais e funcionais que são basilares para que a informação chegue aos seus destinatários. Também focarei novas perspetivas de comunicação, centradas nas plataformas digitais, que têm contribuído significativamente para o aparecimento de novos termos e códigos linguísticos.

Procurarei ainda aprofundar os meus conhecimentos linguísticos e refletir sobre a linguagem, a língua e os discursos, através de diferentes abordagens, consoante as áreas de aplicação e as perspetivas.

A terminar este trabalho procurarei ainda demonstrar a importância crucial da divulgação científica. Não basta produzir ciência para que esta seja importante para a

comunidade, é necessário seu o reconhecimento junto das pessoas. Partindo deste pressuposto, serão apresentadas algumas estratégias para comunicar com o grande público, de forma de legitimar a importância do conhecimento científico no seio da sociedade.

II. FORMAÇÃO E ATIVIDADE PROFISSIONAL

1 Introdução

Este primeiro capítulo tem como objetivo apresentar a minha formação profissional bem como a minha atividade mais relevante até aos dias de hoje. Um dos maiores desafios de qualquer organização é comunicar eficazmente. Este capítulo visa compreender de que forma a formação linguística pode ajudar a implementar estratégias de comunicação mais eficazes e eficientes, considerando os diversos meios e contextos. Tendo por base as perspetivas presentes nas leituras feitas, procurarei demonstrar que a comunicação em contextos distintos deve obedecer a particularidades linguísticas, existindo, por isso, aspetos que podem influenciar a eficácia do processo comunicacional.

2 Atividade profissional

Licenciei-me em Estudos Portugueses (pré-Bolonha), ramo de formação educacional, pela Universidade do Algarve (UAAlg), em 2001. A escolha deste curso prendeu-se com o facto de poder intervir em áreas diversificadas do mercado de trabalho, incluindo o Ensino e a Investigação. Com o objetivo de adquirir alguma autonomia financeira, durante a minha licenciatura fui sempre “trabalhadora-estudante”, o que nem sempre foi fácil de compatibilizar, e tive de alargar o prazo temporal para concluir esse ciclo.

Realizei estágio pedagógico na Escola E.B. 2,3 N°1 de Lagos, com a classificação final de 15 valores, tendo obtido uma média final de curso de 13 valores. Esta experiência superou as minhas expectativas em relação ao processo de ensino-aprendizagem. Se por um lado se revelou um ano letivo muito exigente e trabalhoso, por outro foi profundamente enriquecedor, permitindo-me constatar em sala de aula que a escola é um espaço dinâmico de conhecimento, troca de informações e pleno de relações afetivas. As experiências vividas pelos alunos dentro da escola estão ligadas de forma integrada e são um produto que resulta de todos os agentes envolvidos no processo: pais, alunos, professores, psicólogos e funcionários.

Neste processo também consegui perceber a relevância da linguagem e dos usos da língua e o poder da comunicação para a transmissão da mensagem que queremos passar ao interlocutor. Muito importante também foi o despertar para a relevância da

utilização dos recursos linguísticos em função de diferentes objetivos e intenções comunicativas, de acordo com a situação comunicativa em causa. Dentro de uma sala de aula de alunos do ensino básico e secundário os conhecimentos da língua podem ser muito heterogéneos, o que nem sempre facilita o papel do professor que tem de adequar o seu discurso ao processo de ensino-aprendizagem. A este propósito, defendem Mateus e Carneira (2008: 28) que o papel da escola deve ser “evitar a exclusão, facultando a todos o conhecimento do padrão linguístico e a competência para o utilizarmos”.

Se nesta primeira experiência enquanto professora percebi que o ensino da língua deve ter em conta as diferentes dificuldades dos alunos dentro da sala de aula, também pude constatar que para se dominar um conjunto de regras inerentes ao uso da língua, as ciências da linguagem têm grande relevância, pois permitem-nos entender como a linguagem e as línguas são fundamentais para a nossa comunicação e interação social.

Ainda assim, nem sempre a norma padronizada poderá corresponder à comunicação ideal uma vez que as variedades linguísticas e as intenções comunicacionais se ajustavam tendo em conta vários fatores como a faixa etária, o grau de dificuldade das matérias lecionadas, as técnicas de envolvimento, o contacto personalizado com os alunos, quando solicitado, entre outras situações. Diria que esta aprendizagem contribuiu, essencialmente, para perceber a importância do discurso em sala de aula e da língua como objeto de ensino e de referência de comunicação.

No entanto, tal como dão conta Cunha e Cintra (2015:10), o português, como qualquer outra língua pode variar no tempo, no espaço e na sociedade:

“A norma pode variar no seio da mesma comunidade linguística, seja do ponto de diatópico (português de Portugal / português do Brasil / português de Angola), seja do ponto de vista diastrático (linguagem culta / linguagem média / linguagem popular), seja, finalmente, do ponto de vista diafásico (linguagem poética / linguagem de prosa).”

Quer isto dizer que o português que cada um de nós fala e escreve pode variar segundo diversas condicionantes, que poderão ter em conta a classe social ou profissional, a idade, a região, o suporte de comunicação, entre outros fatores.

Atualmente, na minha atividade profissional, estes condicionamentos também se verificam. Ao redigir uma notícia, uma mensagem para as redes sociais ou um comunicado de imprensa, é necessário adequar o conteúdo ao público-alvo e às plataformas onde se pretende divulgar.

A título de exemplo, registe-se o seguinte facto. Com o objetivo de divulgar as candidaturas para Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) e a abertura de um

novo curso foi elaborado um comunicado de imprensa intitulado “*UAlg abre candidaturas para CTeSP e tem novo curso em Design de Videojogos*”. De referir que o título é extremamente importante para captar a atenção do público do público-alvo, resumir o conteúdo da notícia e influenciar a decisão dos leitores sobre se devem ou não ler a notícia completa, ou seja, no caso concreto os interessados poderão ser alunos, pais e/ou encarregados de educação ou outros agentes educativos.

Depois de elaborar a conexão inicial com o público, é importante elaborar um bom *lead*. Numa notícia, o *lead* perfeito deve corresponder ao parágrafo inicial e deve resumir os pontos mais importantes. O processo comunicativo deve concentrar-se em seis perguntas basilares do paradigma de Lassweel (1948: 84): o quê (a ação), quem (o agente), quando (o tempo), onde (o lugar), como (o modo) e por que (o motivo). O lead escrito foi o seguinte:

“A Universidade do Algarve reforça a oferta de Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) com um novo curso em Design de Videojogos. A primeira fase de candidatura arranca a 10 de julho, em formato online, e termina a 11 de agosto” (Universidade do Algarve, 2023c).

No parágrafo seguinte foi explicado “o que são os CTeSP”:

“Os CTeSP são formações de Ensino Superior de duração mais curta do que a licenciatura, com uma componente de formação geral, técnica e científica, oferecendo uma experiência prática, que se estende ao mercado de trabalho, através da realização de um estágio profissional” (*idem*).

Posteriormente foi criado um subtítulo, “Novo curso em Design de Videojogos”, para destacar a abertura do novo curso, já referido no título. De forma mais pormenorizada foram apresentados os objetivos e as saídas profissionais:

“Novo curso em Design de Videojogos

O novo curso em Design de Videojogos visa criar profissionais com uma formação abrangente, que lhes permita desenvolver videojogos e criar todas as suas componentes técnicas e artísticas, de forma individual ou integrados numa equipa de desenvolvimento multidisciplinar. Tem como objetivo convergir conhecimentos e técnicas para formar profissionais que possam trabalhar no desenvolvimento de videojogos ao nível da análise, desenho, edição e produção. Para o efeito, recorre-se a várias tecnologias para desenvolver um Game Design Document e comunicar a visão do desenho do jogo, o que possibilitará ao aluno familiarizar-se com várias plataformas de Game Design, desenhar os níveis do jogo e criar um guião e a narração da história.” (*ibidem*)

Para quantificar toda a oferta formativa deste nível e divulgar as sessões de esclarecimentos realizadas pela UAlg, através da plataforma zoom, com o objetivo de dar a conhecer os CTeSP ou esclarecer eventuais dúvidas, criou-se um novo subtítulo de

forma a seccionar a informação e a facilitar a leitura. Simultaneamente, quase a terminar o comunicado de imprensa, são fornecidas outras informações importantes, como o valor da propina, e, em seguida, o leitor verdadeiramente interessado é direcionado, através de links específicos, para a informação mais detalhada:

“UAlg oferece 13 CTeSP e realiza sessões de esclarecimento

Neste âmbito, a UAlg vai realizar, no dia 27 de julho, pelas 14h30, [Webinar sobre o acesso a Cursos Técnicos Superiores Profissionais \(CTeSP\)](#), através da plataforma zoom, com o objetivo de dar a conhecer os CTeSP ou esclarecer eventuais dúvidas.

A UAlg disponibiliza [13 CTeSP](#) as áreas de Artes, Comunicação e Património; Economia, Gestão e Turismo; Ciências Sociais e da Educação e Engenharias e Tecnologias.

O valor da propina é de 609,24 Euros (estudantes nacionais) e de 1450,00 Euros (estudantes internacionais), podendo ser paga até ao máximo de 10 mensalidades. A 2.ª fase de candidaturas decorre de 20 a 24 de setembro” (Universidade do Algarve, 2023a).

O mesmo conteúdo foi adaptado para as redes sociais: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn e TikTok, tendo em conta os referidos algoritmos, especificidades e características do respetivo público. Como explica Faustino (2010: 284):

“Os meios digitais são consumidos de forma individualizada, permitindo a cada indivíduo fazer o seu percurso e consumo de informação. Por outro lado, há espaço para uma organização dos formatos e dos conteúdos em função dos interesses...”

A título de exemplo, apresenta-se a mesma notícia publicada no Facebook, onde os conteúdos exibem alguma informalidade, como se estivessemos a conversar com os estudantes, mas sem perder a cortesia. Recorre-se ao uso de *emojis*, pequenas imagens ou ícones, utilizados frequentemente em mensagens de texto eletrónicas. Os *emoticons* são constituídos por caracteres do teclado, como letras, números e pontuação para ajudar a adicionar emoção e contexto à mensagem. Comunica-se de forma clara e direta, evitando-se frases muito longas ou complexas que possam confundir os leitores. Existe ainda um claro incentivo à interação, através de *links* ou de perguntas, promovendo o aumento de seguidores bem como a proximidade de relações entre a instituição e o público-alvo¹.

Nas redes sociais são ainda utilizados *hashtags*², uma palavra ou frase precedida por um símbolo de cerquilha (#), para identificar mensagens sobre um tópico específico.

¹ Esta publicação pode ser encontrada em: <https://www.facebook.com>

² [#UAlg](#) [#UniversidadeDoAlgarve](#) [#EstudarOndeÉBomViver](#) [#ctesp](#) [@Escola Superior de Educação e Comunicação - Universidade do Algarve](#)

Geralmente são termos associados a assuntos ou discussões que se deseja indexar em redes sociais como Instagram, Facebook ou Twitter. Quando a combinação é publicada, transforma-se num *hiperlink* que nos direciona para uma página com outras publicações relacionadas ao mesmo tema.

Em suma, a capacidade de adaptar a comunicação a vários públicos e contextos é uma competência muito importante, que facilita a interação e promove o sucesso profissional. Durante todo este percurso fui percebendo que o conhecimento linguístico é fundamental e que influencia todos os aspetos da vida em sociedade. Capacita as pessoas para se conectarem umas com as outras; é um pré-requisito para uma educação bem-sucedida; para participar ativamente na sociedade é necessário entender a linguagem usada em diversos contextos; ter competências linguísticas sólidas permite que as pessoas acedam e compreendam informações disponíveis em várias plataformas digitais e tradicionais; no mundo do trabalho, a comunicação é essencial e um elemento-chave para alcançar o sucesso profissional.

Voltando ao meu percurso, terminado o ano de estágio e com os professores a enfrentarem grandes dificuldades de emprego, direcionei a minha atividade profissional para uma antiga paixão: o jornalismo. Durante a licenciatura já elaborava semanalmente uma página de crítica literária, intitulada “Ler com Olhos de Ver” (Anexo I), no jornal *A Avezinha*, na altura o segundo jornal mais antigo da região, fundado por quatro mulheres de Paderne, no concelho de Albufeira, em 1921. Fui desenvolvendo trabalhos de pesquisa, entrevistas e reportagens e comecei a participar em conferências de imprensa. De acordo com as temáticas a abordar e os tipos de público, fui-me apercebendo de que alguns conhecimentos adquiridos durante a licenciatura na área da linguística, que até então não me haviam despertado grande interesse, começavam a merecer grande importância na resolução de problemas linguísticos e comunicativos específicos.

3 Carteira Profissional de Jornalista

Em 2001, ingressei no jornal *Notícias do Algarve* (Anexo II), à data o único jornal regional com tiragem diária nesta região. Primeiro como estagiária, comecei a exercer a atividade sob a orientação de um jornalista, durante 12 meses, o que não só me proporcionou o necessário acompanhamento, mas também a avaliação do meu desempenho profissional. Concluído este período com aproveitamento, tornei-me membro da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), tornando-me

acreditada para exercer legalmente esta profissão. A carteira profissional, além de ser essencial para o exercício da profissão, é a única garantia da salvaguarda dos jornalistas no acesso e proteção das fontes de informação, bem como à sua própria proteção. Ao integrar esta comissão, passei a estar obrigada ao cumprimento do *Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses*, aprovado em 4 de maio de 1993, mas tornei-me independente no exercício das minhas funções, ou seja, passei a poder recusar tarefas e benefícios suscetíveis de comprometer o estatuto de independência e a integridade profissional. Desta experiência retirei até aos dias de hoje o rigor, a exatidão, imparcialidade e veracidade com que o jornalista deve relatar os factos; valores expressos no *Livro de Estilo do Público*, que desde então me serve de referência (Público, 2005).

A exigência de trabalho num jornal com tiragem diária deu-me a oportunidade de contactar, durante o período de um ano, com praticamente todos os géneros jornalísticos, procurando sempre a melhor forma de trabalhar a informação, tendo em conta as necessidades do leitor e as diretrizes do conselho editorial. Percebi a indubitável necessidade do correto uso da língua, do rigor da escrita e do domínio de regras de construção textuais próprias. Neste processo, aprendi que um facto é diferente de uma opinião e que os géneros jornalísticos possuem especificidades que vão para além das palavras que os compõem: a intencionalidade. Por exemplo, quando um texto pretende informar sobre acontecimentos ou situações, então relatará apenas por factos. Nos casos em que o autor pretende emitir a sua opinião sobre um determinado assunto ou algo que aconteceu, estamos perante um texto opinativo, construído com apreciações. Existem ainda textos que narram acontecimentos e, ao mesmo tempo, expressam opiniões do seu autor sobre os mesmos. Nesse caso, estamos perante uma composição mista, ou seja, que não se afasta de um artigo de análise ou de um artigo de opinião, como por exemplo a crónica.

Neste exercício fui-me apercebendo de que nem sempre é tarefa fácil diferenciar factos de opiniões. Numa primeira análise, facto é algo objetivo, que aconteceu, é sempre suportado por dados e evidências. Enquanto que, opinião é algo subjetivo, que expressa sempre ideias sobre algo ou alguém, difere de pessoa para pessoa, dependendo das experiências pessoais. Nas regras de construção textuais do jornalismo, o uso de advérbios, adjetivos e/ou locuções adjetivas indicam, em geral, uma opinião do autor do texto, logo a sua inclusão numa notícia ou comunicado de imprensa são de uso mais controlado do que as outras classes de palavras. Ainda assim, caso apareçam, devem

surgir entre aspas com a identificação expressa do seu autor. A notícia que se segue exemplifica o que se tem vindo a distinguir:

Centro de Simulação Clínica da UAlg foi oficialmente inaugurado com a presença de três ministros

O Centro de Simulação Clínica da Universidade do Algarve foi oficialmente inaugurado, no dia 1 de março, na presença da ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, do ministro da Saúde e da ministra da Coesão Territorial. A inauguração decorreu no âmbito da iniciativa “Governo Mais Próximo” e da realização do Conselho de Ministros em Faro.

Para o reitor Paulo Águas, esta estrutura vai permitir fazer mais e melhor. O reitor recordou os pioneiros do projeto e referiu-se ao facto de a área da Saúde ter vindo a ganhar grande expressão na UAlg. Reconhecendo que muito já foi feito, mas que muito mais há para fazer, Paulo Águas lembrou que “construir um percurso sólido implica relações que não são fáceis, mas sim complexas, com todo o ecossistema da Saúde, onde existem muitos intervenientes e é necessário trabalhar em conjunto, sabendo os nossos papéis, para termos mais Saúde no Algarve, porque no fundo é isto que importa”.

«...»

Ana Abrunhosa: “Este é o exemplo de um projeto que não só ajuda a melhorar a formação, mas também a internacionalizar a região.”

A ministra da Coesão Territorial, Ana Abrunhosa, considera que o Centro de Simulação Clínica marca a diferença na região e no País. “Este é um exemplo de um projeto que não só ajuda a melhorar a formação, mas também a internacionalizar a região.” Na sua opinião, “não há atividade económica competitiva sem conhecimento, sem pessoas qualificadas e sem internacionalização. Em todos estes domínios a Universidade é determinante”.

Ana Abrunhosa referiu-se ainda a um trabalho da OCDE, que analisou várias regiões e os fatores de atratividade, indicando o Polo Tecnológico do Algarve, onde inseriu o Centro de Simulação Clínica, como uma das peças chave para a construção de um ecossistema tecnológico que permite captar investidores e talentos para o Algarve. Portanto, concluiu, “a partir de hoje, a região tem à disposição uma resposta fundamental não só no ensino da área clínica e cirúrgica, mas também na atração de profissionais de saúde de nível nacional e internacional”. A ministra lançou ainda um apelo à união e à coesão, realçando a importância de trabalhar em conjunto.

Manuel Pizarro: “Vou daqui encantado com o trabalho que estão a fazer”

O ministro da Saúde, Manuel Pizarro, iniciou o seu discurso afirmando que “sem conhecimento e inovação não há futuro”. Em relação à região do Algarve, o ministro considera que é muito importante não perder o foco, elogiando o percurso feito pela Universidade do Algarve, trabalhando em conjunto, em prol de uma visão coletiva da região, numa estratégia continuada. A terminar, o ministro felicitou a Universidade, referindo: “vou daqui encantado com o trabalho que estão a fazer”.

«...»

Elvira Fortunato: Elogiou “trabalhos de investigação que se focam em questões prementes como as alterações climáticas”

No âmbito da iniciativa “Governo Mais Próximo”, a ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, Elvira Fortunato, durante a manhã, visitou o Laboratório Experimental para Organismos Aquáticos e os Laboratórios de Piscas, Biotecnologia e Química Estrutural do Centro de Ciências do Mar (CCMAR). A ministra enalteceu “o trabalho desenvolvido pelas equipas de investigação, permitindo que foquem a sua investigação em questões prementes como as alterações climáticas” (Universidade do Algarve, 2023b).

Numa análise ao conteúdo desta notícia, importa referir que, tratando-se de uma inauguração importante, que contou com a presença de três ministros, o título deve informar e resumir de forma clara, concisa e atual, o conteúdo que vai noticiar, sem ser sensacionalista ou falacioso: “Centro de Simulação Clínica da UAlg foi oficialmente inaugurado com a presença de três ministros”. Depois do título, segue-se um primeiro parágrafo, que nos direciona logo para a informação mais importante e revela os protagonistas da ação, colocando nas mãos do leitor a opção de continuar ou não a ler o texto para saber mais pormenores:

“O Centro de Simulação Clínica da Universidade do Algarve foi oficialmente inaugurado, no dia 1 de março, na presença da ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, do ministro da Saúde e da ministra da Coesão Territorial. A inauguração decorreu no âmbito da iniciativa “Governo Mais Próximo” e da realização do Conselho de Ministros em Faro.”

Elaborado o primeiro parágrafo, ou lead, os factos devem continuar a ser apresentados de forma clara e neutra e as opiniões devem aparecer devidamente referenciadas, como ilustram alguns exemplos da referida notícia, na Tabela 1:

Tabela 1- Factos e Opiniões

Factos	Opiniões
O Centro de Simulação Clínica foi inaugurado.	<p>Para o reitor Paulo Águas, esta estrutura vai permitir fazer mais e melhor.</p> <p>O reitor recordou os pioneiros do projeto e referiu-se ao facto de a área da Saúde ter vindo a ganhar grande expressão na UAlg.</p> <p>Paulo Águas acredita que o Centro permitirá fazer mais e melhor e que a área da Saúde tem ganhado grande expressão na UAlg.</p>

<p>A inauguração ocorreu a 1 de março.</p>	<p>A ministra Ana Abrunhosa considera que o Centro marca a diferença na região e no país, ajudando a melhorar a formação e a internacionalizar a região.</p>
<p>A inauguração contou com a presença de três ministros.</p>	<p>O ministro da Saúde, Manuel Pizarro, elogiou o percurso feito pela Universidade do Algarve e o trabalho que estão a fazer.</p>
<p>O Centro de Simulação Clínica pretende estimular o ensino na área clínica e cirúrgica e desenvolver uma visão crítica e construtiva junto dos formandos, fortalecendo a colaboração entre profissionais de saúde e apostando na formação nacional e internacional.</p>	<p>A ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, Elvira Fortunato, enalteceu o trabalho de investigação focado em questões prementes como as alterações climáticas.</p>

Observe-se que os "factos" são informações objetivas, enquanto as "opiniões" são avaliações pessoais expressas por pessoas citadas na notícia. Não cumprindo uma das características específicas da notícia, a brevidade, a informação obedece a uma certa coerência e coesão, segue uma estrutura lógica, com informações organizadas de forma sequencial e relacionadas entre si, recorrendo a frases curtas e parágrafos bem estruturados. É escrita na terceira pessoa, por ser impessoal, não usando, por isso, pronomes pessoais como "eu" ou "nós". A informação mais importante é colocada no início da notícia (no *lead*) para captar a atenção do leitor. Não são usados termos técnicos que possam ser difíceis de entender para o público em geral. A notícia é de fácil leitura, logo facilmente compreensível para todos os leitores.

Numa sociedade em que a informação é cada vez mais imediata e está ao alcance de todos, a pluralidade das fontes deve ser uma preocupação constante devido à multiplicação das chamadas *fake news*, termo usado para denominar informações falsas veiculadas, principalmente, nas redes sociais.

A estrutura de cada língua permite-nos comunicar uns com os outros, mas também nos obriga a respeitar o seu uso. Tal também se verifica no jornalismo, onde se devem evitar as designações pejorativas e as vulgarizações de grupos religiosos, étnicos, profissionais ou outros, recorrendo à neutralidade na divulgação dos factos.

4 Curso de Jornalismo Judiciário

Ao longo do meu percurso, também realizei um curso de Jornalismo Judiciário (Anexo III), promovido pelo Conselho Distrital de Faro da Ordem dos Advogados, o que me permitiu conhecer melhor a relação entre os setores da Justiça e da Comunicação Social, adquirir novos conceitos, estruturas, práticas e princípios éticos e deontológicos. Direcionada primacialmente a jornalistas, licenciados em Comunicação Social ou em Direito, pessoas que por força das suas funções se relacionassem com a Comunicação Social e com o setor da Justiça ou tivessem que conhecer o seu *modus operandi* e, obviamente, a sua "linguagem". Esta formação contou com uma forte componente prática, abrangendo um leque de formadores variado, composto por jornalistas, magistrados judiciais e do Ministério Público, advogados, funcionários judiciais, representantes das forças policiais e prisionais.

Jornalistas e advogados têm códigos de deontologia próprios que devem ser respeitados. Partindo desta suposição, o curso foi dividido em módulos, que, nas sessões teóricas, seguiram o formato de exposição por parte dos convidados e posterior debate ou “pergunta-resposta”.

Dos vários módulos abordados, os que mais suscitaram o meu interesse centravam-se nas questões do discurso e da terminologia do referido domínio: “Discurso Jurídico e Discurso da Comunicação Social”, “O Segredo da Justiça e a Liberdade de Imprensa” e “Que justiça e que comunicação social?”. Neste processo de aprendizagem consegui perceber que, muitas vezes, a apropriação da terminologia jurídica pela comunicação social não ocorre de forma correta, levando a falsas interpretações quer por parte dos jornalistas, quer por parte dos leitores. Nas notícias difundidas são, muitas vezes, notórios erros de semântica, com falsas interpretações que dificultam a clareza e a objetividade das mensagens sobre temas relacionadas com a justiça.

A título de exemplo podem observar-se na Tabela 2 alguns termos utilizados de forma incorreta na comunicação social:

Tabela 2- Termo e Significado no Domínio

Termo	Significado no Domínio
"Detenção" e "prisão"	São usadas de forma aleatória, mas têm significados distintos. "Detenção" é uma prisão temporária para investigação, enquanto "prisão" é uma pena imposta após o julgamento e condenação.

<p><i>In dubio pro reo</i> e presunção de inocência</p>	<p>É um princípio fundamental que decorre da presunção constitucional de inocência e que em caso de dúvida sobre os factos a provar, o tribunal decide em favor do arguido (absolvição, não agravação, atenuação, etc.). No entanto, é frequentemente usado de forma errada para referir que todo o arguido é considerado inocente até que se prove sua culpa, quando na verdade a expressão jurídica correta nesse caso é o princípio da presunção de inocência.</p>
<p>"Inquérito" e "investigação"</p>	<p>São usados muitas vezes como sinónimos, mas a terminologia jurídica refere-se a "inquérito" como uma fase preliminar de recolha de provas e a "investigação" como um processo mais amplo e aprofundado para esclarecer um crime.</p>
<p>"Sentença" e "condenação"</p>	<p>Termos muitas vezes confundidos. "Sentença" é a decisão do juiz após um julgamento que pode resultar em condenação (pena) ou absolvição (inocência).</p>

Dos exemplos abordados, pode concluir-se que a comunicação entre o setor da justiça e da comunicação social traz consigo dificuldades devido ao excessivo uso de termos técnicos presente nas sentenças e acórdãos, bem como pela própria complexidade dos conceitos que envolvem o domínio jurídico. Esta dificuldade só poderá ser minimizada através de uma comunicação mais eficiente e com a democratização da informação jurídica.

Na área do Direito recorre-se frequentemente a palavras, frases, ou expressões em latim. Se por um lado, esta utilização procura demonstrar erudição e apreço pela tradição, por outro parece querer impressionar o leitor. Porém, podem daqui advir resultados indesejáveis, por desconhecimento desse idioma, com erros de uso, de grafia e de concordância. O uso inapropriado destes termos pode levar à descredibilização da comunicação, à desinformação e à má interpretação da informação transmitida, comprometendo a clareza da mensagem e a eficácia comunicativa.

Durante a exposição dos vários módulos, no curso de Jornalismo Judiciário, fui constatando a dificuldade destes profissionais optarem por uma linguagem mais perceptível, menos hermética e técnica para comunicarem com os jornalistas, de modo a que a mensagem a transmitir fosse mais acessível quer para os profissionais, quer para o público em geral. Também verifiquei que a urgência da “última da hora” dos jornalistas

incomodava, muitas vezes, a tranquilidade de quem tinha que decidir na Justiça, assim como continua a incomodar atualmente docentes, investigadores ou outros membros da comunidade académica da UAlg.

No curso em questão percebi que, de um modo geral, “segredo de justiça” tende a confundir-se com a “justiça em segredo”. Quer isto dizer que o segredo de justiça significa que o público não pode assistir aos atos processuais e que o conteúdo dos atos do processo não pode ser divulgado, só por despacho do Ministério Público, mediante validação do juiz. No entanto, por regra os atos processuais são públicos, ou seja, a justiça não é feita em segredo, é permitida a assistência do público; a difusão dos atos processuais pelos meios de comunicação social, a consulta do processo ou a obtenção de cópias e certidões.

Enquanto falantes de uma ou mais línguas, no caso concreto a língua portuguesa, importa salientar a forma como a(s) usamos em diferentes contextos e situações. No Direito recorre-se a um nível de língua formal, evitando a linguagem coloquial ou informal que pode utilizar-se num ambiente mais familiar. Essa capacidade de adequação linguística é uma competência que não é facilmente aplicada por todos os falantes já que não conseguem adaptar o discurso de acordo com as necessidades de comunicação e dos públicos-alvo. Situações específicas, exigem adaptações concretas de acordo com a mensagem a transmitir, os contextos e o público-alvo.

No caso concreto do domínio do Direito, o nível e o registo de língua, que dizem respeito ao grau de formalidade ou informalidade, são cruciais para uma comunicação eficaz. Durante este contacto com o jornalismo judiciário cheguei a questionar-me: “que língua falam os advogados?” Apercebi-me do excesso de termos jurídicos e da desnecessária formalidade em situações comuns do dia a dia, ampliando muitas vezes a distância entre o emissor e o recetor da mensagem. Se por um lado, se deve exigir precisão, clareza e formalidade na linguagem devido à importância das informações transmitidas, por outro nem sempre se comunica de forma clara as implicações ou decisões legais. Esta área utiliza um vocabulário técnico específico que deve ser utilizado corretamente para evitar ambiguidades ou interpretações imprecisas. Expressões jurídicas ou terminologias devem ser utilizados com rigor, uma vez que o seu significado pode não corresponder ao nível de língua informal utilizado no dia a dia, tornando-se difícil a sua descodificação para muitos dos falantes.

Devido à sua natureza e à observância das leis aplicadas, o registo formal é amplamente utilizado. Sentenças judiciais, contratos, documentos legais, entre outros, devem servir-se da imparcialidade e objetividade para suprimir ou evitar equívocos e a

assegurar que as informações são comunicadas de forma clara. Frases complexas e construções gramaticais elaboradas são, muitas vezes, utilizadas, mas a clareza na comunicação deve ser uma prioridade. Estando claramente perante um nível de língua técnico e especializado, com terminologias e vocabulários que espelham conceptualizações específicas e encerram significações próprias, é de elevada importância utilizar os termos legais corretamente, pois qualquer erro na terminologia pode ter implicações legais sérias e comprometer o fim último de obter justiça.

O registo formal é o mais adequado em situações formais ou profissionais, como na escola, na realização de conferências, congressos ou palestras. Ainda assim, recorre, muitas vezes, a expressões ou termos mais informais (específicos de determinados domínios) e a uma estrutura gramatical mais complexa, que pode dificultar a mensagem. Desta forma, se a escolha do nível e do registo de língua deve depender sempre do contexto e da relação entre os interlocutores, também não devem ser negligenciadas as expectativas sociais e dos próprios leitores. A nossa capacidade de adaptar o discurso aos diversos contextos, revela uma das características fundamentais da competência comunicativa.

A importância da simplificação linguística adquire grande relevância como exercício de adequação ao recetor para potenciar a eficácia da comunicação. Chamamos simplificação linguística à preocupação de reformulação textual que permite que a mensagem seja compreendida por quem não tem ou tem poucos conhecimentos sobre uma determinada matéria. Produzir enunciados claros, que sejam compreensíveis para um público diversificado, implica utilizar uma linguagem simples, direta e “descomplicada” para transmitir a informação de uma forma eficaz. Tal como consta nos exemplos que se apresentam seguidamente:

- **Com excesso de termos jurídicos** (complicada):

"O presente comunicado tem a finalidade de notificar Vossa Excelência acerca da situação de inadimplência, sendo que o pagamento dos débitos deverá ser efetuado no prazo legal sob pena de adoção de medidas judiciais cabíveis."

- **Clara e acessível** (descomplicada):

"Estamos a contactá-lo para avisar que tem pagamentos em atraso. Por favor, regularize a situação para evitar problemas legais."

A simplificação linguística é fundamental em muitos domínios porque nem todos os leitores têm o mesmo nível de competências linguísticas ou de conhecimentos técnicos, muito específicos. Desta forma, a informação torna-se mais acessível a diversos tipos de

público, já que textos complexos ou repletos de termos demasiado técnicos podem criar confusão e levar a interpretações incorretas. A utilização de palavras impercetíveis por parte destes profissionais faz com que o código utilizado crie ruído na situação comunicativa, já que emissor e recetor não estão inseridos no mesmo referente. Como a palavra é por excelência o maior trunfo de um profissional de comunicação, a sua precisão, associada ao conceito de clareza, torna a mensagem inteligível e confere ao utilizador propriedade e segurança. A comunicação deve ser natural, empática e próxima, permitindo que leitores compreendam a informação transmitida, deve por isso ser inclusiva, envolvente e atrativa, traduzindo-se numa boa prática para melhorar a qualidade da informação a transmitir, independentemente do contexto, tal como refere Carapinha (2018).

Induzida por um certo apuro e precisão a que a escrita jornalística já me havia habituado, esta formação foi especialmente relevante para perceber que, como profissional da área da comunicação, é fundamental desenvolver capacidades estratégicas relacionadas com a língua e com os seus usos, melhorando a reflexão crítica e de síntese em vários domínios científicos. Além dos respetivos princípios normativos, é muito importante estudar a língua em função do seus usos e situações comunicacionais. Durante o processo comunicacional é essencial que a mensagem esteja em consonância com o contexto.

Contrariando o que já foi dito acerca da importância da clareza e concisão na transmissão da mensagem, neste curso deparei-me com uma linguagem rebuscada, cheia de termos intrincados e pouco utilizados, principalmente na escrita, onde os parágrafos e períodos costumam ser longos, em vez de objetivos e diretos, dificultando a sua compreensão para quem não faz parte desse contexto, ou seja, a maioria dos leitores. Contudo, pude assistir a um momento de debate aberto e perceber que as relações entre a justiça e a comunicação social, que possuem características e lógicas de funcionamento diferentes, nem sempre foram fáceis, existindo um longo caminho a percorrer para a “democratização da justiça” numa sociedade cada vez mais informada e reivindicativa.

Também me fez perceber a importância de adequar o discurso em cada situação, sem esquecer coerência e coesão, já que o uso que fazemos da linguagem é mediado pelas relações sociais. Se a coerência se resume à harmonia da sequência de ideias transmitidas, a coesão refere-se à conexão de todas as partes que compõem a mensagem, de modo a que ela faça sentido. Cada texto deve ser entendido como um ato de comunicação, por isso deve ser perceptível para quem o envia e para quem o recebe, o que

nem sempre acontece por exemplo com informação referente a diligências judiciais e julgamentos nos Tribunais. Coerência e coesão, apesar de diferentes, possuem uma relação já que a coerência é uma conexão lógica entre as ideias e os factos, possibilitando a criação de sentido na mensagem transmitida, e a coesão diz respeito às partes que compõem um texto garantindo a sua melhor compreensão.

4.1 As especificidades do texto jornalístico

A língua é o instrumento de trabalho de um jornalista, técnico de comunicação ou assessor de imprensa, por isso, estes profissionais, devem ter conhecimentos profundos da mesma, proporcionando aos leitores uma leitura rápida e eficaz da mensagem que se propõem transmitir. Usualmente é referido que a linguagem jornalística deve ser clara, precisa, concisa e harmónica. Para esta clareza muito contribui a utilização de frases curtas, com ideias rigorosamente interligadas no texto; recorrendo, sempre que possível, a palavras mais curtas, a uma linguagem concisa e não descritiva, sem descuidar o rigor semântico. Por exemplo, numa notícia “dizer” ou “declarar” podem não ser sinónimo de “afirmar”. Este tipo de verbos, os chamados verbos *dicendi* ou declarativos, são utilizados no jornalismo para introduzir a fala de uma pessoa. Também são frequentemente usados no discurso direto, que, segundo Cunha e Cintra (1998: 630), o podem introduzir, arrematar ou nele se inserir.

Os atos de fala³, que consistem numa espécie de ações realizadas através de um enunciado, podem visar, intencionalmente, obter algo do leitor a quem se destina a mensagem. Em seguida são evidenciados exemplos a este propósito:

"A Universidade do Algarve ainda não conseguiu resolver o problema do alojamento dos estudantes", **afirmou** o reitor. "A Universidade do Algarve e ainda não conseguiu resolver o problema do alojamento dos estudantes", **lamentou** o reitor.

Se de uma forma incipiente definirmos comunicação, na aceção clara da palavra, estes dois exemplos comunicam de forma similar a mensagem que se pretende transmitir. Mas, numa observação mais cuidada, verifica-se que existe uma intencionalidade intrínseca e assertiva na utilização dos verbos “afirmar” e “lamentar”. “Afirmar” expressa uma a relação entre o locutor e a verdade do enunciado e “lamentar” exprime o estado

³ <https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/Satos-de-fala>

psicológico do locutor em relação a uma situação ou a uma realidade. O mesmo acontece com “declarar” e “denunciar”:

"A recepção e a integração de novos estudantes não podem assentar em práticas de integração humilhantes e abusivas”, **declarou** a ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. " A recepção e a integração de novos estudantes não podem assentar em práticas de integração humilhantes e abusivas”, **avisou** a ministra da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

Ao redigir um comunicado de imprensa ou uma notícia está sempre implícita a intencionalidade comunicativa. “Declarar” é um verbo declarativo, que alerta para uma realidade através do próprio enunciado, graças à autoridade institucional ou individual do locutor. Já “avisar” é um verbo diretivo que deixa expresso um aviso ou um alerta. Os exemplos seguintes, embora possam ser considerados sinónimos, apresentam diferentes posições de verdade assumidas pelo locutor:

O reitor Paulo Águas **disse** que “a Universidade do Algarve vai resolver o problema dos precários ainda durante este ano.”

O reitor Paulo Águas **afirmou** que “a Universidade do Algarve vai resolver o problema dos precários ainda este ano.”

O verbo “dizer” pode ser utilizado para descrever uma conversa ou citar alguém sem, contudo, salientar uma certeza absoluta ou autoridade na declaração. O verbo “afirmar” transmite a informação de forma mais confiante, categórica e assertiva. Quando alguém afirma algo transmite mais segurança e confiança. Neste sentido, Searle (1962: 30) para ilustrar esta sua perspectiva, apresenta categorias gramaticais tradicionais como indicadores da força ilocutória, por exemplo, os tipos de frase - declarativa, interrogativa, exclamativa e imperativa - a ordem das palavras na frase, a entoação, a pontuação, o modo verbal e os verbos performativos, propriedades da forma linguística do enunciado.

Segundo o *Livro de Estilo Público*, “clareza, simplicidade, exatidão e variedade caracterizam o estilo jornalístico de qualidade”. Contudo, salienta o mesmo livro, “o bom uso do português e o cumprimento das regras gramaticais, o rigor e a competência, indispensáveis na informação que se leva ao leitor, aconselham a uma permanente atenção a certos vícios e incorreções de linguagem” (Público, 2005: 65). Nesta estratégia de aproximação com os vários tipos de leitores, fui-me apercebendo da importância de ter consciência do fenómeno linguístico e do papel da língua como um poderoso instrumento de comunicação, que serve para transmitir e construir conhecimentos, segundo regras gramaticais que possibilitam que um determinado grupo de falantes consiga produzir enunciados que lhes permitam comunicar-entre si e compreender-se.

4.2 Importância da técnica da "pirâmide invertida"

A técnica da "pirâmide invertida" é uma abordagem que, embora não seja específica do jornalismo, permite apresentar a informação de forma mais clara e concisa, seguindo a estrutura que o próprio nome sugere. Esta técnica coloca as informações mais importantes no início do texto, o que faz com que os leitores tenham acesso às informações principais mesmo que não completem a leitura completa do artigo. Isso é especialmente relevante para notícias onde a atenção do leitor pode ser condicionada quer pela temática abordada, quer pela complexidade em transmiti-la. Recorrendo a esta técnica pode verificar que a comunicação se processa com maior fluidez quando as ideias principais surgem em primeiro lugar e só depois se comunicam detalhes. A pirâmide invertida deverá ser constituída por uma estrutura de três blocos: título, *lead* e corpo da notícia.

O título é o elemento principal. Deve ser forte e apelativo para fazer com que o leitor comece a ler uma notícia quase de forma instantânea. Se tal for necessário, poderá ainda utilizar-se um subtítulo ou mesmo um antetítulo para ampliar o poder da informação e captar a atenção do leitor.

No *lead*, que corresponde ao primeiro parágrafo, deverão ser apresentadas as informações mais importantes, respondendo às seguintes perguntas: "Quem?," "O quê?," "Onde?" e "Quando?". As respostas devem ser objetivas, para que o leitor tenha uma percepção rápida do que encontrará no decorrer do texto. Por último, no corpo do texto aparecerá o conteúdo menos importante e responderá então às perguntas: "Como?" e "Porquê?," como se pode observar na figura seguinte:

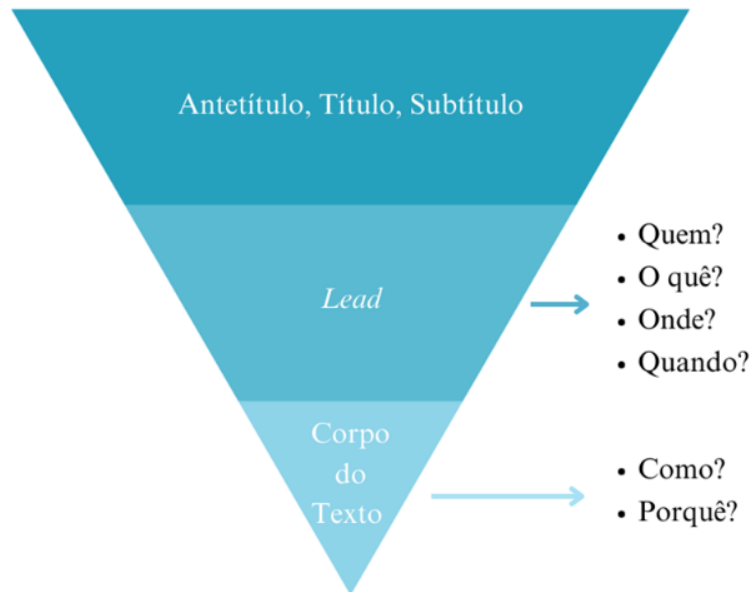


Figura 1- Pirâmide Invertida da Comunicação

Fonte: Elaborado pelo autor

A estrutura da pirâmide invertida oferece aos leitores uma abordagem mais rápida do texto e ajuda-os a identificar as informações mais relevantes. Isso é particularmente importante nas notícias online, onde os leitores têm acesso a uma quantidade enorme de informação e tendem a pesquisar vários artigos ao mesmo tempo. Esta técnica também se ajusta a diferentes tamanhos de textos. Por exemplo, num comunicado de imprensa demasiado grande, se for necessário retirar informação no final, as informações mais importantes já terão sido comunicadas. Os leitores têm preferências distintas e, mesmo dentro de um determinado tema, apresentam diferentes níveis de interesse. Esta técnica permite que um leitor decida o seu grau de envolvimento, ou seja, quanto tempo quer despende na sua leitura. Os leitores esporádicos podem ler apenas o primeiro parágrafo, enquanto os leitores mais interessados podem continuar a aprofundar o seu interesse, lendo o artigo completo.

A pirâmide invertida adapta-se ainda às necessidades de diferentes públicos. No entanto, é importante realçar que não é adequada para todos os tipos de textos. Em artigos mais longos, como por exemplo ensaios académicos, deve seguir-se uma estrutura narrativa diferente, introduzindo progressivamente as informações. Todavia, para notícias, comunicados de imprensa e textos informativos, esta técnica continua a ser uma

ferramenta muito importante para comunicar de forma célere e eficaz, contribuindo para que a mensagem seja decodificada por um maior número de leitores.

5 Formação continua acreditada

Com o objetivo de procurar soluções inovadoras para desafios concretos da minha atividade profissional, onde a criatividade surge como uma ferramenta essencial, decidi aprofundar as minhas competências junto do Cenjor – Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas⁴. Para compreender melhor o mundo digital, o consumidor e os seus hábitos, de 19 a 21 de julho de 2022 realizei uma formação sobre “Comunicação Digital”, com duração de 14 horas, que me permitiu aprender estratégias mais eficazes de publicação e disseminação de conteúdos através de sites e das redes sociais, de acordo com as necessidades das organizações e o comportamento dos consumidores nos meios digitais. De 4 a 21 de outubro de 2022 realizei um curso de “Escrita para suportes digitais”, com a duração 25 horas, para aprofundar competências no âmbito das “linguagens” do digital: texto, som, imagem fixa, vídeo, infografia. Com o objetivo de encontrar soluções técnicas e criativas, essenciais ao desenvolvimento de um plano de comunicação assente em soluções ágeis, úteis e inovadoras, de 11 de janeiro a 13 de fevereiro de 2023 realizei um curso sobre “Criatividade em Comunicação”, com a duração de 50 horas. Estas três formações centraram-se, fundamentalmente, na divisão da informação na *Web* e no conceito de usabilidade das plataformas digitais. Numa aprendizagem essencialmente prática, através de uma metodologia que recorreu a uma série de recursos e desafios criados pelo formador, com vista a simplificar o processo criativo, foram ainda abordadas as etapas do processo criativo, onde mais uma vez constatei a importância das Ciências da Linguagem quer na criatividade lexical, quer no uso da língua em situações distintas e com diferentes objetivos, tendo sempre em mente o recetor da mensagem. Na mesma linha de pensamento refere Fonseca *et al.* (2001:118):

“A criatividade linguística está em jogo ao selecionarmos um dado registo ou estilo em função da situação e da nossa relação com os restantes participantes na interação, e ao escolhermos o vocabulário que melhor se adequa ao assunto da interação verbal”.

⁴ <https://www.cenjor.pt/>

6 Docente: assistente convidada na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve

Desde setembro de 2022, sou assistente convidada na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) da UAlg, onde leciono a unidade curricular “Escrita para a Web e *Storytelling*”, no CTeSP em Marketing Digital. Esta minha experiência tem-me permitido compreender que a combinação entre a "Escrita para a Web" e "Storytelling" é de extrema importância na comunicação digital ou mesmo na comunicação dita tradicional. O *storytelling* é uma técnica de comunicação envolvente e persuasiva capaz de cativar a audiência e transmitir mensagens de uma forma ímpar, e também é uma excelente ferramenta para utilizar dentro da sala de aula, na interação com os alunos mantendo-os interessados e atentos. Segundo Oro (2011:9) é “uma das maneiras mais subtis e eficazes para transmitir conhecimentos e valores pois “uma história bem contada consegue aquilo que uma demorada explicação não consegue (*idem*: 14)”.

As competências de ciências da linguagem são fundamentais para o *storytelling*, por exemplo ao procurar formas de simplificar a linguagem escrita e a terminologia técnica, sem perder o rigor, tornando os textos mais acessíveis a todos e o conhecimento de procedimentos retóricos para o domínio da narrativa e para a interligação com a descrição. Esta técnica de comunicação, que abordarei com mais detalhe no capítulo 2, torna os conceitos linguísticos mais acessíveis, logo entendíveis, para o público em geral. Talvez por isso “há anos que na própria Universidade de Harvard se estudam os efeitos mágicos do storytelling como meio de transmitir valores, criar confiança e cumplicidade emocional” (*ibidem*: 10).

Nesta minha experiência de docência, os conhecimentos de Ciências da Linguagem estão sempre presentes e são fundamentais para melhor ajudar os alunos a usar e aplicar estratégias e técnicas de produção textual; a determinar a linguagem apropriada em função da audiência-alvo; a compreender as melhores estratégias de escrita para marketing de produtos no contexto da comunicação em suporte tradicional e em contexto digital; e na utilização correta de competências de revisão de texto.

7 Síntese

Ao longo do capítulo 1 procurei demonstrar em que medida os conhecimentos adquiridos em ciências da linguagem me ajudaram a compreender o funcionamento da

língua, incluindo a sua estrutura gramatical, as dimensões de ordem sintática, semântica e pragmática. Estes conhecimentos possibilitaram-me uma comunicação mais clara e eficiente, em diferentes domínios e terminologias.

A compreensão de domínios específicos da língua, que também envolve a análise do discurso, permitiu-me uma melhor adequação do vocabulário e da mensagem tendo em conta o público-alvo.

Em resumo, os conhecimentos de ciências da linguagem e as habilidades linguísticas adquiridas, têm desempenhado um papel fundamental ao longo do meu percurso profissional, contribuindo para uma comunicação mais estruturada, quer como docente, quer como jornalista, quer como assessora de imprensa, tendo sempre em conta o recetor, a mensagem e o contexto.

III. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

1 Introdução

Este capítulo descreve as atividades que desenvolvo no Gabinete de Comunicação e Protocolo (GCP) da UAlg, onde, entre outras funções, asseguro há mais de vinte anos a área da assessoria de imprensa, promovendo a divulgação interna e externa da Instituição e a mediação de contactos com os órgãos de Comunicação Social.

Ao longo deste capítulo serão abordados problemas concretos e situações reais relacionadas com dificuldades comunicacionais específicas e a metodologia utilizada para tentar colmatá-las.

2 Descrição das tarefas desenvolvidas

Em 2003, abracei um novo projeto, também ligado à comunicação, e comecei a trabalhar no Gabinete de Relações Externas da Universidade do Algarve, que mais tarde viria a designar-se GCP, onde ainda exerço funções atualmente.

Diariamente monitorizo os resultados alcançados e a notoriedade da UAlg através de ferramentas como o Google Analytics⁵. Recorrendo à plataforma Cision Point⁶, que possibilita a distribuição de informação, em simultâneo, através de meios tradicionais e online, monitorizada através de trabalhos de desempenho imediatos, avalio o impacto diário da Universidade junto da Imprensa, TV, Rádio, Internet e Redes Sociais.

Através de métricas, que permitem explorar e identificar o nível de influência da instituição, analiso em tempo real as interações dos vários tipos de consumidores e os perfis que procuram a marca “UAlg” de forma a alcançar uma comunicação mais estruturada e sempre credível.

Sendo as redes sociais canais de relacionamento que permitem agilidade, velocidade e uma comunicação horizontal mais direta e imediata entre os vários tipos de públicos, uma das minhas funções prende-se com a procura constante de recursos comunicativos que envolvem processos grupais que permitam uma leitura fácil, mas objetiva e rigorosa, de acordo com o perfil e do conteúdo a transmitir.

⁵ <https://marketingplatform.google.com/about/analytics>

⁶ <https://www.cision.pt/>

Participo regularmente na implementação de campanhas publicitárias, em diversos meios digitais e não digitais, sempre de forma integrada, através de conteúdos para peças publicitárias programadas de acordo com a audiência-alvo, o que me obriga a relacionar diariamente conhecimentos teóricos com a seleção adequada de metodologias.

3 Definição das estratégias de comunicação para a Universidade

No decorrer de quase 23 anos, na UAlg, sempre em articulação com a Reitoria, já participei na organização de várias conferências de imprensa; coordenei uma *newsletter* institucional; apoiei o desenvolvimento da área editorial, através da realização de diferentes materiais institucionais (livro dos 25 anos, revistas, brochuras, folhetos, flyers, etc.), recolhi, selecionei e tratei diversos tipos de informação; realizei entrevistas e reportagens dentro e fora da instituição; elaborei uma base de dados sobre autores e órgãos de comunicação social (regional, nacional e internacional), distribuída por meios, com os principais órgãos de comunicação social (imprensa, rádio, televisão, digital); planifiquei, elaborei e participei na revisão de diversos textos jornalísticos e institucionais; contribuí para a promoção da Universidade junto das instituições congéneres, comunicação social e sociedade; analisei, avaliei e propus modelos de comunicação utilizados na instituição; representei a UAlg em feiras, mostras de ensino e outros eventos externos e acompanhei várias visitas oficiais.

Ainda durante este período, fiz parte da equipa de projeto nomeada por despacho reitoral com o objetivo de traçar “Estratégias de comunicação para a Universidade”. Integrei a equipa de projeto, nomeada por despacho reitoral (RT. 29/09), que levou a cabo o lançamento público e operacionalização do projeto *Alumni*. Supervisionei vários estágios curriculares de alunos do curso de licenciatura em Ciências da Comunicação da UAlg (num total de mais de mil horas), e estive afeta a projetos cofinanciados, como o “UALG Business Lab”, “SIAC, Alargarve is Our Campus”, “OBSERVE - OBServatório da SustEntabilidade da Região do AlgarVE para o turismo”, entre outros, e mais recentemente o projeto Erasmus+ European Universities SEA-EU 2.0, integrando neste último a tarefa relativa à comunicação de ciência no consórcio. Em todos eles verifiquei a necessidade dos conhecimentos linguísticos para a comunicação.

De 2002 a 2006 tive a meu cargo a edição do jornal da Universidade do Algarve, intitulado «Algarve Académico» (Anexo IV), em versão impressa, que viria a ser substituído nesse mesmo ano pela revista «UALGzine», que ainda se mantém atualmente

em versão impressa e online. Este primeiro contacto mais formal com um jornal académico colocou-me novos desafios. Se até então exercera apenas as funções de jornalista, com tudo o que lhe está inerente, debruçando-me sobre os vários géneros jornalísticos, com este novo estímulo passei a desenvolver tarefas relacionadas com questões editoriais, planificação, seleção da informação, normas práticas, coordenando todas as etapas da produção e edição, sem negligenciar o rigor e a ética. Em todo este processo deparei-me com algumas mensagens subliminares e com frases quase inaudíveis, mas que quando transformadas em notícia se tornam perceptíveis para a grande maioria dos leitores. Quer isto dizer que, se a mensagem é o centro do processo comunicacional, então é necessário esmiuçá-la as vezes que forem necessárias até se tornar perceptível e clara para os seus leitores.

Entre 2004 e 2005 frequentei uma pós-graduação em Revisão de Texto, na UAlg, que por motivos de saúde não cheguei a concluir (faltou uma disciplina). Nessa fase, senti vontade de aprofundar a língua portuguesa, através de uma atitude mais reflexiva e, sobretudo, crítica, através dos processos de construção textual que, mediante os contextos e os públicos-alvo, adquirem especificidades diferentes. Desenvolvendo uma atividade profissional que me permite contactar com diversas áreas e diferentes valências, incluindo a realização de entrevistas, reportagens, análise de artigos científicos e livros; mediação entre a UAlg e a comunicação social, redes sociais e outros meios digitais. Além de competências gerais, esta pós-graduação contribuiu para aprofundar as regras de funcionamento da língua e para adquirir competências específicas em diferentes usos e registos linguísticos na língua escrita e falada.

Um revisor de texto é um elemento fundamental não só na aplicação de técnicas de normalização linguística, mas também no processo de criação e produção editorial. Mesmo sendo conhecedora da norma padrão, esta pós-graduação foi muito importante para me ajudar a identificar configurações que não respeitam o uso convencional da língua e para avaliar criticamente o meu próprio trabalho.

As principais disciplinas abordadas -Técnicas de Redação, História do Livro, Normas Portuguesas de Revisão, Introdução à Edição, Terminologia e Comunicação Especializada - permitiram-me perceber que nenhum texto deverá estar livre de revisão, principalmente os que vão ser tornados públicos. Se em qualquer meio ou plataforma de comunicação, o papel do revisor se torna crucial, numa Universidade não é menos elementar, principalmente quando se divulga o conhecimento científico e se deverão

apresentar hipóteses bem estruturadas e fundamentadas, que, por sua vez, irão ser submetidas à crítica não só dos pares, mas também da sociedade.

No decorrer deste processo, em que tive de elaborar vários comunicados de imprensa relacionados com áreas muito distintas, fui-me apercebendo de que, com alguma frequência, existem várias perspetivas para uma só temática, que deverão estar sujeitas a uma revisão crítica e intersubjetiva.

Quando não existe um distanciamento suficiente entre o emissor e a mensagem, o papel do revisor torna-se determinante, pois quando estamos demasiado familiarizados com os textos que produzimos a nossa análise crítica fica comprometida. Analisar a língua, sem perder o rigor, torná-la harmoniosa e clara para o(s) público(s) a quem se destina, além de retificar incorreções linguísticas, como ortografia, gramática e vocabulário, que possam comprometer o seu bom uso são algumas das tarefas inerentes à função do revisor de texto. Importa ainda referir que não é função do revisor alterar o conteúdo criado, mas sim acrescentar-lhe valor, respeitando as ideias do seu autor e sempre consciente de que existem limites para a sua intervenção. Para que a sua função seja reconhecida e cumpra o fim desejado, é necessário que o revisor conheça bem os diferentes géneros e estilos de texto, sabendo adequar o uso da língua a cada um deles. Na minha área profissional exerço muitas vezes a função de revisor editorial e trabalho, portanto, com diversos textos, entre os quais se podem destacar: jornalísticos, académicos, técnicos e científicos.

4 A importância da assessoria de imprensa na comunicação institucional

A assessoria de imprensa desempenha um papel crucial na comunicação institucional, pois traduz-se num elemento fundamental e estratégico para o relacionamento da UAlg com a Comunicação Social e com o público em geral. A ela muito se deve a projeção e reputação de uma organização.

Um assessor de imprensa além de ser um gestor de “clientes” e jornalistas é muitas vezes um gestor de crises. Em situações problemáticas pode ser o porta-voz da instituição, tendo, por isso, de desenvolver estratégias comunicacionais que melhor se adaptem a cada situação, zelando sempre pela boa imagem institucional. Construir uma imagem credível da organização que representa constrói-se com base na confiança, através de divulgação de informação rigorosa, sem ludibriar os conteúdos com afirmações tendenciosas, fazendo com que o público acredite em algo que não corresponde à verdade. O assessor de imprensa, embora represente uma organização, também deve reger-se pela ética e

pelos os princípios fundamentais do rigor, da imparcialidade e da exatidão na divulgação dos factos, por forma a manter a confiança do público e garantir a qualidade do seu trabalho.

Além disso, o assessor de imprensa também monitoriza a cobertura jornalística e os meios onde a sua organização é mais vezes referenciada. Esta tarefa permite perceber como se posiciona nos órgãos de comunicação social. A título de exemplo, observe-se o anexo VIII, que apresenta os dez dos meios de comunicação Social onde a UAlg aparece melhor posicionada, entre setembro de 2022 a julho de 2023. No referido anexo pode ainda observar-se que, no mesmo período, foram enviados 95 comunicados de imprensa e foram feitas 7242 referências à Universidade do Algarve. Tendo em conta o número de comunicados de imprensa produzidos e as referências à UAlg, pode concluir-se que a instituição tem uma boa projeção a nível nacional, aparecendo referenciada junto de órgãos de comunicação social com alguma notoriedade, como o jornal Público, Jornal de Notícias, RTP online, Notícias ao Minuto, entre outros.

Quando são implementadas estratégias eficazes, a assessoria de imprensa dá visibilidade e reforça a imagem da instituição, quer junto de outras instituições de ensino, quer local, nacional ou mesmo internacionalmente. As estratégias vão sendo implementadas diariamente, de acordo com o tipo de comunicado ou notícia a divulgar. Noticiar conferências, encontros, visitas de membros do Governo ou de comitivas é sempre mais fácil do que comunicar projetos de investigação em curso, resultados alcançados ou descobertas importantes.

Esta dificuldade prende-se, muitas vezes, com a complexidade do assunto, a linguagem especializada, que dificulta a compreensão dos não especialistas, o uso de terminologias próprias de determinados domínios, o excesso de informação ao alcance de todos, que pode retirar a atenção do assunto que estamos a comunicar, entre outros fatores. Perante cada caso em concreto, o assessor de imprensa terá de criar as suas próprias estratégias para que a comunicação flua, tendo em mente as necessidades e os interesses do público a quem se destina.

5 Estrutura de Missão “Faro, Capital Nacional da Cultura 2005”

Ainda em 2005, fui requisitada para a Estrutura de Missão que iria ser responsável pelo evento “Faro, Capital Nacional da Cultura 2005”. Nesta Estrutura fui responsável pela estratégia de comunicação, recebendo um voto de louvor pelo presidente, Professor

Doutor António Rosa Mendes, por ter prestado “excelentes e inestimáveis serviços, tendo revelado notáveis qualidades pessoais e profissionais, que contribuíram decisivamente para o êxito da estratégia comunicacional deste evento” (anexo V). Durante cerca de oito meses realizou-se por todo o Algarve um conjunto variado de eventos, como concertos, colóquios, exposições e espetáculos, promovendo-se ainda a valorização do património cultural, da dança, do teatro, da música e do cinema, a formação e alargamento de novos públicos, e a valorização do turismo cultural e de atividades ligadas às indústrias da cultura e do lazer no Algarve (Faro, capital nacional da cultura 2005, 2005).

Neste processo, apercebi-me de que comunicar áreas tão diferenciadas, para públicos com características distintas, quer nos domínios de interesse, quer de aculturação, requer competências de escrita e de usos da língua muito exigentes. Nesta aprendizagem, também percebi que apesar de ser muito importante adquirir conhecimento, é igualmente importante saber transmiti-lo. Embora o foco da comunicação da iniciativa “Faro, Capital Nacional da Cultura 2005” tivesse como tema central a “cultura”, os campos lexical e semântico revelaram-se bastante complexos, o que ainda se acentuou mais nas subáreas culturais que tinha de comunicar.

5.1 O desafio de comunicar várias subáreas da cultura e transformá-las em discurso

Conceitos como léxico, campo lexical, campo semântico, termo, contexto, entre outros, abordadas durante a licenciatura, nas disciplinas de Linguística, começavam a adquirir maior importância e valor para que a comunicação fluísse sem gerar conflitos ou falsas interpretações. Consoante a subárea a comunicar - teatro, música, dança, novo circo, artes plásticas e exposições, cinema, ciência, criação literária e pensamento político - assim novos termos se tornavam fundamentais e adquiriam mais importância para a transmissão do saber. As palavras organizavam-se em subconjuntos em função de um campo concetual comum, estabelecendo entre si um significado, consoante a área que se pretendia divulgar. Por exemplo, se o circo tradicional é comumente uma companhia que reúne malabarismo, palhaços, acrobacia, equilibrismo, ilusionismo, entre outros, o novo circo acrescenta às técnicas tradicionais outras linguagens artísticas como o teatro e a dança.

Comunicar bem implica conhecer a terminologia do domínio, o conjunto das denominações que verbalizam os conceitos e associá-lo às restantes unidades lexicais,

tendo em conta as relações conceituais e semânticas que estabelecem entre si, por via da estruturação discursiva, ou seja, a forma como os recursos linguísticos, terminológicos e comunicativos se interligam e interagem no sistema de comunicação.

6 Revista institucional da Universidade do Algarve, UALGzine

De volta à Universidade do Algarve, ao longo de vários anos tenho contactado com um leque de pessoas muito diferenciado, realizei várias entrevistas e escrevi largas dezenas de artigos e notícias, o que me faz ter uma perceção mais global e abrangente sobre a Universidade, o seu funcionamento e o papel que exerce na sociedade. Colaborei na criação da revista institucional da Universidade do Algarve, a UALGzine, da qual sou coeditora.

6.1 Objetivos, princípios e estatuto editorial

De acordo com o seu estatuto editorial, lançado na UALGzine nº0, esta revista tem como objetivos fundamentais:

“assegurar a divulgação de informação atual sobre a atividade científica, académica e cultural da Universidade e fomentar a partilha de uma cultura científica comum, que se pretende plural e diversificada. Procurando sempre integrar os seus públicos mais diretos, a UALGzine visa também incentivar a produção de informação científica na Universidade e conferir-lhe maior visibilidade, seja através da publicação de artigos de análise e reflexão por parte dos docentes e investigadores, seja recorrendo aos pontos de vista de cidadãos e entidades externas” (Universidade do Algarve, 2006: 24).

Ainda de acordo com as suas linhas editoriais, a UALGzine procurará sempre dar destaque aos assuntos relacionados com a educação, investigação científica e todas as outras atividades desenvolvidas no seio da Instituição, procurando sempre inovar na abordagem e no próprio tratamento dos factos. A UALGzine rege-se pelos princípios da objetividade, rigor e independência, diferenciando claramente informação e opinião. Na sua linha de conduta procurará sempre tratar a atualidade, destacando linhas de atuação que possam ser encaradas como exemplos, quer de qualidade e excelência, quer de cidadania e sustentabilidade, ao nível local, regional, nacional e internacional. Tal como qualquer outra publicação, respeita os direitos e deveres da Constituição da República Portuguesa e atua no cumprimento das leis da República, designadamente a Lei de

Imprensa, e do Código Deontológico dos Jornalistas. Com uma periodicidade anual, a UALGzine é produzida de acordo com os princípios definidos no seu Estatuto Editorial.

6.2 Estratégias de divulgação: do ensino à ciência

Em dezembro de 2006 foi lançado o número zero da revista, uma edição teste na prática jornalística. Tendo as “Ciências do Mar” como tema central, uma das áreas de excelência da UAlg, rapidamente me apercebi de que comunicar ciência se tornava num desafio permanente, que exigia transparência na promoção pública do trabalho científico desenvolvido no seio da universidade e centros de investigação. Contudo, na base desta comunicação existia a necessidade de transmitir conceitos ligados à ciência visto que muitos dos termos utilizados são complexos e difíceis de explicar, o que torna a informação impercetível para o público em geral. Como responsável pela redação de muitos dos artigos da UALGzine tenho procurado implementar estratégias de comunicação claras, contextualizando o saber científico e a sua relevância na vida das pessoas, através de uma linguagem acessível, mas evitando o sensacionalismo. Tenho tentado procurar analogias, ou seja, comparações entre conceitos complexos e situações quotidianas, que facilitem a compreensão, sempre com o objetivo de atingir novos públicos e divulgar o ensino e a ciência de forma clara e acessível. Através do uso de analogias e capacidades de síntese é possível promover a curiosidade e o interesse pela ciência, incentivando o público em geral a explorar o conhecimento científico.

Ao longo de 15 edições, a UALGzine já deu a conhecer várias temáticas centrais para a instituição:

- Ciências do mar;
- Património cultural;
- Artes no meio universitário;
- Criação do curso de Medicina;
- Turismo;
- Tecnologias;
- Dieta Mediterrânica;
- UAlgarve é o nosso *Campus*;
- A criar futuros desde 1979;
- O Mundo é o nosso *Campus*;
- I&D *Made in Algarve*;

- Valorizamos o conhecimento;
- 40 anos a criar futuros;
- Um contributo local para o desenvolvimento global;
- Doutoramentos UAlg;
- Mulheres UAlg.

Consoante os temas tratados, assim se delineiam as estratégias de aproximação à sociedade e aos públicos-alvo. Portanto, adaptar a forma como cada edição da revista é comunicada é essencial para garantir que a mensagem é compreendida e aprovada pelo público a que se destina. Refira-se, a título de exemplo, a UALGzine nº 9, publicada em 2016, que teve como foco editorial a internacionalização, já que se havia verificado um forte crescimento de estudantes internacionais, oriundos de mais de 100 nacionalidades. Como estratégia de divulgação da oferta formativa optou-se por entrevistar alunos, de diferentes países, para falarem sobre os cursos e sobre a sua experiência quer na Universidade, quer no Algarve, quer ainda em Portugal ou na Europa. Ao se recorrer a relatos na primeira pessoa, procurou-se tornar a comunicação mais credível. As experiências narradas são fundamentais, pois ajudam a criar empatia e envolvimento com os futuros estudantes, que mais facilmente se identificam com os relatos apresentados. Ao transmitirem as suas vivências sobre um determinado curso, também se está a contribuir para uma maior transparência, mostrando que a instituição valoriza a opinião dos estudantes.

Nesta nona edição foram entrevistados estudantes de licenciatura, mestrado e doutoramento, ou ainda investigadores, de países como: Bélgica, Letónia, Ucrânia, Itália, Brasil, Índia, Espanha, Chile, Síria, Filipinas, Grécia, Alemanha, Estados Unidos da América, México, Timor-Leste, Iémen, Camarões e Reino Unido. Subjacente à divulgação dos cursos estava também o facto de Universidade do Algarve poder receber estudantes internacionais para frequentar integralmente licenciaturas e mestrados integrados ao abrigo do Estatuto de Estudante Internacional. Nas páginas centrais da revista foi criada uma secção de destaque para noticiar a adesão da Universidade do Algarve ao Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), uma prova de admissão ao ensino superior, que passaria a ser válida para ingressar numa licenciatura ou mestrado integrado da UAlg. A temática central desta edição, a internacionalização, não poderia descurar a proximidade linguística com o Brasil já que na primeira fase de candidaturas desse ano letivo (2016/17) mais de mil candidatos brasileiros escolheram a academia algarvia.

Sendo o Brasil o país com maior representatividade na UAlg, a estratégia editorial teria de passar obrigatoriamente por abranger esse público e a capação de mais alunos oriundos desse país. Quatro alunos brasileiros que já se encontravam a estudar na UAlg foram os escolhidos para falar da sua integração e de como o sonho de morar na Europa se tornou realidade.

Veja-se, por exemplo, UALGzine, nº9, o testemunho de André Ries Xavier Pereira, vindo do Rio Grande do Sul para frequentar a licenciatura em Gestão, e a forma como elucida os leitores sobre Portugal e a sua integração na cidade de Faro (Universidade do Algarve, 2016: 28):

“Não é uma cidade muito grande, então posso fazer quase tudo sem precisar de carro, sempre em segurança e a qualquer momento do dia”. «...» Não é à toa que o Algarve recebeu o prémio de melhor destino de praias da Europa. Portugal é um país que preserva a sua história, os monumentos e a cultura.”

Ana Luiza Velo, natural de Brasília, enumera as principais razões da sua decisão, na UALGzine, nº9, (Universidade do Algarve, 2016: 30):

“Escolhi Portugal não apenas pelo idioma, mas também pela semelhança de cultura e pelas oportunidades que o País me pode oferecer, por fazer parte da União Europeia. A Universidade do Algarve foi uma consequência, porque Biologia Marinha sempre foi um grande interesse e morar perto do mar também.”

Nesta edição, a Universidade do Algarve apresenta-se como um espaço de partilha multicultural e a experiência de internacionalização, que anualmente traz para a UAlg centenas de estudantes e investigadores estrangeiros, torna-se mais credível, quando validada pelos próprios. No caso concreto, as experiências partilhadas podem tornar-se informações valiosas para os futuros alunos que pretendam vir estudar para a UAlg. As suas “histórias” podem ajudar a tomar decisões informadas e a incentivar mais estudantes a apostar na internacionalização, seja através de programas de intercâmbio, protocolos, seja através de estágios ou cursos em universidades estrangeiras.

Em dezembro de 2019, por ocasião do quadragésimo aniversário da Universidade do Algarve, foi produzida uma edição (nº12) comemorativa para assinalar a efeméride. Se por um lado, foi retratada a criação e a instalação da Universidade recorrendo-se a factos históricos, por outro, o crescimento, a investigação e a internacionalização constituíram o fio condutor para contar este percurso. A Universidade do Algarve serviu-se de interlocutores para ajudar a contar a história desses 40 anos. Nos contactos estabelecidos com algumas figuras de relevo que estiveram na génese da criação da UAlg, e numa referência ao facto de ser a única universidade portuguesa criada por Lei da Assembleia da República (Lei Nº 11: 1979), devido a uma iniciativa dos representantes

do povo, Eduardo Ferro Rodrigues, à época da edição da revista Presidente da Assembleia da República, refere na UALGzine nº12, (Universidade do Algarve, 2019: 5):

“Celebramos hoje esse ato de rebeldia, mas celebramos, sobretudo, o que o mesmo teve de consequência: uma Instituição de Ensino Superior de sucesso, que granjeia prestígio nacional e internacional em áreas tão diversas como a investigação marinha e ambiental, o combate às alterações climáticas, o turismo sustentável, o património ou a medicina. Até mesmo a alimentação: para a história ficará o enorme contributo que a Universidade do Algarve deu para que a Dieta Mediterrânica fosse inscrita na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO.”

Para recriar uma história de forma mais precisa e completa é necessário ouvir as pessoas que estiveram envolvidas. Neste número foi dada voz a quem acompanhou e contribuiu para o percurso da instituição, procurando, desta forma, influenciar positivamente a perceção dos leitores sobre o tema em destaque, recorrendo-se a pessoas e casos concretos. Além do presidente da Assembleia da República, foram chamados a intervir nesta edição especial representantes das forças políticas envolvidas na sua criação, o então ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, Manuel Heitor; a presidente da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Helena Pereira; um membro da comissão instaladora, João Pereira Neto; o antigo Ministro da Educação e Investigação Científica do IV Governo Constitucional (1978/79), Luís Valente de Oliveira; o primeiro professor do curso de Biologia Marinha e Pescas, Sadat Muzavor, uma das primeiras licenciaturas da UAlg; o primeiro administrador, Fausto Martins de Carvalho; três alunos das primeiras licenciaturas (Biologia Marinha e Pescas, Hortofruticultura e Gestão de Empresas), Alexandra Teodósio, Ana Cristina Carvalho e José Alberto Pereira, respetivamente, o primeiro doutorado pela UAlg, José Pedro Andrade, os antigos reitores Adriano Pimpão e João Guerreiro, todos os presidentes de Câmara do Algarve, entre outros.

Ouvir as pessoas envolvidas na história da UAlg, através de entrevistas, depoimentos ou artigos proporcionou, a mim e aos leitores, uma visão mais profunda e real das mudanças e desafios que a instituição enfrentou ao longo de 40 anos. Não obstante as mais de quatro dezenas de intervenientes nesta edição e a informação compilada e transmitida aos leitores, continua a ser uma questão atual o facto de ainda se questionar se uma revista generalista, como a UALGzine, consegue produzir conhecimento válido, uma vez que poderá estar sempre subjacente a manipulação da informação, tendo em conta os interesses específicos da instituição que representa. A produção de informação é uma atividade complexa, principalmente quando se comunica áreas distintas, para públicos tão diferenciados.

As universidades desempenham um papel fundamental na promoção da sustentabilidade. São centros de saber, de investigação e inovação, e têm a capacidade de poder influenciar positivamente a sociedade. Ao abordar questões ambientais, sociais e económicas estão comprometidas com um futuro mais sustentável. O desenvolvimento sustentável passou a estar de forma mais premente na agenda das universidades e a UAlg quis mostrar isso mesmo, através do mote “Um contributo local para o desenvolvimento global”, tendo em conta esta visão comum para a Humanidade. A edição número 13, de dezembro de 2020, estruturou-se em torno dos dezassete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que integram a Agenda 2030. A título ilustrativo são apresentados 32 projetos de investigação ligados a unidades de investigação da UAlg, com uma estreita ligação ao nosso território. Ou seja, através de uma pequena amostra de projetos, quer a nível do ensino, quer da investigação, a UAlg firmou o seu compromisso com as metas dos ODS, mostrando que a sua implementação é um desafio que requer uma parceria global e a participação ativa de todos. Nas palavras do Reitor da UAlg, Paulo Águas, UALGzine, nº13, (Universidade do Algarve, 2020: 3) a investigação é crucial para a Humanidade, mas também para o ensino:

“A investigação tem que estar centrada cada vez mais na resolução de problemas que possam contribuir para que a Humanidade encontre formas de bem-estar conciliáveis com uma adequada utilização de recursos, preferencialmente renováveis, e a proteção da biodiversidade. Mas a atividade de investigação é também crucial para o ensino, outra das principais missões das instituições de ensino superior, que marca presença através de alguns exemplos de práticas de inovação pedagógica que têm vindo a ser desenvolvidas com o intuito de aumentar o sucesso académico e combater o abandono escolar.”

Consoante a escolha do tema central de cada uma das edições da UALGzine, assim a produção textual se adapta, abarcando vários domínios que se cruzam na língua: o léxico, a ortografia, a sintaxe, a pontuação, a gramática, entre outros. O estilo linguístico que se adota, em função do objetivo da nossa comunicação, a escolha do léxico e os articuladores discursivos são os primeiros aspetos a considerar. Ainda assim, de diferentes combinatórias lexicais resultarão diferentes estilos individuais, tal como referem (Mateus e Cardeira, 2008: 21): “se definimos língua com um sistema de elementos e regras, teremos de admitir que esses elementos e regras se podem combinar de diversos modos”.

A mais recente edição da UALGzine, de janeiro de 2023, teve como mote as “Mulheres UAlg”. As universidades, estão cada vez mais comprometidas com a questão da igualdade de género. Trata-se de um debate atual e importante para a construção de uma sociedade mais inclusiva e equitativa, no qual a língua também pode ter um papel

preponderante. Nesta edição número 15 são apresentados os rostos de algumas mulheres, que falam das suas “histórias”, dos desafios da mulher na sociedade atual, das referências que marcaram as suas vidas e dos seus percursos na Universidade do Algarve. Mais uma vez, são as próprias a conectarem-se com o público, contando as suas histórias, o que humaniza a mensagem a transmitir. À semelhança das edições anteriores, destina-se a um público-alvo diversificado, mantém uma abordagem generalista e de fácil compreensão, dando a conhecer o percurso de 25 mulheres, antigas e atuais alunas, funcionárias, investigadoras e docentes, que ajudaram a escrever a história da Universidade do Algarve.

Nas 25 entrevistas realizadas, transformadas posteriormente em artigos, deparei-me várias vezes com a referência ao neologismo “empoderamento”⁷ (em + poder + sufixo -mento), no sentido de “dar poder à mulher”, num claro aportuguesamento de *empowerment*. O termo *empowerment* é uma palavra de língua inglesa e, traduzida para o nosso idioma, significa “empoderamento”. O termo é muito utilizado no universo organizacional para designar a “descentralização do poder”, através de uma gestão mais aberta e participativa. Na língua portuguesa já aparece várias vezes traduzida por “empoderamento”⁸. Contudo, esta tradução ainda não reúne consenso embora já apareça nos principais dicionários de língua portuguesa. Talvez devido a alguma parcimónia no que se refere ao uso de neologismos, nesta edição da UALGzine, nº15, (Universidade do Algarve, 2023d: 25) decidi não utilizar o termo original nem a sua tradução por considerar alguma falta de rigor na sua apropriação, tendo o cuidado de não alterar o sentido da informação a transmitir, como se verifica no exemplo a seguir:

Original:

“A minha primeira forma de ativismo na luta pela igualdade de género foi contrariar esta premissa, fui a primeira licenciada da família e lutei para mostrar o **empoderamento** das mulheres, que têm as mesmas competências e capacidades e a sociedade deve promover a igualdade de género e criar as mesmas oportunidades.”

Alterado:

“A minha primeira forma de ativismo na luta pela igualdade de género foi contrariar esta premissa, fui a primeira licenciada da família e lutei para mostrar que as mulheres têm as mesmas competências e capacidades e a sociedade deve promover a igualdade de género e criar as mesmas oportunidades”.

⁷ <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/empoderamento-novamente/21717#>

⁸ <https://dicionario.acad-ciencias.pt/pesquisa/?word=empoderamento>

7 O “*storytelling*” como ferramenta de comunicação

O termo *Storytelling* é uma palavra inglesa que na sua tradução à letra tem a ver com a capacidade ou a arte de contar histórias. O termo está relacionado com uma narrativa e com a capacidade de transmitir mensagens. É, portanto, um instrumento de comunicação que sequencia uma série de acontecimentos, apelando às emoções, e deve ter em conta três pontos essenciais: a narrativa, a história/estória e também o audiovisual. (Miranda, 2020: 8), refere em relação a esta ferramenta:

“Esta ação - contar histórias - que, na sua essência, é tão familiar e até inata ao ser humano revela-se, assim, um instrumento estratégico especialmente interessante por estar presente em vários campos desta área e por contribuir para uma melhor relação organização/empresa - público/consumidor, particularmente em tempos de estímulos variados e atenção difusa. “

NA UAIG, o *storytelling* é utilizado em várias áreas: na comunicação interna e externa, no fortalecimento da identidade, nos materiais corporativos, na transmissão dos valores, na produção da revista institucional, *UAIGzine*, entre outras. Segundo Gaye Tuchman, na obra *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, coordenada por Néelson Traquina, até “os relatos de acontecimentos noticiosos são «estórias» - nem mais nem menos” (Traquina, 1993: 258).

Não sei precisar com exatidão quando o conceito “*storytelling*” entrou na minha vida ou se, na realidade, sempre esteve presente. Ouvir e contar histórias são capacidades inatas ao ser humano. Isto prova que o “*storytelling*” não é necessariamente algo do novo, novo é o seu uso. Através da minha experiência profissional, comecei a perceber que uma “boa história” capta melhor atenção do leitor ou espetador, dá visibilidade à mensagem, desempenha um papel de indiscutível relevância ao permitir estabelecer uma conexão emocional intensa com o público. Através de pequenas narrativas eloquentes, suscita sentimentos de empatia, tornando, assim, as mensagens mais marcantes. O *storytelling* tem ainda o poder de conseguir influenciar as opiniões e os comportamentos do público.

Os conhecimentos decorrentes das ciências da linguagem são essenciais para criar uma boa estrutura, uma linguagem eficaz, ritmo e fluidez nos textos ou guiões do *Storytelling*, já assim fazia Sherazade nas *1001 noites*. A escolha adequada de palavras, a organização das frases, a utilização de metáforas ou outras figuras de estilo ajudam a valorizar a narrativa e torná-la mais fascinante, o que permite conquistar novos públicos ou fidelizar os já existentes. Sempre que se recorre a esta técnica, a primeira preocupação

é com a mensagem que se pretende transmitir, o público-alvo e o objetivo da comunicação, ou seja a intenção. Delineada a estratégia, definem-se os elementos narrativos: personagens, tempo e espaço (anexo VI). A narrativa proposta deve envolver o leitor ou ouvinte de forma significativa. No jornalismo também se recorre à narrativa, a criação das “histórias” visa sempre atrair ou persuadir alguém. No caso concreto da UAlg, normalmente os próprios estudantes são os protagonistas de algumas estratégias de marketing (anexo VII), através das suas histórias, contadas em discurso direto ou indireto. O *storytelling* pode ainda ser aplicado em campanhas publicitárias, apresentações, palestras, entre outras situações do mundo corporativo e académico, mas nunca deverá ser uma forma de o enunciador se desresponsabilizar do enunciado, não é ele que diz, é a história!

8 Síntese

O capítulo 2 centra-se em problemáticas abordadas no decorrer da minha atividade profissional no âmbito da comunicação institucional. São referidas várias tarefas que tenho desempenhado, enquanto jornalista, assessora de imprensa, docente, entre vários outros projetos, que me permitiram enriquecer o meu percurso profissional e aplicar várias técnicas de comunicação que muito têm contribuído para um trajeto desafiante e motivador.

A comunicação realizada para a imprensa e outros meios, redes sociais ou website, desempenha um papel fundamental para o relacionamento da UAlg e para o seu e posicionamento na sociedade. Neste longo caminho tenho-me apercebido de que nem sempre é fácil transmitir uma mensagem clara, perceptível e apelativa, o que me tem colocado alguns desafios para conseguir alcançar uma comunicação mais estruturada e eficiente. Neste processo tornaram-se imprescindíveis as competências em ciências da linguagem e o seu bom uso para facilitar a descodificação e receção da mensagem, assim como a sua transmissão, recorrendo a analogias ou, até mesmo, a algumas técnicas como o *storytelling*.

Regendo a minha comunicação por princípios como objetividade, rigor e transparência, os desafios enfrentados contribuíram para enriquecer o meu conhecimento e perceber que o processo de comunicação da mensagem nem sempre é linear e requer algum cuidado até à sua assimilação por parte dos leitores.

IV. A COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA

1 Introdução

As instituições de ensino superior valorizam, cada vez mais, a comunicação científica, recorrendo a diferentes plataformas para a sua divulgação. Neste capítulo pretende-se clarificar o que é a comunicação de ciência e ilustrar a importância de aproximar a ciência da sociedade, através de uma comunicação eficiente de ideias e factos, recorrendo aos conhecimentos adquiridos nas ciências da linguagem.

2 Definição de comunicação de ciência

A comunicação de ciência está fortemente associada à comunicação pública dos factos, resultados ou conclusões. A ciência define-se, assim, pelo seu objeto de estudo. Alguns autores, como Carvalho e Cabecinhas (2004:5), referem que uma das formas de mapeamento deste campo é a identificação de arenas e atores relevantes.

“Podemos apontar como principais – mas não exclusivos – os seguintes: governo e organismos estatais, comunidade científica, escolas e todo o sistema educativo, museus de ciência, meios de comunicação social e indústria. A estas arenas e atores liga-se uma grande variedade de papéis sociais, de lógicas e modos de funcionamento, de discursos e de tecnologias de comunicação”

A comunicação de ciência, à luz da perspectiva de Burns *et al.* (2003:191), citado por Fortes (2019:32) pode ser definida como “o uso de capacidades, meios, atividades e diálogos apropriados” capazes de produzir respostas à ciência. Segundo Costa (2022:1), o conceito de comunicação de ciência (do inglês *science communication*) é muito abrangente e desperta várias formas de entendimento. Uma das causas para a complexidade associada a este termo poderá, eventualmente, estar associada à tentativa de o definir, ao invés, de o concetualizar, tal como é evidenciado seguidamente:

“...Podemos dizer que estamos na presença de comunicação de ciência, quando existe a comunicação (do latim *communicare* — “tornar comum”, “partilhar”, “conferenciar”) de um conteúdo científico (conceptual, procedimental ou atitudinal). Ainda assim, nomeadamente em gabinetes de comunicação de instituições ligadas à ciência, centros de ciência e museus existem comunicadores de ciência que se dedicam quase exclusivamente a esta prática.”

No que diz respeito à sua divulgação, ainda segundo o mesmo autor, seja qual for o entendimento sobre os conceitos, o mais importante é que todos os cientistas percebam

que apesar de a investigação não ter como principal preocupação a divulgação junto de um público não especializado, a sua construção social origina o dever de a divulgar junto de várias audiências. Neste processo, um assessor de imprensa ou profissional de comunicação deve servir de mediador entre o investigador e os públicos-alvo, através de abordagens diferentes, mas sempre direcionadas, recorrendo a reformulações e, muitas vezes, a figuras de retórica, para facilitar a sua compreensão. Nesta perspetiva, Conceição (2004: 249) destaca:

“na construção de qualquer discurso, um enunciador sente a necessidade de retomar as suas afirmações e de as verbalizar de forma diferente para encadear a informação e os conhecimentos que pretende transmitir. Em termos formais e estilísticos, a reformulação, feita, entre outros, por paráfrase, por anáfora ou por catáfora, visa evitar a repetição”.

Tal também se verifica na comunicação de ciência.

Se aparentemente comunicar nunca foi tão fácil, devido ao uso de meios e ferramentas disponíveis, a desinformação continua a ser um problema crescente e torna-se impreterível que os gabinetes de comunicação das organizações comuniquem eficazmente o trabalho dos cientistas. As universidades devem contribuir para que os cidadãos tenham uma maior literacia científica, ajudando-os a perceber melhor a importância de todo o processo científico. As instituições académicas devem ser vistas como organizações de confiança, que interagem com diversos públicos, para além do académico.

Autores como Christensen (2007) e Morrow (2013), citados por Costa (2022:2), consideram que se há um emissor, um recetor e uma mensagem de ciência, então estamos na presença de comunicação de ciência. De acordo com este entendimento, existem diferentes domínios da comunicação científica: educação formal, educação informal, apoio à imprensa, às relações públicas, ao público, entre vários outros. Contudo, na minha opinião, é precisamente na mensagem que deve centrar-se o papel do comunicador de ciência porque a linguagem científica necessita de ser “descodificada” e simplificada para que se torne facilmente perceptível para o leitor. Para que a sua missão seja alcançada com êxito tem de recorrer a instrumentos de análise adequados e relacionar os conceitos, recorrendo a conhecimentos estruturantes adquiridos em ciências da linguagem. A comunicação de ciência mais não é do que o uso apropriado de competências específicas da língua, mantendo o rigor do conteúdo, mas explicando-o de formas distintas e adequando-o a diferentes graus de conhecimento. “Comummente, especialistas banhados de prazer em leituras de terminologias especializadas, vêem-se incapazes de explicar o que proferem aos não

especialistas”(Bonito, 1995:1). É neste contexto que o papel de um profissional de comunicação se torna fundamental para que a mensagem não sofra interferências e chegue aos seus destinatários.

“A linguagem da Ciência tem a sua própria estrutura sintática, discursiva e lexical. É unívoca, significante e invariável contextualmente. Não se pode desenvolver a Ciência sem se desenvolver a linguagem” (Bonito, 1995: 3).

Os cientistas e investigadores devem ser rigorosos, objetivos e analíticos nos seus trabalhos de pesquisa. Contudo, quando comunicam as suas conclusões, estas podem ser refutadas devido à falta de clareza e de empatia a comunicar. Enquanto a comunicação de ciência deve manter a comunidade científica atualizada, a divulgação deve informar a sociedade sobre as conclusões das investigações e sobre o avanço da ciência e da tecnologia.

Neste trabalho, a comunicação de ciência é apresentada numa perspetiva de divulgação, que visa uma melhor interação com os diferentes públicos, chamando a sociedade a contribuir para as discussões sobre os temas científicos e sobre o modo de se fazer ciência.

Nos últimos anos, a comunicação de ciência tem vindo a ganhar importância como forma de aproximação entre a sociedade e as instituições científicas. Pela relevância que a ciência assume na comunidade, é fundamental que a comunicação se aproxime dos diversos tipos de público e que a língua seja utilizada de forma correta para exprimir eficazmente as mensagens difundidas. Neste contexto Conceição (2018: 20) defende:

“A conceção de que a língua portuguesa é língua de ciência deve ser um elemento estruturante da política de língua, visando realçar a imperiosa necessidade de estudo do uso dos vocabulários e do enriquecimento vocabular, em geral, e dos estudos terminológicos, em particular.”

Existe uma ideia pré-concebida de que o cientista tem dificuldade em verbalizar a sua investigação e, por isso, um dos principais problemas da ciência é a comunicação. Alguns investigadores, que dedicam parte do seu tempo a estudar um determinado tema, muitas vezes têm dificuldade em partilhar o seu conhecimento porque não conseguem distanciar-se do objeto a comunicar. Se essa dificuldade já se torna visível para mim enquanto profissional de comunicação da UAlg, ainda se acentua mais quando têm de o fazer diretamente com os jornalistas. Talvez por isso, as organizações, incluído as universidades, tenham compreendido que seria mais eficaz criarem as suas próprias notícias, selecionar a informação considerada relevante e estruturá-la mediante critérios jornalísticos, transmitindo de seguida as notícias aos meios de comunicação social.

“Ainda assim, pode-se referir que houve uma profunda alteração nas fontes de informação, ou seja, essas mesmas fontes especializaram-se, adquirindo competências dos jornalistas, fazendo com que esses jornalistas fossem dispensados desta tarefa. Foi assim criada uma recente e única categoria de fontes de informação, que adquiriu um novo poder perante os órgãos de comunicação social, sendo que os jornalistas deixaram de ser os únicos a preocuparem-se com as notícias” (Eça, 2012:1).

O papel da ciência tornou-se ainda mais visível com a recente pandemia pela COVID-19. Verificou-se uma maior aproximação entre a ciência e a sociedade porque as pessoas começaram a perceber a importância dos cientistas, essencialmente no sequenciamento do vírus e no avanço de tecnologias para produção de vacinas. Na UAlg essa aproximação também foi notória quer pelo aumento da produção de comunicados de imprensa (Tabela 3), quer pelo número de vezes que a instituição apareceu referenciada na Comunicação Social. Foram várias as iniciativas que contaram com o envolvimento da UAlg e em que a comunicação de ciência esteve ao serviço da sociedade. Exemplo disso é o excerto da notícia intitulada “ABC distinguido a nível nacional pelo combate à COVID-19”, divulgada a 16 de janeiro de 2021, na página da UAlg (Universidade do Algarve, 2021), infracitada:

“Das várias iniciativas desenvolvidas por este consórcio (UAlg e CHUA), em estreita colaboração com o curso de Medicina da UAlg, destaca-se a produção de álcool gel, de meio de transporte viral, de zaragatoas e de ‘kits’ de diagnóstico para todo o País; a criação de um laboratório para a realização de testes diagnósticos e de um sistema de colheita de amostras (Drive Trough ou deslocação de equipa); a criação de uma plataforma de informação para os profissionais de saúde; a investigação com base nos testes de rastreio serológico, entre outras.”

Tabela 3- Exemplos de comunicados de imprensa com referência à COVID-19

Data	Título do comunicado de imprensa /notícia
02-02-2023	Investigador da UAlg edita livro sobre tiroide e COVID-19
22-04-2021	Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior visitou centro de testagem à Covid-19
22-01-2021	Alunos de Medicina da UAlg prestam apoio na vigilância epidemiológica à COVID-19
16-01-2021	ABC distinguido a nível nacional pelo combate à COVID-19
17-04-2020	Alunos da Escola Superior de Saúde da Universidade do Algarve voluntariam-se para auxiliar instituições sociais

03-11-2020	Investigadores da UAlg estudam impacto da quarentena na saúde mental dos portugueses durante a COVID-19
08-04-2020	Plataforma ICAM/COVID-19 com informação científica para médicos acaba de ser lançada
08-04-2020	Universidade do Algarve e MARK 6 unem-se no combate à Covid-19

3 Estratégias para comunicar com o grande público

Ao aproximar a ciência da sociedade é necessário recorrer às várias dimensões textuais do discurso e analisar a forma como estas podem ajudar a transmitir a comunicação científica e a compreender como a sociedade percebe a ciência. Tendo em conta o público-alvo, uma nota de imprensa sobre comunicação de ciência deverá consistir, sempre que possível, num texto informativo curto, que relata factos verdadeiros, de forma objetiva e impessoal, ou seja, um acontecimento real, atual e de interesse geral. Na construção desse comunicado deverá dar-se especial atenção ao título, pois funciona como uma “porta de entrada”. Se não for atrativo ou não passar a informação certa, pode provocar no leitor o desejo de já não ler o resto do texto. Os títulos são a primeira frase que o leitor lê, mas devem refletir o conteúdo da notícia, ou seja, não devem ser falaciosos.

Ao longo da minha experiência profissional, tenho-me apercebido de que a concisão na escrita ajuda o leitor a manter-se mais envolvido com a leitura. Um parágrafo não deve conter palavras desnecessárias, que possam comprometer a legibilidade. Também na comunicação de ciência, as frases mais curtas são sempre mais eficazes, pois evita-se o excesso de vírgulas, que tornam a frase confusa, previne-se o queísmo recorrente nas frases longas que exigem o relativo, sobretudo o “que” ou os “que”, e a concordância entre os elementos da oração que ficam mais distantes entre si. A este respeito já escreveu Lapa (1984: 125):

“É preciso cuidado com o emprego do “que”. Uma frase que tenha muitas destas palavras, quer se trate de pronomes relativos, quer de conjunções, é de insuportável aspereza e tem um ar contrafeito, que o bom estilo repele. O escritor cuidadoso da harmonia da frase sabe evitar essa impertinente repetição do “que” por várias maneiras.”

Devem preferir-se palavras conhecidas e precisas, que ajudem a gerar envolvimento com o leitor, e deve recorrer-se a verbos expressivos, por exemplo “argumentar” é diferente de “referir” e “contar” é diferente de “dizer”.

Na produção de conteúdos para o grande público recorro frequentemente à regra dos 4 U's: Útil, Urgente, Único, Ultra específico (Macedo, 2019: 20).

A primeira questão que procuro responder ao elaborar uma notícia sobre comunicação de ciência é “qual o impacto que determinado projeto poderá vir a ter na comunidade ou na vida das pessoas?”. Ao fazê-lo, o comunicado procura transmitir ao leitor uma ideia de utilidade, caso contrário não continuará a ler o conteúdo porque não reconhece nele qualquer aplicabilidade. Antes de criar um conteúdo importa perceber o que será útil para a sociedade.

Quando comunicamos ciência para o grande público, por exemplo um determinado trabalho de investigação ou a publicação de um artigo científico numa revista credível entre os pares, não podemos esquecer de que a comunicação social chega a diversos públicos. A sensação de noticiar algo ímpar e original vai atrair os leitores. Para tal, o objetivo da investigação que se dá a conhecer deve ser perceptível e, de alguma forma, único e ter algo de novo.

Quando comunicamos ciência devemos evitar palavras ambíguas e adjetivos demasiado exagerados. Se questionamos o leitor sobre algo, teremos obrigatoriamente de responder à pergunta ao longo do texto, explicando qual a pertinência da nossa investigação. Quando se pode recorrer a números deverão utilizar-se para que o nosso público fique a saber mais sobre o assunto.

Em todo este processo deverá ficar sempre explícito quem pode estar potencialmente interessado nos resultados da investigação que se está a divulgar e quem poderá beneficiar com os resultados divulgados - o público-alvo. Na análise do comunicado de imprensa seguinte procurarei explicar a importância de estruturar e organizar a informação, utilizar uma linguagem mais eficiente e menos abstrata, com recurso a palavras e termos conhecidos e de fácil compreensão, sem esquecer a sua contextualização:

Título do comunicado:

“Investigadora da UAlg recebe prestigiada bolsa no valor de cerca de 2 milhões de euros”
(Universidade do Algarve, 2022)

Análise:

- O título informa logo o leitor sobre quem recebeu a bolsa;
- Qual o valor do montante atribuído;

- Neste caso em específico, embora se deve evitar o uso de adjetivos, “prestigiada” sugere que se trata de um prémio importante para aguçar a curiosidade do leitor, impelindo-o a continuar a leitura para perceber de que tipo de bolsa se trata.

O título expressa a informação mais importante do texto, deve reproduzir na memória a relevância da notícia e poderá ser decisivo para despertar o interesse do leitor, já que muitos deixam de prosseguir a leitura por não se sentirem atraídos pelo *lead*.

Conteúdo do *Lead*:

“Vera Aldeias, investigadora do Centro Interdisciplinar de Arqueologia e Evolução do Comportamento Humano (ICArEHB) da Universidade do Algarve, recebeu uma bolsa Starting do Conselho Europeu de Investigação (ERC). Esta é a primeira bolsa ERC atribuída à Universidade do Algarve e a primeira vez que uma bolsa ERC em Arqueologia é atribuída a Portugal” (Universidade do Algarve, 2022).

Além de responder às perguntas basilares da notícia (o quê, quem, quando, como e porquê), sumariza as principais informações do texto, já expressas pelo título a um nível mais elevado. Ou seja, trata-se de um procedimento estratégico cognitivo e linguístico, que expressa a informação mais importante do texto.

Análise:

- Refere-se o nome da investigadora, do centro de investigação e da universidade;
- Menciona-se o nome e o tipo de bolsa;
- Reforça-se (para ajudar a credibilizar a importância da bolsa) o facto de ser a primeira bolsa ERC atribuída à Universidade do Algarve e de ser a primeira vez que uma bolsa ERC em Arqueologia é atribuída a Portugal.

Reforço da mensagem com recurso aos números:

“Das mais de 4 mil propostas submetidas, analisadas por cientistas de renome e investigadores de todo o mundo, foram seleccionadas 397, entre as quais o projeto “MATRIX - Into the Sedimentary Matrix: Mapping the Replacement of Neanderthals by early Modern Humans using micro-contextualized biomolecules” da investigadora do ICArEHB.” (Universidade do Algarve, 2022)

Análise:

- Recorre-se ao todo (4 mil propostas submetidas), ou seja, ao número total de propostas, para valorizar a parte (397 seleccionadas).

Explicação do projeto e contextualização:

“Este projeto tem como objetivo analisar quais foram as dinâmicas que levaram à transição de homens de Neandertal para a nossa espécie, o Homo Sapiens, no continente europeu. O projeto baseia-se numa nova abordagem para esta muito debatida questão: o uso de biomoléculas (ADN, proteínas e lípidos) preservadas nos sedimentos (na terra) dos sítios arqueológicos” (Universidade do Algarve, 2022).

Análise:

- Define-se o objetivo do projeto;
- Explica-se a sua utilidade (para que serve?);
- Contextualiza-se a nossa espécie (*Homo Sapiens*):
- De forma a criar valor introduz-se uma nova abordagem (uso de biomoléculas).

Declarações: Utilizam-se com o objetivo de humanizar e credibilizar

«Para Vera Aldeias, “esta ERC Starting Grant representa “um enorme orgulho por ter sido selecionada para um dos programas mais competitivos do mundo da ciência. Esta oportunidade irá possibilitar desenvolvermos ciência de ponta e ao mais alto nível a partir da Universidade do Algarve”» (Universidade do Algarve, 2022).

Análise:

- Incluir declarações ajuda a compreender melhor a mensagem;
- Torna a comunicação mais eficaz;
- Dá credibilidade ao investigador e à instituição.

A finalizar o comunicado, considerando os vários tipos de leitores, para os mais interessados é ainda disponibilizada informação específica sobre as bolsas ERC Starting Grant:

“A ERC Starting Grant é atribuída por cinco anos a investigadores promissores que iniciam a sua própria equipa ou programa de investigação independente e as propostas selecionadas abrangem todas as áreas de investigação. Após a primeira chamada à apresentação de propostas, 619 milhões de euros serão investidos no âmbito do novo programa Horizonte Europa, em projetos de excelência científica” (Universidade do Algarve, 2022).

No entanto, a ciência deve cumprir a sua função social e para tal não pode ficar circunscrita à comunicação entre pares. Além dos problemas semânticos, que podem originar diferentes significados para a mesma palavra, causando equívocos na comunicação, existe ainda o jargão científico que pode criar barreiras de comunicação e

linguagem. Dito isto, é necessário perceber a terminologia de cada domínio, ou seja, um conjunto de termos próprios e restritos. Para melhor percebermos a sua utilização, analisemos a notícia seguinte:

“Título: “Investigadores da UAlg descobrem proteína crucial no desenvolvimento de doenças neurodegenerativas

Lead: Clévio Nóbrega, investigador do Algarve Biomedical Center Research Institute (ABC-RI) da Universidade do Algarve, acaba de publicar na prestigiada revista científica Brain um artigo sobre uma investigação pioneira que identifica uma nova proteína como alvo terapêutico para duas doenças neurodegenerativas raras e incuráveis: a ataxia espinocerebelosa tipo 2 e a ataxia espinocerebelosa tipo 3 (também conhecida como doença de Machado-Joseph).” (Universidade do Algarve, 2023b)”

Análise:

- No título optou-se por não colocar o nome da proteína, ou seja, o termo técnico: “G3BP1”. A linguagem demasiado específica de um determinado domínio afila o campo de ação da comunicação, pode não ter interesse para todos os tipos de público e não acrescenta valor ao que se pretende transmitir numa primeira posição (título). No entanto, foi escolhido o objetivo “crucial” para dar conta da sua extrema importância;
- O mesmo acontece com os nomes das doenças neurodegenerativas (ataxia espinocerebelosa tipo 2 e ataxia espinocerebelosa tipo 3), que apenas contribuiriam para aumentar o ruído comunicacional, por se tratar de termos demasiado técnicos e específicos de um domínio muito restrito;
- Embora na segunda frase do Lead o nome das doenças já apareça referenciado, procurando não excluir o público especialista, primeiramente introduz-se um termo mais abrangente, “degenerativas”, mais perceptível ao grande público, que facilmente identifica estas doenças associadas ao funcionamento do cérebro por serem altamente incapacitantes;
- Posteriormente, a informação aparece distribuída por níveis, ou seja, os parágrafos são introduzidos por ordem decrescente de importância;
- Na elaboração do comunicado de imprensa, além da novidade, são ainda tidos em conta os seguintes fatores:

Utilidade (para a vida das pessoas):

“Tratando-se de duas enfermidades para as quais não existe, atualmente, qualquer terapia que possa atrasar ou parar a sua progressão, os dados agora trazidos a público mostram-se especialmente relevantes numa perspetiva

de futuro que possa almejar a passagem dos resultados agora obtidos em meio académico para a sociedade.”

Aplicabilidade:

“Recorde-se que esta investigação resultou já numa patente internacional e na criação de uma start-up – a Acuracy Therapeutics – atualmente incubada na Universidade do Algarve.”

A comunicação de ciência é tão importante como a própria ciência. De forma a estreitar laços e criar relações entre a sociedade e os investigadores, também se recorre a declarações, com o intuito de humanizar a comunicação:

“Para Clévio Nóbrega, responsável por este projeto, “esta revelação reveste-se de especial importância se pensarmos que, embora ainda estejamos longe do impacto na vida dos doentes, o objetivo é claro: criar inovação e soluções para problemas reais e, em particular, para duas doenças que, sendo raras, afetam milhões de pessoas em todo o mundo. O nosso objetivo está bem traçado: ajudar através da investigação a desenvolver uma terapia que possa atrasar ou parar a progressão da doença”.

A web e as redes sociais também são plataformas importantes para a comunicação científica. Aqui a mensagem atinge de forma mais rápida e eficaz o público-alvo, as interações são horizontais e não hierárquicas. Também não nos podemos esquecer de que os leitores *online* interagem de forma diferente com os textos pelo que é essencial ajustá-los tendo em conta o consumidor final. Neste processo é importante articular de forma coerente os diversos elementos e resumir a “história” da forma mais curta possível.

Se este dissecar da informação se revela muito importante na assessoria de imprensa, para outras plataformas como as redes sociais é necessário recorrer ao conteúdo visual para cativar os seguidores, aumentar o seu interesse e incentivá-los a ler e interagir com o conteúdo. Tendo em conta a facilidade de partilha nas redes sociais e o facto de poderem transmitir as informações de forma mais célere e atraente, os conteúdos também se podem transformados em infografias (ver anexo IX), que são textos visuais explicativos, com o objetivo de sistematizar e organizar informação, aumentando a interação com o público.

Comunicar com o grande público implica, muitas vezes, vulgarizar os termos técnicos, ou seja, torná-los mais acessíveis e compreensíveis para o público em geral, é de extrema importância na comunicação e divulgação de ciência. Para perceber esta questão, será também importante mencionar o que se entende por «terminologia». Como explica Gonçalves (2016:4), em primeiro lugar, devemos referir que:

“os termos não são unidades isoladas que poderão funcionar fora de um contexto» (Pinto, 2013: 15), mas dizem sim respeito a um contexto

específico de determinada área de especialidade, por exemplo, a biotecnologia, a medicina, a biologia, a informática, entre outros”.

A Tabela 4 é exemplificativa de alguns termos técnicos de domínios como a Biologia e a Medicina. Cada entrada na tabela remete para um termo técnico e oferece uma breve descrição, utilizada pelo GCP da UAlg em comunicados de imprensa ou notícias por forma a facilitar a compreensão do conceito e a vulgarizar a comunicação. Importa ainda referir que, quer nos comunicados, quer nas notícias, a terminologia científica era sempre mencionada, recorrendo-se à vulgarização da comunicação para auxiliar a compreensão. Estes termos abrangem desde genes e proteínas associadas a doenças, até tecnologias de triagem de compostos e biotoxinas marinhas.

Tabela 4- Terminologia especializada e vulgarização da comunicação

Termo técnico	Vulgarização da comunicação
Diarrheal Shellfish Poisoning (DSP)	Biotoxinas marinhas diarreicas
Doenças de poliglutaminas	Conjunto de doenças neurodegenerativas
Image-Based High Content Screening	Tecnologia de ponta
Lioblastoma multiforme	Tumor cerebral mais comum e com taxa de mortalidade mais elevada
LOM612	Composto químico que pode ser usado no tratamento do cancro e agente antienvhecimento
Paralytic Shellfish Poisoning (PSP)	Biotoxinas marinhas paralisantes
PIK3CA	Gene que sofre mutações em tumores da mama mais frequentemente
Proteínas FOXO	Funcionam como supressoras, surgem, normalmente, inativas em tumores humanos e a sua variação genética surge constantemente associada à longevidade humana.
Rugulopteryx okamurae	Uma espécie de alga castanha originária dos mares do Japão e Coreia.
Síndrome de Cockayne, tipo b	Doença rara e incurável

TERT - Gene da telomerase	Responsável pela multiplicação das células cancerígenas, contribui para a progressão do cancro da bexiga
---------------------------	--

A propósito do uso da terminologia na comunicação de ciência, Conceição (2022: 20) defende que:

“Um dos recursos mais relevantes é a terminologia apropriada ao domínio disciplinar, à área do saber ou à esfera de atividade e às especificidades comunicativas da interação entre os falantes, complementada, entre outros, por padrões de retórica e que podem ser associados a elementos não verbais (seja com comunicação escrita – imagens, filmes, etc. – ou na comunicação oral – gestos expressões faciais etc.).”

A vulgarização é essencial para garantir que a mensagem é transmitida de forma clara e que um público mais amplo compreende os conceitos apresentados ou a sua finalidade e importância. Em resumo, vulgarizar os termos técnicos é uma maneira eficaz de democratizar o conhecimento, promover a compreensão e facilitar a comunicação.

4 Síntese

Nos últimos anos, a comunicação de ciência tem vindo a ganhar grande importância como forma de aproximação entre a comunidade científica e a sociedade. Neste sentido, o terceiro e último capítulo aborda a comunicação e divulgação de ciência, tarefa que ainda encontra alguns obstáculos que devem ser colmatados com a contribuição inequívoca das ciências da linguagem.

Atendendo ao público-alvo, a divulgação da ciência deve fazer-se através de textos informativos, curtos, elaborados de forma objetiva, centrados na mensagem, que deve ser sempre descodificada e simplificada.

A comunicação de ciência por parte das instituições de ensino é cada vez mais importante uma vez que estas devem contribuir para que os cidadãos tenham um maior conhecimento científico.

Para comunicar nas redes sociais e website é necessário privilegiar-se o conteúdo visual de forma a cativar os seguidores, levando-os a ler e a interagir com o conteúdo. Imagens como infografias também são bastante eficazes nas plataformas online.

Recorrendo a estratégias como a vulgarização dos termos, através da minha experiência posso afirmar que as técnicas de redação e a utilização de elementos gráficos

também contribuem para que o leitor se identifique com a mensagem e para que a divulgação da ciência atinja diversos públicos.

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O meu objeto de estudo centrou-se nas ciências da linguagem e na comunicação institucional, através de uma reflexão sobre o meu percurso profissional. Com o presente trabalho pude concluir que os conhecimentos adquiridos em ciências da linguagem são fundacionais e excelentes mediadores entre a transmissão e a partilha de informação em várias áreas do saber. Utilizamos a língua para construir o nosso pensamento. Diferentes áreas das ciências da linguagem, de que são exemplo a morfologia, sintaxe ou a semântica, ajudam a desenvolver textos mais eficazes, contribuindo para que o ato comunicativo seja bem-sucedido. Conceição (2018: 28), defende que:

“uma língua natural não é um mero código de comunicação e que o conhecimento da estrutura e o seu uso de forma mais ou menos automática não garante domínio do ato comunicativo nem a possibilidade de gestão estratégica do mesmo”.

O autor refere-se à língua tendo como ponto de partida as suas funções “de concetualização, de tematização, e de topicalização que lhe permitem também assumir-se como mediadora” (*idem*). Estas funções são, sem dúvida, uma mais-valia para entender os mecanismos linguísticos que permitem transformar os factos em notícias, que, por sua vez, se transformam em textos, que irão informar os leitores.

Uma notícia é marcada pela impessoalidade (uso de 3ª pessoa), deve referir-se a algo, a alguém ou a um acontecimento, de forma objetiva, clara e precisa, sem emitir opiniões. O bom uso da gramática é fundamental e não se pode dissociar do léxico, que a ajuda a produzir e a transmitir, construindo, assim, enunciados verbais, como afirmou Rio-Torto (n.d.: 2):

“A gramática compila as regras, as condições e as restrições que presidem ao funcionamento, aos diversos níveis (fonológico, morfológico, sintático e semântico), das unidades sígnicas, consideradas em frase e em texto.”

A intencionalidade discursiva, a consistência, o léxico, o estilo de escrita e o bom uso da gramática são fundamentais para alcançar a coerência textual, construída na interação entre autor e o leitor.

No meu percurso, a importância da comunicação aparece sempre associada a diferentes meios e contextos, tendo em conta a minha experiência e atividade profissional. Através dos exemplos apresentados e das várias situações comunicacionais descritas, tornou-se por de mais evidente a importância dos conhecimentos adquiridos em vários domínios das ciências da linguagem para a resolução de problemáticas

relacionadas com questões concretas, facilitando uma melhor compreensão de alguns aspectos linguísticos.

Embora a comunicação esteja em constante evolução, o funcionamento e o conhecimento explícito de uma língua são considerados fundamentais para a transmissão de saberes cada vez mais sólidos e consistentes e como suporte das organizações. Os conceitos que aumentam a ambiguidade devem ser evitados na comunicação institucional, assim como as indeterminações e sobretudo as faltas de rigor.

Num capítulo dedicado à comunicação de ciência foram apresentadas soluções para fomentar uma maior aproximação entre cientistas e sociedade, através de estratégias que estimulam a interação com o grande público. Face ao exposto, a comunicação é verdadeiramente importante, abrange saberes multidisciplinares, e implica uma aplicação crítica de conceitos e técnicas produção.

Ao longo deste trabalho ficou inequivocamente demonstrado o papel das ciências da linguagem no meu percurso profissional, através do uso diário da gramática e da sintaxe, domínios fundamentais para a formação de frases coerentes e compreensíveis. Também no uso de palavras e expressões, que, dependendo do contexto, podem ser interpretadas de maneira diferente. A forma como se organiza o nosso sistema linguístico é crucial para a articulação e a compreensão da fala. De igual modo, também o uso da língua em contextos sociais e culturais diferentes, de acordo com a intenção comunicativa, e a forma como produzimos a mensagem e nos ajustamos de acordo com a situação e o contexto, são peças basilares para o êxito da comunicação.

As ciências da linguagem, também são muito importantes no Processamento de Linguagem Natural (NLP), que ensina as máquinas a perceber e produzir linguagem humana, adquirindo especial relevância na Inteligência Artificial (IA). Numa análise do discurso, estudam a construção do significado em enunciados e os efeitos comunicativos, áreas que esperamos vir a utilizar no desenvolvimento de novas necessidades profissionais também relacionadas com o uso da IA.

Para concluir, importa destacar que as ciências da linguagem fornecem um conjunto de ferramentas teóricas e práticas para analisar a estrutura, a função e o uso da linguagem humana e das línguas, dos dialetos e dos falares. Essas ferramentas são fundamentais para compreender e aprimorar a comunicação em diversos meios e contextos, desde a análise linguística, à terminologia, contribuindo, assim, para a literacia dos media e para uma sociedade mais bem informada integrada e inclusiva.

Bibliografia

Textos consultados:

- Bonito, J., 1995, *Linguagem da Ciência Uma Abordagem Linguística*, Évora.
<https://core.ac.uk/download/pdf/62472277.pdf>
- Carapinha, C., 2018, *A linguagem jurídica. Contributos para uma caracterização dos Códigos Legais*, Coimbra, Universidade de Coimbra.
<https://ojs.letras.up.pt/index.php/re/article/view/6200/5835>
- Carvalho, A., & Cabecinhas, R. (2004). *Comunicação da ciência: perspectivas e desafios*, Braga, Universidade do Minho.
https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2813/1/acarvalho_rcabecinhas_artComSoc_2004.pdf
- Christensen, L. L., 2007, *Hands-On Guide For Science Communicators: A Step-By-Step Approach To Public Outreach*, New York, Springer New York.
- Conceição, M. C., 2004, *Termos em discurso*, Lisboa, Universidade Aberta.
[https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/357/1/Des\(a\)fiando%20Discurso s247-254.pdf.pdf](https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/357/1/Des(a)fiando%20Discurso%20s247-254.pdf.pdf)
- Conceição, M.C., 2018, “*Português na casa do mundo: terminologias e políticas linguísticas*”, in Barroso, H., (coord.), *O Português na casa do mundo, hoje*, Braga, Humus.
- Conceição, M.C. e M.T. Zanola, (org.), 2020, *Terminologia e mediação linguística: métodos, práticas e atividades*, Faro, Universidade do Algarve Editora.
- Costa, I., 2022, *Comunicação de Ciência, sem dúvida(s)!*, Porto, Universidade do Porto.
<https://rce.casadasciencias.org/rceapp/pdf/2022/016/>
- Cunha, C. e Cintra, L., 2015, *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Edições João Sá da Costa.
- Eça, A., 2012, *A assessoria de imprensa como fonte de informação no processo de comunicação*, Braga, Universidade do Minho.
<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/23294>

- Esteves, S. C. P., 2022. *A coerência e a coesão textual no desenvolvimento de competências de leitura e escrita na aula de Português*, Braga, Universidade Minho. [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/78685/1/Susana Catarina Pereira Esteves.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/78685/1/Susana%20Catarina%20Pereira%20Esteves.pdf)
- Faro, capital nacional da cultura 2005, 2005, Faro.
<https://digitarq.adfar.arquivos.pt/details?id=988649>
- Faustino, P., 2011, *Pluralismo, Concentração dos Media e Cidadania*, Lisboa, MediaXXI
- Fonseca, F. I., Duarte, I. M., Figueiredo, O., 2001, *A Linguística na Formação do Professor de Português*, Santa Maria da Feira, Centro de Linguística da Universidade do Porto.
- Fortes, M. 2019. *A Comunicação de Ciência e as estratégias de aproximação à comunidade: o caso do INL*, Braga, Universidade do Minho.
https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/64498/1/3_Dissertacao_PG34206_MarianaFortes.pdf
- Gonçalves, L., 2016, *Terminologia científica e técnica em tradução literária*, Lisboa, Universidade de Lisboa
https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/24543/1/ulfl216715_tm.pdf?fbclid=IwAR194Ro1t6TR7LURtt8hPnDHAn-Hel_9kSLb-UMtgNmv_4-toIXwoRe05oA
- Jakobson, R., 2003, *Linguística e Comunicação*, São Paulo, Cultrix.
- Lapa, M. R., 1984, *Estilística da Língua Portuguesa*, Coimbra, Coimbra Editora.
- Lei nº 11/79 de 28 de março, Diário da República n.º 73, 1979, Série I
<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/11-1979-382868>
- Macedo, P., 2019, *A anatomia do Copy*. <https://paulomacedo.com/wp-content/uploads/2019/10/anatomia-do-copy-monetizze.pdf>
- Machado, J. P., 1942, *Breve História da Linguística*, Lisboa, Inquérito.
- Mateus, M. H e E. Carneira, 2008, *Norma e Variação*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Miranda, C., 2020, *A importância do Storytelling na Comunicação Organizacional*, Coimbra, Universidade de Coimbra.

https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/93669/1/ClaraMiranda_versaofinal.pdf

Oro, G. G. de, 2011, *Storytelling - A Magia da Palavra*, Lisboa, Gestão Plus.

Público, 2005, *Livro de estilo*, Lisboa, Público.

<https://static.publico.pt/files/provadosfactos/livro-de-estilo.pdf>

Rio-Torto, G., s/d, *O Léxico: semântica e gramática das unidades lexicais*, Coimbra, Universidade de Coimbra.

<https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/13412/1/O%20L%20c3%a9xico%20%3a%20sem%20c3%a2ntica%20e%20gram%20c3%a1tica%20das%20unidades%20lexicais.pdf>

Searle, John R., 1962, *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge, Cambridge University Press.

Traquina, N., 1993, *Jornalismo: Questões, Teorias*, Lisboa, Veja.

Textos da UAlg:

Universidade do Algarve, 2006, *UALGzine nº0: O mar funciona como um crucial fornecedor de materiais e serviços e é um componente essencial do sistema Terra que permite que nela vivamos*, Universidade do Algarve.

https://www.ualg.pt/sites/default/files/inline-files/Web_UALGzine_0.pdf

Universidade do Algarve, 2016, *UALGzine nº 9: O mundo é o nosso Campus*, Universidade do Algarve. https://www.ualg.pt/sites/default/files/inline-files/Web_UALGzine_9.pdf

Universidade do Algarve, 2019, *UALGzine nº 12: 40 Anos a criar futuro*, Universidade do Algarve. https://www.ualg.pt/sites/default/files/inline-files/Web_UALGzine_12.pdf

Universidade do Algarve, 2020, *UALGzine nº 13: Um contributo local para o desenvolvimento global*, Universidade do Algarve.

https://www.ualg.pt/sites/default/files/inline-files/Revista_2020_final.pdf

Universidade do Algarve, 2021, *ABC distinguido a nível nacional pelo combate à COVID-19*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/abc-distinguido-nivel-nacional-pelo-combate-covid-19>

Universidade do Algarve, 2022, *Investigadora da UAlg recebe prestigiada bolsa no valor de cerca de 2 milhões de euros*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/investigadora-da-ualg-recebe-prestigiada-bolsa-no-valor-de-cerca-de-2-milhoes-de-euros>

Universidade do Algarve, 2023a, *Centro de Simulação Clínica foi oficialmente inaugurado com a presença de três ministros*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/centro-de-simulacao-clinica-foi-oficialmente-inaugurado-com-presenca-de-tres-ministros>

Universidade do Algarve, 2023b, *Investigadores descobrem proteína crucial no desenvolvimento de doenças neurodegenerativas*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/investigadores-descobrem-proteina-crucial-no-desenvolvimento-de-doencas-neurodegenerativas>

Universidade do Algarve, 2023c, *UAlg abre candidaturas para CTeSP e tem novo curso em Design de Videojogos*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/ualg-abre-candidaturas-para-ctesp-e-tem-novo-curso-em-design-de-videojogos>

Universidade do Algarve, 2023d, *UALGzine nº 15: Mulheres UAlg*, Universidade do Algarve. <https://www.ualg.pt/sites/default/files/documentos/2023-01/ualgzine-15jan-2023.pdf>

Anexo I: Crítica Literária “Ler com Olhos de Ver”

14 | LITERATURA
a Avenida 23 DE JANEIRO DE 2003

vertentes de leitura

Coordenação:
Laura Alves

Destaque da Quinzena

José Saramago dispensa qualquer apresentação, mas interessa seguir um pouco do seu percurso para melhor perceber a sua obra que, tanto se revela poética, como se traduz numa total autenticidade. Saramago nasceu na aldeia de Azinhaga (Goletã), em 1922. Fez estudos secundários líceal e técnico que, por dificuldades económicas, não pôde prosseguir. Bem pode chamar-se-lhe o “homem dos sete ofícios”, foi serralheiro mecânico, desenhador, funcionário de saúde e de previdência social, editor, tradutor e jornalista. Publicou o seu primeiro livro, um romance, em 1947. Colaborou como crítico literário na revista Seara Nova. Fez parte da redação do jornal Diário de Lisboa, pertenceu à primeira direcção da Associação Portuguesa de Escritores e foi presidente da Assembleia Geral da Sociedade Portuguesa de Autores. Exerceu o cargo de director-adjunto do jornal Diário de Notícias e a partir de 1976 dedicou-se exclusivamente à escrita, primeiro como tradutor, depois como autor. É Doutor Honoris Causa pelas Universidades de Turim (Itália), de Sevilha (Espanha) e de Manchester (Reino Unido); membro Honoris Causa do Conselho do Instituto de Filosofia do Direito e de Estudos Histórico-Políticos da Universidade de Pisa (Itália); membro da Academia Universal das Ciências (Paris); membro correspondente da Academia Argentina das Letras;

Título – «O Homem Duplicado»
Autor – José Saramago
Editor – Editorial Caminho



«O Homem Duplicado» é uma obra diferente, de todas as outras a que Saramago nos tem habituado. Aqui encontramos as mesmas preocupações e as mesmas saudades. O romance centra-se na figura de Tertuliano Máximo Afonso, professor de História no ensino secundário, que vive só e aborrece-se, esteve casado e não se lembra do que o levou ao matrimónio, evitou-se e agora não quer nem lembrar-se dos motivos por que se separou, à cederia de Hiedra «há-a ele desde há muito tempo como uma fadiga sem sentido e um começo sem fim». Uma noite, em casa, ao rever um filme na televisão, Abriu-se de casa, apitou-se diante do televisor a carilho para do que quanto lhe permitia a visão. Sou eu, disse, e outra vez senti que se lhe engravam os pelos do corpo... Depois desta inesperada descoberta, de um homem exactamente igual a si, Tertuliano Máximo Afonso, o que vive só e se aborrece, parece descobrir-se outro homem. A empolgação hebraica dessa busca, os surpresos momentos de encontro, o seu dramático desfecho, constituem o corpo deste novo romance de José Saramago. Um livro fortemente empolgante e original...



Ler com olhos de ver...

«O Homem Duplicado» não existe, mas existimos nós que somos duplicados...

«O caos é uma ordem por decifrar»
Livro dos Contrários

Para dois segundos e acerte o desafio. Há pessoas no que acontecesse se de repente encontrasse alguém simplesmente igual a si próprio? Como reagiria se o “eu” e o “outro” fossem exactamente iguais? Não descurar para elaborar a sua resposta.

Nos nossos dias torna-se demasiado difícil aceitar as diferenças dos outros, quer a nível cultural ou religioso, quer no que respecta à própria cor ou apenas a pequenas discordâncias pessoais. Será que aceitar esse “outro”, igual a si próprio, seria tarefa fácil? Ou revelar-se-ia demasiado complicado? E se esse “outro” se sobrepusesse a si próprio, não se tornaria ele insuperável?

«O Homem Duplicado» não existe, mas existimos nós que somos autênticas cópias. Seguimos as tendências que nos moldaram desde o berço materno, de três milhões de anos atrás, como se todos os hábitos e que nos tornamos iguais, nem sequer os nossos questionar. E a sociedade, não está constantemente a criar cópias de cópias? Nos seguimos tudo que ela nos impõe. Se nos seguimos a moda das saias, triplicamos, quadruplicamos, todos seguimos a mesma linha sem nos darmos muito das disposições actuais. A política – que confesso ver nela alguma originalidade – tem assistido gradualmente a uma banalização e agora já todos dizem que “o País está de Tarde”, porque alguém se lembrou de proferir tal expressão e nós tratamos a mesma linha sem nos darmos muito das disposições actuais. A política – que confesso ver nela alguma originalidade – tem assistido gradualmente a uma banalização e agora já todos dizem que “o País está de Tarde”, porque alguém se lembrou de proferir tal expressão e nós tratamos a mesma linha sem nos darmos muito das disposições actuais. Mas estes são exemplos ínfimos, da infinidade de cópias que todos os dias criamos. Não somos nós «O Homem Duplicado», característico dos nossos dias, que busca necessariamente essa duplicação? O que é, se não isto, a clonagem humana? Não estarão a criar-se “monstros morais”, só porque o ser humano não pode não ser o que é a si próprio?

Admitamos ao «O Homem Duplicado», desta vez ao criado por José Saramago. Ao deparar esta obra para a minha leitura de hoje, li-lo talvez pela sua grandiosidade e excelência, mas não só. Confesso que ouso ir para além do duplicado e permito-me retirar dela talvez alguns fragmentos de originalidade que, poderão não acrescentar nada de novo, mas enriquecer a minha forma de apreender «O Homem Duplicado».

Saramago deixa transparecer neste livro uma construção romanesca, demasiado inquietante, carregada de preocupações e densidade psicológica, característica de alguém que já adquiriu um lugar próprio no mundo e a quem é permitido dizer e escrever sobre tudo. Neste romance é nítida uma certa violência que, poderá ser o reflexo do descontentamento do próprio autor, perante os destinos abruptos que se avizinhavam para a humanidade, e alguns dos problemas que a assolam diariamente (fome, guerra, poluição, etc.). Quem é o hereditário professor de História que descobre por estranho acaso, num vídeo, alguém igual a si mesmo?

Zelmaro Coelho, o editor deste livro, classifica-o como “o romance mais violento de Saramago”.

O leitor sentir-se-á a par do com a leitura desta obra, mas terá mesmo que o ler e esse constatará porque cada vez se aprofundará que não há mais outra alternativa possível.

Tal como disse Lawrence Sanders, “as coisas sucedem sempre interpretadas pelos elementos que as seus destinavam a outro Homem”, talvez é esta, a obra de Saramago que segue transpor para nós, obra toda a sua interpretação de pensamento que, há muito tempo, nos lhe preferiamos a qualquer outra da sua obra.



Título: Uma Célula Renegada
Autor: Robert Weinberger
Editor: Temas e Debates
Coleção: Mestres da Ciência

«Em parte elementar, em parte histórico, em parte me-

diativo. Uma Célula Renegada progresa em todos os seus objectivos”. (Wall Street Journal)

Em «Uma Célula Renegada», de Robert Weinberger (Mestres da Ciência), podemos encontrar um conhecimento que nos permite pensar coisas tão próximas e tão distantes do nosso corpo, como a geo-estratégia e o cancro. A geo-estratégia é a grande linha de fronteira sobre a qual nos vamos equilibrando e desequilibrando como podemos. O cancro, com todos os movimentos separatistas, independentistas, rebeldes e terroristas, coloca, de igual forma, em questão as nossas vidas. Desta vez ao nível celular, com uma variedade de implicações que se pode revelar mais radical que qualquer movimento político. Dois assuntos fascinantes, quer no conteúdo, quer na linguagem, que nos podem fazer viajar do

infinitamente grande ao infinitamente pequeno.

A qualidade e a quantidade de informação transmitida sobre o cancro – têm revolucionado o nosso conhecimento sobre os órgãos e o comportamento desta doença. Robert Weinberger, biólogo molecular, acredita que a investigação nesta área atingiu um ponto de viragem e que é possível prevenir o aparecimento do cancro e identificar os meios de cura mais indicados para cada caso, evitando, assim, a evolução e disseminação da doença.

Em «Uma Célula Renegada», o autor relata como as raízes do cancro foram reveladas em 1959, quando o primeiro vírus causador da doença foi descoberto. Posteriormente, salienta a importância do papel dos carcinógenos químicos e da radiação no desencadear da doença e expõe a história ba-

terial das descobertas do oncogenes e das genes do supressão de tumores, os principais controladores da proliferação das células normais e malignas.

Robert Weinberger é director do Laboratório de Investigação de Oncologia no Whitehead Institute e professor de Biologia no MIT. Em 1959 ganhou o Killam Faculty Award, tendo já sido galardoado com a National Medal of Science (1997), o prémio de Cientista do Ano da Discover (1982), o Bristol-Myers Award for Distinguished Achievement in Cancer Research (1984) e o Gairdner Foundation International Award (1992).

O «New York Times» classifica-o como: “Fascinante, apresenta uma perspectiva maravilhosa e assustadora, de tirar o fôlego, sobre a complexidade do funcionamento aberrante das células”.



Título: 101 Experiências de Filosofia Quotidiana
Autor: Roger-Pol Droit
Editor: Temas e Debates
Coleção: Para Sua Informação

Com este manual de «boa forma filosófica», poderá facilmente perder o peso de três quilos, ganhar alguns centímetros de massa inteligente e tornar-se, portanto, um pouco mais vivo. (Le Nouvel Observateur)

Se nos distanciamos ligeiramente da vida quotidiana nos seus aspectos mais desafiadores, desempenhamo-

nos papéis diferentes e introduzindo práticas estranhas ao dia-a-dia, a nossa deslocação face ao resultado desta experiência conduzir-nos-á à filosofia.

Mas muitas vezes é necessário passar do abstrato para o concreto, e vice-versa, de uma maneira mais imediata e actualizada. «101 Experiências de Filosofia Quotidiana», de Roger-Pol Droit, tem sido um sucesso em mais de 14 países (já foi adaptado em França para série de televisão) com base num princípio muito simples: se experimentarmos as pequenas coisas do nosso quotidiano segundo uma perspectiva um pouco dife-

rente da habitual, a constatação com o resultado da experiência traduz-se na filosofia.

Um manual alternativo de filosofia cujo objetivo é abalar de forma leve as crenças que temos acerca de nós próprios e do mundo que nos rodeia. Este livro tem sido utilizado por professores no ensino de várias disciplinas – afinal, preocupamo-nos muito com a transmissão de conhecimentos aos jovens, mas esquecemo-nos demasiado frequentemente que antes de nos ocuparmos com os conteúdos, é fundamentalmente necessário ensinar a pensar e aprender.

Homenagem à mulher!

"Obstar que a mulher, tal como o homem, seja eleitora e elegível, é negar o espírito democrático à democracia, que representa o esforço do indivíduo consciente para atingir a plena posse dos seus direitos, a satisfação das suas necessidades mais instantes: pão e liberdade".

Angélica Paula

Luara Alves
REDAÇÃO

No início dos anos 30 os movimentos feministas pugnavam pela conquista do direito ao voto e conseguiram-no.

Volvidos quase 28 anos após o 25 de Abril e quase 23 após a Proclamação da Lei da Igualdade de Oportunidades e de Tratamento das Mulheres e Homens é importante que se avalie a evolução da situação em Portugal. O problema da discriminação entre mulheres e homens não é apenas uma questão de vontade política ou de legislação. Existem hábitos e práticas culturais enraizados que se vêm perpetuando através das gerações. E vê lá perceber-se porquê!

Uma das muitas reivindicações da mulher sempre se prendeu com o direito à liberdade. Mas existem vários tipos de liberdade e diversas formas de alcançá-la. Os políticos, certamente o conseguirão - ou pensarão que não - sempre eles e proclamando a igualdade. Mas esta não é a liberdade que,



"As dançantes", de Marie Laurencin

nós mulheres, pretendemos. Nós temos que criar a nossa própria liberdade porque ela reside dentro de nós! Não podemos esperar que nos a concedam! Nem tão pouco esperar que ela nos seja imposta ou impo-

Esse é o valor que eu desfaço!

Muitas foram as mulheres que se montaram ao longo dos tempos, lutando por direitos fundamentais: política e económica de igualdade, mas existem sentimentos que transcendem as palavras e, nas páginas do nosso diário não caberiam feitos tão incontáveis. Aqui fica uma sincera, mas sobretudo merecida homenagem!

A mulher não pode contestar ou reprová-lo a sociedade, não pode culpar o mundo, nem tão pouco vilanizar-se a si própria. Não pode, nem deve ser um exemplo passivo. Nós temos sensibilidade e habilidade suficientes para ousar

ver para lá das estrelas e do limite do infinito.

A nossa vontade moldará o nosso futuro e a multidão necessita de ouvir a nossa voz!

Luara Alves, primeira Ministra da Dinâmia refere "para mim a igualdade é o importante. Não quero preferências, não quero ser preferida por ser mulher. Mas quero que se reconheça que sou um ser humano capaz de fazer aquilo que eu tenho de fazer, e não importa se eu nasci homem ou mulher. É nesse sentido que trabalharei".

As mulheres sempre souberam e sabem ocupar o seu lugar. A nossa casa é o universo. As nossas vidas serão guiadas pelas as nos-



"Schokke", de Alexei von Jeleuski

sas mentes e os nossos corações.

Por vezes sinto que nasci num espaço e num tempo

Não é necessário que os homens, os governos, ou a própria história, nos deixem ser livres. O momento é de

Pranto pelo dia de hoje

O que criou, se não criou, o mundo? Nunca choraremos bastante quando vemos que quem ousa lutar é destruído. Por troças por insidias por venenos. E por outras maneiras que sabemos. Tão sábias tão subis e tão peritas. Que nem podem sequer ser bem descritas.

Sophia de Melo Bryner Andrusen
Lvaro Sesto: As Grades, 1962

pequenos demais para poder ser mulher. Mas a nossa história não se fez apenas de "barras assinaladas", porque muitas mulheres alcançaram a "praia lusitana" e passaram muito além da "Taprobana".

veras fugaz e a esperança começa a desvanecer. Algumas mulheres esperam há séculos, mas ainda não alcançamos o dom da imortalidade. E nós só temos uma vida!

Mulheres fotógrafas da National Geographic expõem no AlgarveShopping

Vai estar patente, no AlgarveShopping, uma exposição fotográfica que apresenta trabalhos de várias mulheres, onde o fotorealismo é mais do que uma habilidade técnica e testemunha belezas incontáveis, mas não só...

O AlgarveShopping, em parceria com a National Geographic Channel Portugal e a National Geographic Magazine Portugal, oferece aos seus visitantes a oportunidade de apreciar a exposição de «Mulheres fotógrafas da National Geographic». Vai estar patente ao público de 11 a 31 do corrente mês, com trabalhos de mulheres, que honram a secular tradição de fotografia da National Geographic Society (NGS).

A exposição é dedicada a mulheres fotógrafas que enfrentam perigos e dificuldades inerentes a profissão. Estas fotógrafas fazem da sua profissão um trunfo e são testemunhas da beleza da paisagem, do horror da guerra, do exotismo de culturas distantes, da sublimidade de um gesto e de cenas dramáticas ou banais de um relacionamento. Cada uma mostra nesta exposição a habilidade de contar, através de imagens, histórias que ampliam a nossa compreensão do mundo.

Esta mostra pôde ser apreciada entre 8 e 28 de Fevereiro no Centro Comercial Colombo, em Lisboa.

«Conversas com mulheres» amanhã

A Câmara Municipal de Lagos assinala este dia com uma homenagem a todas as mulheres, dedicando-lhes um poema de Eugénio de Andrade, em postal ilustrado, que será oferecido nos locais de atendimento ao público da CML, e nos diversos equipamentos do concelho. Para amanhã propõe «Conversas com Mulheres», um debate com várias personalidades femininas de Lagos moderado por Afonso Dias. A iniciativa decorre na Biblioteca Municipal Dr. Júlio Dantas, a partir das 21.30 horas.

DEBATE NA BIBLIOTECA MUNICIPAL DE S. BRÁS «Como Somos Nós... As Mulheres»

A Biblioteca Municipal de São Brás de Alportel promove amanhã o debate «Como Somos Nós... As Mulheres», pelas 15 horas, na sala polivalente. Esta é mais uma iniciativa da Câmara Municipal de São Brás de Alportel, através do Espaço Informação Mulher, que se insere no programa de comemorações do Dia Internacional da Mulher, que hoje se comemora. O programa decorre durante toda a primeira quinzena de Março.

São três os convidados: Alice Ramos, inspetora de veículos; Lurdes Cunha, dirigente do Movimento Democrático de Mulheres; Manuela Fernandes e Ma-

nuel Vieira, enfermeiros do Centro de Saúde do Faro.

Os temas de conversa são três: «Quando elas têm as profissões tradicionalmente exercidas por homens», «A História e as histórias de mulheres na luta pelos seus direitos» e «A saúde física e mental da mulher».

Uma tarde de conversas sobre mulheres. Como é ser-se mulher hoje, como

foi ser mulher ontem, como é ser-se mulher num mundo de homens, como é ser-se mulher na sociedade... Que realidade? Que desafios? O que é ser-se Mulher?

Direitos da Mulher debatidos em Albufeira

No Dia Internacional da Mulher que hoje se comemora, o Parque Lúdio de Albufeira recebe um debate onde serão abordadas algumas questões que dizem respeito ao sexo feminino. Marcado para as 17 horas de hoje, o encontro em Albufeira será palco de intervenções sobre a emancipação da mulher, os seus direitos ou a violência exercida sobre ela.

Neste evento estarão presentes elementos da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV), João Viegas Fernandes (docente da Escola Superior de Educação da Universidade do Algarve, e Margarida Tengarrinha (do Movimento Democrático de Mulheres).

Em paralelo decorre uma exposição de cartazes da autoria da APAV.

o seu diário

CERTIFICADO

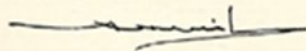
Certifica-se que

Maria Laura Fernandes Alves

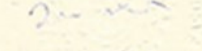
portador do Bilhete de Identidade nº 9956736, emitido por Bragança, em 13-08-1999, participou no "I CURSO DE JORNALISMO JUDICIÁRIO", promovido pelo Conselho Distrital de Faro da Ordem dos Advogados e que decorreu de 29 de Janeiro a 23 de Abril de 2003, das 18h30 às 21h30, no Complexo Pedagógico da Universidade do Algarve (Campus da Penha), em Faro, com duração total de 75 horas.

Faro, 2 de Maio de 2003

O Presidente do
Conselho Distrital de Faro



O Bastonário da
Ordem dos Advogados



Algarve Académico
Jornal da Universidade do Algarve

ANO IV Director: Adriano Pimpão Nº 14 Dezembro de 2003

“A Universidade do Algarve foi o acontecimento mais importante da região, no século XX”

José Vitorino, presidente da Câmara Municipal de Faro (CMF), elege a criação da Universidade do Algarve como o acontecimento mais importante do século XX, na região algarvia.



Ramos Rosa recebe Honoris Causa

Decorreu na Universidade do Algarve a cerimónia de atribuição do doutoramento *Honoris Causa* ao poeta algarvio, António Ramos Rosa. O poeta falou aos presentes, sem esconder a inconformidade que tão bem o caracteriza: “não sei o que é chegar porque a minha vida é feita de partidas...”



Pág. 3

Investigação

A investigação é um elemento central na nossa sociedade, porque fomenta o empreendedorismo e a inovação. Os projectos desenvolvidos na UALG reforçam as sinergias e as parcerias com o exterior.



Pág. 7 à 12

UEFA Euro 2004

A Universidade do Algarve participa no projecto “Avaliação do impacto da realização em Portugal da fase final do campeonato europeu de futebol de 2004”, o maior evento desportivo, alguma vez realizado em Portugal.



Pág. 13

Em entrevista ao Algarve Académico (AA), o edil farenses fala das relações de cooperação entre as duas entidades, considerando que ainda existe um espaço muito mais amplo para cooperar, até se atingir o nível desejado: “Faro, Cidade Universitária”

Pág. 4 e 5

EUROMONTIARTE
CAIXILHARIA DE ALUMÍNIOS, Lda.
ALUMÍNIOS ANODIL E TECHNAL

Escritórios e Oficinas: Rua Aristides de Sousa Mendes, 65 - 69 (Junto ao Aeroporto) - Montenegro - 8000-020 FARO - Tel./Fax: 289 81 72 73 - Tel.: 289 81 59 79



Faro, Capital Nacional
da Cultura 2005
R. de Santo António, 30
3000-283 Faro
Tel 249 898 760
Fax 249 826 791
E-mail: geral@faro2005.pt
Website: www.faro2005.pt

DECLARAÇÃO

Assunto: DRA. MARIA LAURA FERNANDES ALVES ANTÃO

Na qualidade de presidente de **Faro, Capital Nacional da Cultura 2005**, atesto que a DRA. MARIA LAURA FERNANDES ALVES ANTÃO prestou excelentes e inestimáveis serviços a esta estrutura de missão. A DRA. MARIA LAURA FERNANDES ALVES ANTÃO desempenhou funções de assessoria na área de imprensa e comunicação, tendo revelado notáveis qualidades pessoais e profissionais, designadamente inexcedível dedicação e elevado sentido de rigor. A DRA. MARIA LAURA FERNANDES ALVES ANTÃO contribuiu decisivamente para o êxito da estratégia comunicacional de **Faro, Capital Nacional da Cultura 2005**, pelo que aqui me apraz louvar expressamente o seu desempenho.

Faro, 31 de Março de 2006

O-presidente da estrutura de missão

Faro, Capital Nacional da Cultura 2005

António Rosa Mendes

Anexo VI: Storytelling, vídeo promocional “Graduação em Engenharia Alimentar Portugal acessível com o Enem”

<https://www.youtube.com>

Encontrou na UAlg o seu porto seguro

Moahmed Tarek Said tem 20 anos e é natural da Síria. Este jovem estudante do curso de Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas da Universidade do Algarve já tem uma grande história para contar.

Tinha uma vida perfeitamente normal até 2011 e vivia numa pequena cidade, perto de Damasco, capital da Síria, onde podia estar livremente com a sua família, ir à escola e passear com os amigos. Até que chegou a guerra e mudou tudo, Tarek sentiu-se no meio de uma encruzilhada. Os tiroteios passaram a ser uma constante, a escola passou a ser uma espécie de recrutamento para o exército e a família teve que separar-se.

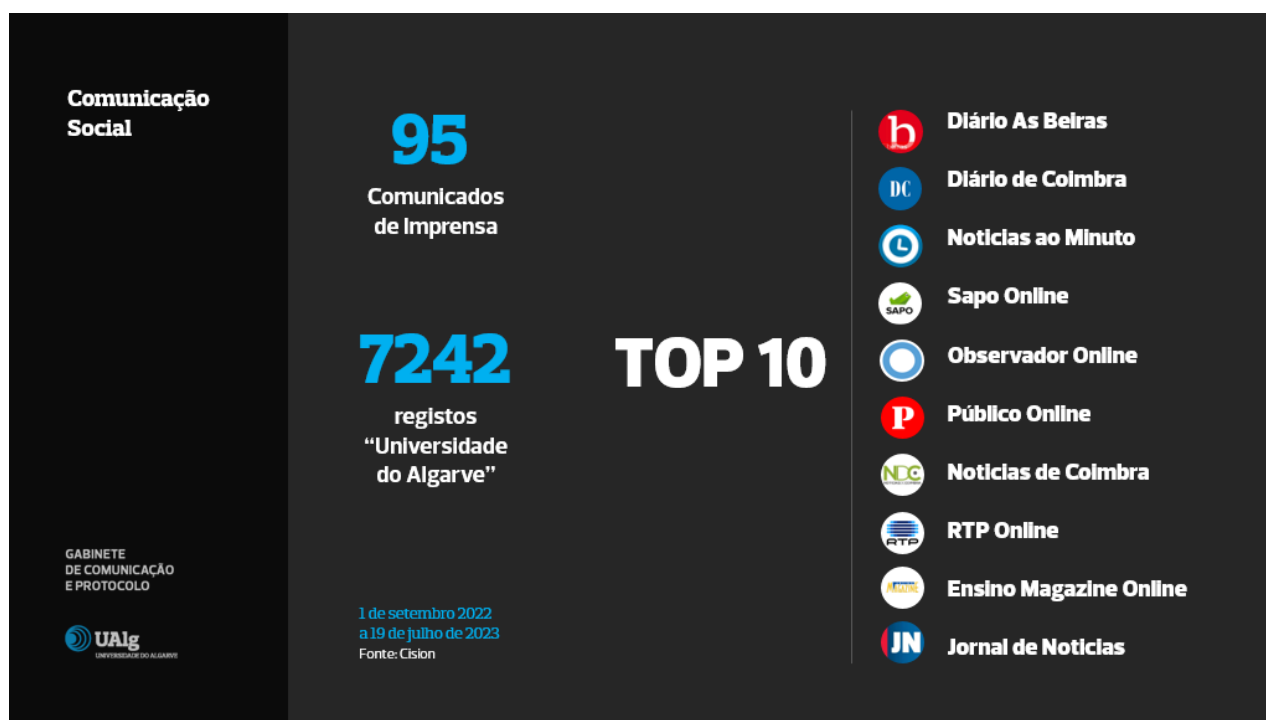
“Em 2013 a situação na Síria começou a complicar-se e a minha família decidiu partir para a Turquia. Estive lá durante um ano e meio e tive a oportunidade de acabar o ensino secundário. “Depois surgiu a oportunidade de Tarek, nome por que é conhecido na UAlg, vir estudar para Portugal, através da Plataforma Global de Assistência Académica de Emergência a Estudantes Sírios, promovida pelo antigo Presidente da República Jorge Sampaio.

Entretanto, pelo meio ficava a família mais próxima, uma irmã na Jordânia, os outros irmãos na Turquia e o pai que trabalhava numa clínica síria, também na Turquia, como médico. “Quando vim para Portugal não sabia o que esperar, não tinha ideia da língua ou da cultura dos portugueses. Levei algum tempo a adaptar-me, mas ao começar a frequentar a Universidade do Algarve recebi apoio dos professores e colegas, o que ajudou imenso.”

No seu grupo de amigos, o facto de ser sírio é, normalmente, tema de brincadeira. No início, passou por algumas situações desconfortáveis, já que há quem continue a achar que os refugiados vão trazer a guerra para a Europa. Tarek apenas refere: “foi a guerra que nos levou a deixar o País!” Mas, “com o passar do tempo fui conhecendo mais portugueses, que se dispuseram a ajudar-me em todo o tipo de coisas, e continuam a fazê-lo, como a melhorar o meu Português, ou a dar-me a conhecer diferentes sítios de Portugal”.

Fonte: *UALGzine nº 9: O mundo é o nosso Campus*, UAlg

Anexo VIII: Dados sobre a UAAlg na comunicação social



Fonte: Gabinete de Comunicação e Protocolo UAAlg

Anexo IX: Doenças Neurodegenerativas Incuráveis

INVESTIGAÇÃO PIONEIRA
desenvolvida por investigadores do Algarve Biomedical Center Research Institute (ABC-Ri) publicada na revista Brain.

NOVA PROTEÍNA
como alvo terapêutico para duas doenças neurodegenerativas raras e incuráveis.

DUAS DOENÇAS NEURODEGENERATIVAS
Ataxia espinocerebelosa tipo 2 e a Ataxia espinocerebelosa tipo 3.

6 ANOS DE INVESTIGAÇÃO
Esta investigação resulta de um estudo desenvolvido em contexto pré-clínico ao longo dos últimos 6 anos.

PROTEÍNA G3BP1
Identifica a proteína G3BP1 como uma proteína crucial para a resposta das células e dos neurónios ao stress molecular.

DOENÇAS NEURODEGENERATIVAS INCURÁVEIS

EQUIPA DE INVESTIGAÇÃO
Conseguiu comprovar que a diminuição desta proteína contribui para a progressão das referidas doenças.

REVERTER CARACTERÍSTICAS DA DOENÇA
Quando a equipa de investigação restabeleceu os níveis de G3BP1, foi possível reverter, em modelos animais, algumas das características das doenças, incluindo défices motores.

PATENTE
Esta investigação resultou já numa patente internacional.

START-UP
Foi também criada uma start-up – a Aquracy Therapeutics.

Fonte: Centro de Investigação em Biomedicina UAIG