

COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Mayara Abadia Delfino dos Anjos¹

Resumo: Esse artigo é baseado no relatório de qualificação apresentado à banca do Mestrado Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de mestre. O objetivo desse artigo é apresentar os dados da pesquisa, a revisão bibliográfica feita até o momento sobre comunicação organizacional, comunicação pública e comunicação científica, além de apresentar a metodologia e o que ainda será feito na pesquisa, com o intuito de responder os objetivos propostos.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional; Comunicação Pública; Comunicação Científica; Universidade Federal de Uberlândia; Comunicação Pública da Ciência.

PUBLIC COMMUNICATION OF SCIENCE IN THE FEDERAL UNIVERSITY OF UBERLÂNDIA

Abstract: This article is based on the report presented to the qualification Interdisciplinary Master of Banking Technologies, Communication and Education of the Federal University of Uberlândia, as a partial requirement for obtaining a master's degree. The aim of this paper is to present the survey data, the literature review made to date on organizational communication, public communication and scientific communication, besides presenting the methodology and what is already done in the research, in order to meet the proposed objectives.

Keywords: Organizational Communication; Public communication; Scientific communication; Federal University of Uberlândia; Public Communication of Science.

¹ Graduada em Administração pela FUCAMP. Pós-graduada em RH, Marketing e Gestão Empresarial pela UNIESSA. Pós-graduada em Logística Empresarial pela Faculdade Pitágoras. Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU. E-mail: mayaradelfino@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Comunicar é uma arte, uma paixão que inspira pessoas desde o início da humanidade, além disso, cada vez mais vem sendo utilizada como estratégia, visto que se possuírem falhas, pode causar grandes problemas.

A comunicação pública é uma temática nova dentro da grande área comunicativa. É um tipo de comunicação que busca ser a voz e conseqüentemente, um elo, entre o governo representado muitas vezes pelo Estado e o seu povo, gerando assim cidadania.

A comunicação científica que vem ganhando cada vez mais espaço nos meios comunicativos é um tipo de comunicação que exigirá do profissional alguns requisitos que não seriam cobrados em outros tipos de jornalismo, pois além, de compreensão e melhor jeito de entrevistar os cientistas, exige maiores explicações para uma popularização da ciência e maior entendimento do público em geral.

Esse artigo é baseado no texto que foi apresentado à banca de qualificação do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Educação e Comunicação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Educação e Comunicação.

Em um primeiro momento serão apresentados os dados da pesquisa, trazendo o que já foi e o que será feito para chegar aos resultados dessa pesquisa, assim como serão apresentados a questão norteadora do trabalho, a sua problematização, além dos objetivos geral e específico.

Em seguida, será apresentada a importância que a comunicação possui para as empresas, além dos benefícios que a mesma pode trazer quando bem aplicada e desenvolvida. Além disso, foi apresentado como a comunicação pública está presente nas organizações, principalmente nas instituições públicas.

Por se tratar de uma pesquisa sobre comunicação pública da ciência, será abordado também a ciência, tecnologia e a divulgação científica, sendo que através dessa tríade, será realizada a comunicação científica, que será tratada no tópico seguinte.

Para finalizar, será apresentada a metodologia utilizada até o momento e quais os próximos passos para se alcançar os resultados da pesquisa sobre como ocorre a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

2 DADOS DA PESQUISA

Como no desdobramento da proposta inicialmente apresentada, somando as contribuições das disciplinas, o trabalho visa pesquisar a comunicação pública em uma organização pública, mais especificamente na Universidade Federal de Uberlândia.

A proposta é verificar como que é trabalhada a questão da comunicação pública e a divulgação da ciência nessa instituição e ao final do trabalho, após as observações, entrevistas, pesquisas realizadas na UFU, será possível verificar se a Comunicação possui importância e papel de destaque dentro da Instituição, além de poder afirmar ou não se a Comunicação Pública da Ciência está sendo feita da forma como a bibliografia e pesquisas propõem.

Mais especificamente, será feito um levantamento sobre a comunicação pública da ciência na UFU, para com base nos dados estudados propor, apontar e descrever um plano de comunicação pública eficiente, com vista à comunicação da ciência na UFU possa ser realizada de forma adequada nessa instituição.

A questão norteadora dessa pesquisa nasceu da vontade em levantar e saber o que a UFU pensa sobre a comunicação, como a administração da Universidade Federal de Uberlândia pensa sobre a comunicação, como o departamento de Comunicação se vê na comunicação da instituição, como que é o processo de Comunicação Pública da Universidade Federal de Uberlândia principalmente quando se trata da comunicação da ciência e das pesquisas realizadas na Universidade, resumindo, a questão norteadora relaciona-se em saber como a comunicação é vista na UFU e como é o fluxo de comunicação da ciência na Universidade.

A problematização dessa pesquisa consiste em: como é realizado o processo de comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia?

Tendo em vista o problema apresentado, o trabalho tem como objetivo geral apresentar os processos e as ferramentas comunicacionais praticados na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) sob a ótica da comunicação pública da ciência, assim como esse tipo de comunicação é vista pelos gestores da instituição, pelos gestores do departamento responsável pela comunicação da instituição e pelos comunicadores engajados nos processos de comunicação da UFU. A intenção é verificar, compreender e representar esse processo de comunicação que ocorre na Universidade através de um fluxograma.

Como objetivos específicos, a pesquisa pretende:

✓ Observar, analisar e sistematizar a Comunicação Pública da Ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

- ✓ Levantar os profissionais e os perfis dos envolvidos e responsáveis pela comunicação na instituição e como é feita essa comunicação pela DIRCO (Diretoria de Comunicação Social).

- ✓ Verificar como é feito o levantamento de informações para divulgação das pesquisas da universidade visando conhecer a comunicação da ciência.

- ✓ Averiguar se existe algum procedimento especial quando é feita uma matéria sobre comunicação da ciência, tais como entendimento da pesquisa, levantamento de termos específicos, entre outros.

- ✓ Apresentar uma proposta de plano de comunicação pública para trabalhar a divulgação da ciência.

Tendo em vista tema, problema e objetivos da pesquisa, leva-se em consideração a importância que a comunicação possui dentro das organizações e instituições e principalmente a importância de se aplicar processos comunicacionais que consigam atingir os objetivos da comunicação e seu público alvo.

Cabe ressaltar que cada vez mais as organizações vêm notando a importância de se ter uma boa comunicação, seja com seus colaboradores ou com seus clientes e mundo externo. Por isso vem investindo no ramo, seja com a contratação de profissionais específicos para esse fim, seja com contratação de empresas especializadas ou até mesmo com a criação de departamentos para cuidar dessa atividade. E as instituições públicas não ficam para trás, mesmo às vezes não trabalhando a comunicação pública da melhor forma possível. Outro ponto que deve ser considerado é o fato de que nas instituições de ensino, principalmente as públicas, vem divulgando suas ciências através da comunicação pública.

Além disso, cada vez mais vem diminuindo a distância entre cientistas, instituições de pesquisa, universidades e cidadãos, pois a divulgação das pesquisas que vem sendo realizadas com o investimento de dinheiro público seria como uma prestação de contas a sociedade, além de integrar e engajar os indivíduos no mundo das pesquisas e assim se torna possível a criação de uma comunidade científica bem informada, capaz de interagir e debater questões públicas em comum a todos.

Esse tema de grande importância para as instituições públicas e profissionais da área de comunicação, infelizmente não possui muitas pesquisas a respeito e nem possui uma definição única, sendo formada por múltiplas construções, trazendo assim uma carência na área, o que poderia ser mais incentivado por se tratar de algo que interessa diretamente as instituições e principalmente aos cidadãos.

Assim, essa pesquisa visa aprofundar no tema de comunicação pública passando pela proposta de fazer um plano de comunicação simples e eficaz, considerando os processos realizados na Universidade e as observações realizadas durante a pesquisa de campo.

Nessa pesquisa não será feito um produto, mas sim um estudo e observação sobre a Comunicação Pública da Ciência acompanhada de um plano de aplicação com vista de melhorar a Comunicação Pública da Ciência na UFU.

3 A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Até anos atrás, a área de comunicação, dentro de uma empresa, era apenas uma atividade isolada, sendo que na maioria das vezes era executada até mesmo por pessoas que não tinham sequer nenhum vínculo ou afinidade com a área. Tanto que Bueno (2003) relata, que “foi na década de 80 que os impulsos para o desenvolvimento da comunicação empresarial ganharam força [...] e os setores ligados à comunicação ganharam status perante os demais níveis organizacionais”.

Um dos fatores que mais impulsionaram e transformaram tanto o papel, quanto os objetivos da comunicação, dentro das organizações foram sem sombras de dúvidas os avanços trazidos pela tecnologia, que deram uma nova vida, um novo ritmo nas chamadas intercomunicações, permitindo assim, por exemplo, uma quantidade maior tanto em comunicações com outras empresas, até mesmo com pessoas em outras cidades, estados e até mesmo em outros países, sem sair do lugar, apenas com uma máquina com acesso a internet e com isso o fluxo de informações se torna mais fácil, abrangente e acessível.

Desta maneira, a comunicação organizacional vem se tornando cada vez mais presente nas pesquisas das áreas de comunicação, mas também é pesquisada correntemente pela área da administração, visto que cada vez mais as organizações vêm necessitando de novas posturas, principalmente em decorrência das modificações que os ambientes administrativos vêm sofrendo nos últimos tempos.

Outra justificativa para essa “integração” de áreas de acordo com Sica (2002) seria o fato de que uma das principais possibilidades de desenvolvimento de uma empresa está amparada na comunicação, visto que desempenha vários papéis estratégicos nas organizações, dentro eles, a produção comunicativa que resultará nos objetivos mercadológicos da organização. Além disso, para desenvolver os trabalhos de comunicação dentro de uma empresa é necessário possuir um bom planejamento para assim ter uma boa orientação sobre

as ações a serem realizadas, ou seja, comunicação e administração caminham juntas em vários aspectos e uma depende da outra para que suas ações se desenvolvam.

A comunicação também é fundamental na gestão estratégica das organizações, na formação, construção e consolidação de sua imagem, reputação, marca e no processo de administração da percepção e leitura do cenário social, contribuindo para a análise do ambiente interno e externo, dos planos de negócios, identificando problemas e oportunidades para a tomada de decisões compartilhadas e posicionamento das organizações (OLIVEIRA, 2013, p. 21)

A comunicação organizacional ainda pode ser vista como uma “estratégica para as organizações o que significa que se vincula estritamente ao negócio” (BUENO, 2003, p. 7), pois ela tem a função de pesquisar e trabalhar de forma planejada problemas e soluções nas empresas, seja em seu âmbito interno ou externo, tendo como característica criar relacionamentos com os mais variados tipos de público, além de poder se tornar uma ferramenta a ser usada nas tomadas de decisão e formar a imagem da empresa perante o público, seja ele interno ou externo.

Baldissera (2000, p. 19) aponta como possíveis consequências para os problemas de comunicação nas organizações:

Inexistência de um diagnóstico atualizado que descreva a situação da comunicação organizacional e o perfil do público de interesse; circulação de informações desencontradas; uso de meios e linguagens não acessíveis; uso de codificações frouxas, ocasionando leituras incorretas; a inexistência de um fio condutor que funcione como referência para toda a comunicação oficial; mensagens muito complexas; dificuldade na construção de mecanismos, ou mesmo a inexistência deles, que permitam avaliar o processo de comunicação e retroalimentá-lo.

Portanto, a comunicação organizacional seria basicamente definida e entendida como algo que nos tempos atuais é de extrema importância para as organizações e quando funciona corretamente pode ser uma estratégia a ser usada pelas organizações, para alcançar da melhor forma possível seu público seja ele interno e/ou externo, de forma a melhorar os fluxos comunicacionais. Conforme descreve Bueno (2003, p. 8): “Hoje, encontra-se na linha de frente, situada em posição de destaque no organograma, provendo conhecimentos e estratégias para que as empresas e entidades não apenas superem os conflitos existentes, mas possam atuar, preventivamente, impedindo que eles se manifestem”.

Para Franco (2013, p.11) apud Kunsch (2004) a concepção de que a comunicação pública se encontra na comunicação organizacional “se dá porque, a área busca analisar a comunicação dentro das instituições e com seus públicos, visando criar um relacionamento

com ele e uma identidade e imagem”. O mesmo não ocorre, por exemplo, com as organizações privadas, pois de acordo com Dias (2005) elas participam do debate público, porém, com objetivo primeiro de defender interesses particulares, na maior parte de suas intervenções.

Baseado em Oliveira (2013), podemos afirmar que a comunicação organizacional e a comunicação pública estão seguindo um caminho, onde cada vez mais deverão se misturar, se unir em um contexto exigente, onde os interesses das organizações estejam alinhados com os interesses dos cidadãos e da sociedade.

Vejam os abaixo um pouco mais sobre comunicação pública nas organizações e seus papéis diante do seu público, além de averiguar quem a rege.

3.1 Comunicação Pública nas Organizações

Segundo Brandão (2006) o conceito de comunicação pública é algo que ainda se encontra em formação, em construção, pois ainda é possível encontrarmos diversos significados, onde muitas vezes ainda são conflitantes, além de haver uma variação de um autor para outro, dependendo ainda do país onde é abordado e do seu contexto.

O termo surgiu para designar uma situação ideal e genérica de transparência total dos negócios de Estado e de empresas privadas, e do exercício pleno do direito do cidadão de se informar e ser informado sobre tudo o que for de interesse público. A expressão vem sendo utilizada com múltiplos significados, que com frequência se conflitam, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada. Tanta diversidade demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada. Pelo menos por enquanto, comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção. (DUARTE, 2009, p.64)

Assim o termo comunicação pública poderia ser simplificado e resumido especificamente como “um processo de informação voltado para a esfera pública, desde que vise ao interesse público, promova a cidadania e viabilize o funcionamento da democracia” (FRANCO, 2013, p. 15), para que dessa forma, possa haver debates, criar discussões públicas, promover negociações quando necessário, principalmente para as tomadas de decisões que envolvem interesses dos públicos envolvidos, além de implementar e desenvolver políticas públicas para a população.

O marco inicial do processo de surgimento da comunicação pública foi a descoberta, por parte do empresariado, da importância de ações que levam à prática da cidadania, responsabilidade social, prestação de contas à sociedade, além da transparência nas suas atividades. A comunicação pública centraliza o processo comunicacional no cidadão, dando-lhe direito à informação e, mais do que isso, estabelece um diálogo com o mesmo. Assim, o cidadão comum passa a conhecer todas as informações que lhe são pertinentes, até mesmo aquelas que ele não busca por não conhecer a sua existência. (CAMARGO; RODELLA, 2010, p.2)

A área de comunicação pública poderia ser definida, segundo Paolo Mancini (2008) apud Koçouski (2013), a partir de três proporções que estão diretamente inter-relacionadas, sendo elas: os promotores ou emissores que seriam as organizações, instituições; a finalidade que seria a dimensão que mais limita esse campo, pois a comunicação não deve ser direcionada para se alcançar uma vantagem, mas atender uma necessidade e uma política e o objeto que seria o interesse geral dessa comunicação.

Os estudos sobre a temática da comunicação pública, no Brasil, ganhou maior força a partir do amadurecimento do regime democrático no país, sendo que a “comunicação pública está diretamente vinculada à fundação da democracia, na passagem para a modernidade, e com o surgimento da sociedade civil, apresentando uma relação intrínseca entre esses três conceitos: sociedade civil, democracia e comunicação pública” (GIL, 2013, p.3).

Prova disso, é que a essência da comunicação pública pode ser considerada como a mesma da democracia, que seria a publicidade, ou seja, não havendo segredo e sendo totalmente transparente, além de justificar opiniões, pois de acordo com Gil e Matos (2013, p. 102) apud Matos (2009) o que está em jogo não diz respeito apenas à relação entre governo e o povo, mas principalmente entre o Estado e a sociedade, a justificativa para a comunicação pública estar inserida na democratização do país.

Zémor (1995) aponta que existem cinco categorias da Comunicação Pública, cada uma de acordo com sua missão, sendo que a primeira responde a obrigação das instituições públicas levarem as informações aos seus diversos tipos de público; a segunda estabelece basicamente um diálogo entre o Estado e o cidadão de forma que o serviço público atenda as necessidades do cidadão da melhor forma possível; a terceira categoria apresenta e promove os serviços que são oferecidos pela administração pública aos cidadãos; a quarta categoria pretende tornar conhecidas às instituições públicas nos âmbitos internos e externos, através da comunicação; e na última e quinta categoria tem-se o desenvolvimento de campanhas de informações acompanhadas de ações e comunicações para o interesse em geral.

Segundo Bernardes (2008) podem ser considerados como princípios da comunicação pública o direito do cidadão à informação; o dever do Estado de informar; o zelo do Estado pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social; o fato de não se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos; a promoção do diálogo e da interatividade entre sociedade e governo; o estímulo do envolvimento do cidadão com as políticas públicas; oferecer serviços públicos com qualidade comunicativa; agir com ética, transparência e verdade, além de oferecer a oportunidade de ter o envolvimento do cidadão nas políticas

públicas. Já suas principais funções de acordo com Duarte (2009), seriam a de informar, escutar o público alvo, considerar a relação social com os cidadãos e assim estabelecer diálogos.

Segundo Souza (2006, p. 7), em relação as políticas públicas,

Não existe uma única, nem melhor, definição sobre o que seja política pública. Mead (1995) a define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas e Lynn (1980), como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. Peters (1986) segue o mesmo veio: política pública é a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos. Dye (1984) sintetiza a definição de política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”. A definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz (SOUZA, 2006, p.7).

Para Granato (2013) em instituições públicas, geralmente a comunicação está diretamente ligada às ações e planejamento estratégico da entidade, visto que a eficiência, eficácia e prontidão dos serviços que vão ser prestados a população, dependem diretamente desse trabalho comunicacional. O procedimento fundamental para se reconhecer a ação comunicacional nessas instituições, seria compreender que a comunicação precisa ser discutida e ser vista como uma política pública essencial para um bom funcionamento desse órgão.

Dessa forma, baseado em Castilho e Mian (2013), a comunicação possui um papel muito importante dentro da área pública, visto que cabe a ela o papel de estruturar políticas públicas que visem principalmente criar mecanismos para assim levar e também trazer conhecimentos da sociedade em geral, de forma simples, clara e objetiva, levando o que ocorre e o que está produzindo nas universidades, por exemplo, e o que a comunidade pensa sobre essas produções.

O objetivo principal e a essência do sistema de ensino nas universidades segundo Costa (2012) seria o conhecimento e nenhuma organização consegue trabalhar de forma tão avançada e forte as pesquisas como forma de ampliar e ramificar o conhecimento como as universidades, principalmente por conta do apoio de agências de fomento que essas instituições vêm recebendo ultimamente.

Esses recursos que subsidiam essas pesquisas nas universidades, em sua grande parte, para não dizer total, vêm diretamente ou indiretamente da sociedade, sendo assim os resultados desses investimentos feitos pelo cidadão deveriam voltar para a sociedade em forma de prestação de contas sobre essa verba investida. Porém o que se percebe, em geral, é que “boa parte do que acontece na instituição de ensino e sua função quanto produtora de Getec, v.4, n.8, p.01-21 /2015

conhecimento para desenvolvimento regional não ultrapassa os muros das universidades” (CASTILHO; MIAN, 2013, p. 6).

Será visto no próximo capítulo uma discussão sobre ciência, tecnologia e divulgação científica, assim como suas semelhanças e igualdades com comunicação pública.

4 CIÊNCIA, TECNOLOGIA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A ciência tem como característica trabalhar para a humanidade, sempre em prol do benefício do homem e para a libertação do homem de seu trabalho, sendo que assim, os cientistas, devem ter em mente e refletir sempre as consequências, sejam elas sociais, econômicas ou políticas que suas pesquisas podem causar a humanidade.

Conforme Caldas (2010) especialistas de diferentes áreas são os responsáveis diretos pela construção do conhecimento científico que deve obedecer algumas normas para assim ser considerado como tal, sendo que precisa ser sistematizado, rigoroso, metódico, justificável, demonstrável, organizado, objetivo e acima de tudo, racionalmente elaborado. Porém, como toda atividade humana, a ciência não possui uma única verdade e ou verdades absolutas.

A ciência pode assim ser considerada conforme Kneller (1980) como o conhecimento da natureza e conseqüentemente a exploração desse conhecimento adquirido. No entanto, essa exploração pode envolver muitas variáveis, como o momento histórico, métodos de investigação e os próprios investigadores envolvidos no processo. Nos tempos atuais a ciência vem sendo considerada também como uma força cultural de extrema importância e uma fonte de informações cada vez mais indispensável à tecnologia e suas funções.

Para Costa *et al* (2010) a ciência e a tecnologia andam juntas, pelo fato de partirem do mesmo pressuposto, tendo como base a observação empírica e o conhecimento de causa natural, entretanto trazem algumas diferenças em alguns aspectos, tais como o fato da tecnologia não estar relacionada diretamente com a verdade, como a ciência costuma se “auto definir”, mas sim com a utilidade, com o controle, ao contrário da ciência que sempre busca o saber.

Tanto a ciência, quanto a tecnologia, de acordo com Franco (2013), podem ser consideradas temas de interesse público, devido à importância no contexto atual. Normalmente elas são desenvolvidas dentro de universidades e centros de pesquisas e devem ser devidamente comunicada, ou seja, a comunicação pública da ciência precisa ser uma prática pressuposta por estas instituições, pois a comunicação pública de ciência e tecnologia faz com que, de um lado, haja a divulgação de informações de interesse público e de outro, Getec, v.4, n.8, p.01-21 /2015

com que o receptor exerça seu direito de receber essas informações, tendo oportunidade de participar do debate na esfera pública.

Para Costa *et al* (2010) nessa representação, a ponte que colocaria cientistas e público em um mesmo nível seria a comunicação, fazendo com que a ciência e tecnologia estivessem diretamente ligadas a cientistas e ao público, em dois papéis: interferindo e sofrendo interferências de ambos, principalmente nos tempos atuais, com a ampliação dos meios de comunicação e das formas de disseminação de informações em diferentes suportes, possibilitando assim que todos tenham o acesso à informação e, conseqüentemente, uma perspectiva maior de conhecimento e saber.

Dessa forma, cada vez mais se torna necessário a divulgação da ciência para o público para que ele possa ter um maior acesso e conseqüentemente participar dos processos de debates e decisões. Sendo assim, de acordo com Carvalho e Cabecinhas (2004) as opiniões públicas, que seriam aquelas opiniões vindas dos cidadãos, deveria ser “qualificada”, “alfabetizada” para que por meio das representações sociais, ela pudesse se tornar um sujeito com voz ativa no processo de formulação de novas políticas públicas de ciência e tecnologia, além de participação em debates e tomadas de decisões importantes para a área e o país em geral.

Portanto, a melhor forma de aproximar os públicos e a ciência, seria segundo Fernandes (2011) através de uma comunicação científica, que fosse objetiva e acessiva a todos. As políticas em prol da comunicação da ciência vêm ganhando uma significativa influência na medida em que se tem defendido a necessidade de mais e melhores comunicações, entre cientistas e leigos, sendo que na maioria das vezes, podemos dizer divulgação.

Essa importância de comunicar a ciência, as dificuldades enfrentadas nessa prática, as políticas existentes e que apoiam essa divulgação, a maneira como é trabalhada essa comunicação e quais os papéis dos divulgadores e atores envolvidos, será abordado e discutido no próximo tópico.

4.1 Comunicação Científica

A comunicação científica, muitas vezes também mencionada e definida como divulgação científica, vem sendo usada desde os primórdios da ciência, fazendo uma distinção entre a ciência relacionada às produções do conhecimento científico e o público, fazendo com que a partir dessa diferenciação o público é colocado de fora do processo de produção científica, que foi inicializado com a formação de uma comunidade científica, ou seja, “com a Getec, v.4, n.8, p.01-21 /2015

institucionalização da ciência enquanto atividade com participantes específicos, regras e práticas acordadas, que a separam das demais atividades” (FERNANDES, 2011). A partir dessa separação, ocorrida no século XVII, se tornou constante o esforço para se divulgar ciência ao público.

A definição para comunicação científica atualmente seria basicamente, conforme Brandão (2006), como uma comunicação que envolve diversas atividades e estudos que tem como objetivo maior criar canais onde possa ocorrer a integração da ciência com o cotidiano das pessoas na sociedade, ou seja, poder despertar o interesse do público por assuntos científicos e conseqüentemente encontrar respostas para as curiosidades existentes em cada cidadão.

Segundo Fernandes (2011) a comunicação científica não pode ser vista somente como uma “partilha de saber”, que poderia ser definido como o compartilhamento de informações ou informações de conhecimentos dos cientistas aos leigos, mas deve ser vista principalmente como um discurso sobre a ciência, onde se busca deixá-la acessível a todos, não sendo considerado o seu conteúdo, mas principalmente seu papel social, fazendo com que essa comunicação não seja considerada como um fenômeno comunicacional.

Produzir e difundir o conhecimento científico seria muito mais que simplesmente comunicar seus resultados, pois de acordo com Brandão (2006), esses atos incorporam uma série de preocupações tais como sociais, políticas, econômicas que ultrapassam os limites da ciência, obrigando as instituições a estenderem essa divulgação além de suas áreas. Desse modo, é extremamente importante que o campo científico e o campo comunicacional estejam cada vez mais próximos e unidos em prol desse ideal de divulgação.

A comunicação da ciência poderia ser vista, sem problemas, como uma espécie de estratégia, considerando toda uma dimensão política e educacional. Essa divulgação estratégica seja em sua dimensão midiática, ou nos diferentes formatos e estratégias da expressão pública de Ciência e Tecnologias devem ser elaboradas com ênfase para análise de conteúdos e os impactos que os mesmos podem causar junto à sociedade.

Assim a comunicação científica utiliza de variados instrumentos para se trabalhar seu ideal, que vão desde “metodologias tradicionais de informação tecnológica para comunidades, técnicos e autoridades até às novas tecnologias que são hoje a grande responsável pela rápida expansão da rede de cientistas e divulgadores” (BRANDÃO, 2006, p. 11).

Para realmente ocorrer uma comunicação científica, uma matéria jornalística deveria atender pelo menos ter um dos seguintes pré-requisitos, conforme Ramalho *et al* (2013) tais

como mencionar cientistas, pesquisadores, professores universitários ou especialistas em geral (desde que aparecessem vinculados a uma instituição científica, a uma universidade e comentassem obrigatoriamente temas relacionados à ciência) que estejam participando da pesquisa ou simplesmente mencionar instituições de pesquisa e universidades; mencionar dados científicos ou resultados de investigações; mencionar política científica utilizada; ou tratar de divulgação científica.

Geralmente a comunicação da ciência é feita nos meios de comunicação através de telejornais, como notícias daquela pauta, mas Carvalho e Cabecinhas (2004) propõem que essa comunicação pode ser feita através de outros formatos, como por exemplo, através de debates realizados em programas ou em programas infantis e juvenis que na maioria dos casos, possui grandes influências na construção de representação da ciência.

O conceito de comunicação científica no Brasil, nos dias atuais, é bem homogêneo, sendo definido basicamente como:

[...] toda atividade de explicação e difusão dos conhecimentos, da cultura e do pensamento científico e técnico, sob duas condições: fora do ensino oficial ou equivalente e sem o objetivo de formar especialistas. Assim, desenvolve duas funções: a de ensinar, seja, suprimindo ou ampliando a escola e de fomentar o ensino (MARANDINO et al, 2012, p.5)

De acordo com Massarani (2012) a comunicação científica no Brasil possui pelo menos dois séculos de existência, sendo que os profissionais que realizam essa comunicação alteraram suas motivações no decorrer do tempo e passaram a usar a ciência, como uma aliada, ou seja, como uma importante ferramenta para superar problemas sociais e de subdesenvolvimento existentes no país. Em relação ao Estado, a divulgação científica teve maior força, a partir do ano de 2003, quando foi criado o Departamento de Popularização, Difusão da Ciência e Tecnologia no Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação.

Dessa forma, com a comunicação científica sendo realizada, podemos verificar como essa comunicação científica pode ser abordada junto a comunicação pública, gerando assim a comunicação pública da ciência, em instituições públicas e universidades, por exemplo, gerando dessa forma uma espécie de “prestação de contas” para a comunidade, visto que grande parte das pesquisas desenvolvidas atualmente são financiadas pelo governo ou agências de fomento, ou seja, com dinheiro público.

Portanto, a comunicação pública da ciência funcionaria como uma “voz” onde cientistas financiados pela sociedade prestariam suas contas, mostrando os resultados obtidos

com suas pesquisas e a sociedade assim participaria de forma mais ativa do desenvolvimento e políticas públicas implantadas para disseminação e fortalecimento da ciência e tecnologia no país.

5 METODOLOGIA

Através das aulas de *Procedimentos Metodológicos de Pesquisa*, durante o primeiro semestre do curso de *Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação*, no ano de 2013, foi possível entender um pouco mais sobre o que seria a metodologia, quais seriam os seus processos e como poderia ser desenvolvida e aplicada em projetos, teses, trabalhos acadêmicos. Além disso, pude conhecer e entender melhor cada tipo de pesquisa que poderia ser aplicada e quais as indicadas para cada tipo de trabalho desenvolvido.

Metodologia que é uma palavra de origem latina e derivada da palavra método pode ser definida como o caminho para se chegar a um determinado fim e conseqüentemente alcançar um conhecimento por meio do método. Em outras palavras, a metodologia seria uma espécie de detalhamentos de como a pesquisa será conduzida e desenvolvida, quais os instrumentos utilizados, além de apresentar o que foi feito, o que será feito e o que se pretende desenvolver e alcançar com a pesquisa, mostrando os caminhos que serão trilhados para isso.

Esse trabalho de pesquisa de conclusão de curso, que é um dos requisitos obrigatórios para finalização do curso de *Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação*, será realizado através de uma pesquisa aplicada, descritiva, documental, qualitativa e de campo, sendo que dentro da pesquisa de campo, ainda teremos a modalidade de entrevistas.

Trata-se de uma pesquisa aplicada, pois será feita uma investigação, em torno de um tema, para comprovar ou rejeitar algumas hipóteses de modelos já existentes e utilizados em outras situações por outros pesquisadores, tais como Duarte (2009), Brandão (2006), Matos (2013), entre outros. Nesse caso os modelos já existentes seriam as definições sobre comunicação pública e comunicação científica, que serão utilizadas para averiguar se a comunicação praticada na Universidade Federal de Uberlândia está de acordo com o que é definido por esses e outros especialistas.

A pesquisa será descritiva, pois os resultados derivam de observações, e descrevem os fenômenos por meio de registros, de análises, de coleta de dados, além de interpretação de dados. Esse momento se dará durante a pesquisa de campo a ser realizada na Universidade Federal de Uberlândia, onde será feita essa observação, para depois ocorrer a descrição de

como ocorrem os processos de comunicação no departamento, nesse caso, na Diretoria de Comunicação Social (DIRCO).

Trata-se de uma pesquisa documental, pelo fato de ocorrer análises de documentos tais como: leis, portarias, planos de comunicação (se existir), entre outros, no decorrer da pesquisa de campo, com o principal fim de identificar informações baseadas em questões e hipóteses norteadoras. Os documentos serão analisados nos arquivos existentes na Universidade visando identificar se a instituição possui algum plano de comunicação pré-definido, se possui leis e políticas para a instauração de uma comunicação pública da ciência eficaz.

Em relação a ser uma pesquisa qualitativa, se deve pelo fato de trabalhar os dados qualitativamente, onde as informações obtidas não são quantificáveis, ou seja, não serão utilizados dados da área das exatas, tais como cálculos, fórmulas, mas sim informações, descrições, comparações e interpretações.

A pesquisa começou a ser feita em meados do ano de 2013, entre o primeiro e o segundo semestre do curso, a partir de um levantamento bibliográfico, onde se teve como principal intuito compreender com uma maior profundidade e autoridade sobre as definições e conceitos de comunicação organizacional, comunicação pública, ciência & tecnologia (C&T), comunicação científica, dentre outros.

Foram feitas pesquisas em diversos livros que foram disponibilizados pela orientadora ou emprestados na biblioteca da Universidade; matérias jornalísticas em pesquisas pela internet ou por indicação da orientadora; trabalhos acadêmicos sejam através de pesquisa pela internet ou também disponibilizados pela orientadora; e artigos dos principais teóricos da área, de pesquisadores sobre o tema, encontrados em pesquisas pela internet, onde se utilizou as palavras chaves: comunicação pública; comunicação científica; comunicação organizacional; ciência; tecnologia.

Todo esse material levantado foi lido, onde ocorriam separações e destaques de trechos importantes e um fichamento ao final da leitura de cada texto, além de observações de onde poderia ser usado, por exemplo, quais os principais pontos e quais as características de cada termo de acordo com o autor, facilitando assim a escrita, quando fosse feita, além de obter um rico material que já serviu e ainda servirá para a redação de artigos e outras “sub-pesquisas” dentro do tema escolhido.

A partir dessa leitura, foi possível também escrever os artigos que eram trabalhos obrigatórios como requisito para obter créditos nas disciplinas cursadas. No primeiro e

segundo semestre foram feitos cinco artigos para conclusão de cada disciplina, sendo que o material e as leituras em muito ajudaram para a escrita desses artigos.

Em paralelo com as leituras individuais, a professora orientadora criou um grupo de estudos, onde uma vez por semana, orientandos que estavam pesquisando sobre o tema, faziam uma troca de experiências e conhecimentos, através da exposição do que estava sendo feito, lido e pesquisado, amadurecendo assim a ideia sobre as variáveis criadas ao redor do tema e conhecendo as diversas facetas do tema.

Essas referências que foram levantadas, pesquisadas e que gerou o conteúdo conceitual desse trabalho, tratando sobre comunicação organizacional, comunicação pública, ciência & tecnologia e comunicação científica foram utilizadas com o principal fim de justificar os processos de comunicação aplicados e praticados na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) com vistas à Comunicação Pública da Ciência.

A partir disso, é possível conseguir identificar quais seriam os processos realizados, quais os processos que estão corretos de acordo com as definições e métodos usados, quais seriam os processos que poderiam ser melhorados e a partir disso, se os processos não atenderem o que seria considerada como a melhor opção, seria possível propor novos métodos e processos para assim se obter e praticar uma comunicação pública eficaz dentro da instituição.

Além disso, para poder ter um êxito maior nas observações e conclusões, ou seja, para poder absorver o máximo do que for observado nas pesquisas de campo, é necessário ter um mínimo de compreensão sobre ciência e tecnologia, tais como o que elas representam e como deveriam ser feitas as comunicações ou divulgações em torno dessas duas conceituações e suas variáveis.

A partir desses conhecimentos adquiridos através do referencial teórico encontrado no levantamento bibliográfico, será possível observar e verificar se o que se propõe na comunicação científica já ocorre na Universidade como propõe os especialistas, e se for verificado que ela ainda não ocorre, através dessas referências será possível montar um fluxograma com o plano de processos a ser aplicado para ocorrer à comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

Já a pesquisa de campo, será feita no intuito de observar, analisar e descrever os fatos e processos comunicativos da instituição e conseqüentemente a forma que eles ocorrem em seu ambiente, onde não será possível isolar, interferir e nem se controlar as variáveis dentro

dos processos observados, mas sim as perceber e estudar as relações que poderão ser estabelecidas a partir delas.

Os próximos passos dessa pesquisa será a coleta de dados nas dependências da Universidade Federal de Uberlândia, posteriormente o tratamento desses dados colhidos, para a partir desse momento ser possível fazer a construção de um fluxograma indicando todos os processos de comunicação observados na universidade durante a pesquisa de campo e assim ser possível a criação de um plano de aplicação, indicando qual poderia ser o melhor processo de comunicação a ser aplicado na universidade, a partir dos resultados obtidos, tudo isso sendo feito através de fluxogramas.

Nesse momento de coleta de dados, além das observações a serem feitas no departamento de comunicação, pretende-se fazer entrevistas semiestruturadas, onde o entrevistador indicará o tema e o entrevistado a responderá de acordo com o que for proposto, sendo que é possível inserir novas perguntas no decorrer da entrevista, ou seja, de acordo com o direcionamento que a conversa for tomando.

Com as entrevistas buscaria questionar, clarear e entender os seguintes pontos: existe política de Comunicação Pública da Ciência na Universidade Federal de Uberlândia? Quem são as pessoas, atores envolvidos nesse processo de Comunicação da Ciência? Qual o fluxo dessas informações até se tornarem a Comunicação Pública da Ciência da Universidade a seu público?

Essas entrevistas serão realizadas em um primeiro momento com o reitor da Universidade, podendo ser substituído pelo reitor em exercício no momento, em caso de força maior, onde será questionado institucionalmente falando o que a UFU pensa sobre a comunicação e como a administração/reitoria vê a comunicação na Universidade. Além disso, pretende-se argumentar se a instituição possui um plano e/ou políticas de comunicação e se são cumpridos.

Logo após, será feita a entrevista com os gestores do departamento de comunicação da Universidade Federal de Uberlândia, aonde irá se averiguar o que o departamento de comunicação, pensa sobre a comunicação na UFU.

Dessa forma, será possível observar e conhecer como é de fato, a rotina de comunicação, como são os serviços prestados, a filosofia organizacional e da dinâmica entre seus públicos interno e externo, desde a direção geral da Universidade até o seu departamento específico de comunicação.

Tanto na pesquisa documental, quanto nas entrevistas, os principais pontos a serem relacionados estão relacionados com:

- ✓ Realização de levantamento sobre as diretrizes da instituição acerca das suas políticas de comunicação.
- ✓ Existência e viabilidade de um plano de comunicação da Instituição.
- ✓ Busca de indicadores ou ferramentas utilizadas para a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

Esse fluxograma a ser montada com os processos encontrados e as propostas a serem feitas, terá o intuito de mostrar todo o fluxo, do início até o final dos processos comunicacionais dentro da Universidade, considerando o início do processo ser quando o cientista entra em contato com a Diretoria de Comunicação por um dos canais de comunicação disponibilizados pelo departamento ou quando o jornalista busca um contato com o cientista, pelo fato de ter tido alguma informação sobre alguma pesquisa que está em desenvolvimento ou em fase final de conclusão.

Já o final do fluxograma poderia ser considerado quando a nota, notícia ou comunicado, dependendo do tipo de comunicação usada, for publicado seja nos canais de comunicação oficial da instituição, ao seu público externo ou pela imprensa e assim atingir aos seus mais variados tipos de público, seja ele interno ou externo. Através desse fluxograma será possível verificar se existem gargalos na comunicação da UFU e se existir, posteriormente será elaborado um plano, como dito anteriormente, através de fluxograma, indicando quais seriam os melhores fluxos para que a instituição pudesse trabalhar a comunicação pública da ciência.

Dessa forma seria possível verificar como são feitas as publicações dessas matérias, para quem, para onde são enviadas essas comunicações, quais os canais de comunicação usados pela instituição, além de verificar se nesse processo ocorre um engajamento social entre a instituição e a sociedade, ou seja, verificar se a matéria é construída pensando nos cidadãos que são os financiadores dessas pesquisas.

Dessa forma, basicamente a pesquisa consistiria em averiguar juntamente a administração e departamento de comunicação da Universidade se a comunicação da ciência, através da comunicação pública existe e tem voz dentro da instituição, se ela está engajada na comunicação da instituição e se é realizada de acordo com as teorias estudadas.

Após passar por todos esses caminhos e pesquisa de campo, seria possível analisar os dados, tratá-los, fazer as análises em torno das conceituações e do que foi encontrado, e a

partir disso, fazer a escrita do restante da pesquisa, ou seja, as análises, interpretações, conclusões e fluxogramas encontrados durante a pesquisa. A base de dados será formada pelos dados coletados junto aos entrevistados e as pesquisas documentais e de observação.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem**. São Leopoldo: Ed. da Unisinos, 2000. p. 13-39.

BERNARDES, Cristiane Brum. **O conceito de jornalismo público nos veículos da Câmara dos Deputados**. *Revista PJ:Br*, São Paulo, v. 10, p. 10, 2008.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2006.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e prática**. Barueri: 2003.

CALDAS, Graça. **Divulgação Científica e Relações de Poder**. *Inf.*, Londrina, v. 15, n. esp, p.31-42, 2010

CAMARGO, Suelen Fernanda de; RODELLA, Cibele Abdo. **Comunicação pública como diretriz para assessorias de imprensa das câmaras de vereadores em cidades de pequeno porte: uma proposta de trabalho**. *Identidade Científica*, Presidente Prudente-SP, v. 1, n. 2, p. 213-227, jul./dez. 2010.

CARVALHO, A. e CABECINHAS, R. (2004) “**Comunicação da ciência: perspectivas e desafios**” *Comunicação e Sociedade* 6, pp. 5-10, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Braga e Campo das Letras, Porto

CASTILHO, Alessandra de; MIAN, Mariella Batarra. **A Comunicação Pública à Caminho da Democracia: Análise da implantação da Lei de Acesso à Informação na Universidade Federal do ABC**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

COSTA, Sely M.S. **O novo papel das tecnologias digitais na comunicação científica**. CID/UnB, 2012.

COSTA, Antonio Roberto Faustino da; MAZOCCO, Fabrício José; SOUSA, Cidoval Morais de. **Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático**. *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, jul./dez. 2010.

DIAS, Heloiza. **A comunicação no ministério da agricultura, pecuária e abastecimento**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005. Dissertação de Mestrado.

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

ANJOS, M. A. D.

FERNANDES, Joana Lobo. **Perspectivas sobre os discursos da divulgação da ciência.** Exedra, número especial, 2011.

FRANCO, Melina Paixão. **Comunicação Pública da ciência:** releases e reportagens sobre a UFU no Correio de Uberlândia. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.

GIL, Patricia Guimarães. **A comunicação pública no desenvolvimento do turismo regional: uma questão de direitos e oportunidades de deliberação.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

GIL, Patrícia Guimarães; MATOS, Heloiza. Quem é o cidadão na Comunicação Pública? Uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde. In Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

GRANATO, Mariany Schievano. **Comunicação pública e políticas públicas: análise do portal eletrônico da Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

KNELLER, G. F. **A ciência como atividade humana.** Rio de Janeiro: Zahar, Edusp, 1980.

KOÇOUSKI, Marina. **Comunicação Pública: Construindo um Conceito.** In Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas.** In Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013. 288p.

LOPES, Brenner; AMARAL, Jefferson Ney; CALDAS, Ricardo Wahrendorff. **Políticas Públicas: conceitos e práticas.** Belo Horizonte : Sebrae/MG, 2008. 48 p

MARANDINO, Martha; SILVEIRA, Rodrigo V.M. da; CHELINI, Maria Julia; FERNANDES, Alessandra B.; RACHID, Viviane; MARTINS, Luciana C.; LOURENÇO, Márcia F.; FERNANDES, José A.; FLORENTINO, Harlei A. **A educação não formal e a divulgação científica: o que pensa, quem faz?** IV Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências, 2012.

MASSARANI, Luisa. **Comunicação da ciência e apropriação social da ciência: algumas reflexões sobre o caso do Brasil.** Uni-pluri/versidad, Vol. 12, N.º 3, 2012.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares – INTERCOM,** 1999.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Comunicação organizacional e comunicação pública: interações, convergências e conflitos em ações voltadas à saúde pública.** In Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

RAMALHO, Marina; MASSARANI, Luisa; ARBOLEDA CASTRILLÓN, Tania; POLINO, Carmelo; VARA, Ana María; CRÚZ-MENA, Javier; HERMELIN, Daniel; CEVALLOS, María del Carmen; CASTELFRANCHI, Yuriy; OCA, Acianela Montes de; REVUELTA, Gema; MOREIRA, Ildeu de Castro. **Ciência em Telejornais: Uma Proposta de Ferramenta para Análise de Conteúdo de Notícias Científicas.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

SEABRA, Diana Filipa dos Santos. **O envolvimento dos jovens em conteúdos de ciência online.** 2012.

SICA, Laura Carvalha. **Planejamento de Comunicação – Estruturas Teóricas e Práticas.** Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres – XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002.

SOUZA, Celina et al. **Políticas públicas: uma revisão da literatura.** Sociologias, v. 8, n. 16, p. 20-45, 2006.

ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995, tradução resumida do livro da Prof. Dra. Elizabeth Brandão.