



A Divulgação Científica na Universidade Pública: Case Universidade Federal do ABC ¹

Alessandra de CASTILHO ²
Universidade de São Paulo - USP
Júlio Francisco Blumetti FACÓ ³
Fundação Getúlio Vargas - FGV

Resumo

Este artigo aborda a relação das universidades públicas com a sociedade civil, no que se refere, especialmente, ao seu processo de divulgação científica. Também faz uma reflexão sobre a responsabilidade social da imprensa e da universidade, e também sobre o relacionamento entre jornalistas e cientistas quando o assunto é a divulgação das pesquisas visando à democratização do conhecimento. Este trabalho estuda também os resultados das ações de divulgação científicas adotadas por uma universidade que, apesar de bastante jovem, começa a enxergar a comunicação como atividade estratégica para tornar pública suas atividades de Ensino, Pesquisa, Extensão. Aqui você verá um diagnóstico sobre o processo comunicacional da Universidade Federal do ABC, apontando lacunas e oportunidades para aprimoramento de sua divulgação científica.

Palavras-chave

Divulgação científica; Jornalismo científico; Universidade; Sociedade; Comunicação

Introdução

Nenhum conjunto de organizações trabalha tão fortemente a pesquisa como forma de ampliar o conhecimento como as universidades. O conhecimento é o objetivo principal e a essência do sistema de educação superior, independente do país ou estrutura social. Isso porque as produções e resultados advindos de pesquisadores que estão na educação

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, especialista em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo e graduada em Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. Chefe de Assessoria de Comunicação e Imprensa da Universidade Federal do ABC. Pesquisadora nos temas: Comunicação Pública, Divulgação Científica e Comunicação Política. Email: ale_castilho@hotmail.com.

³ Doutor e Mestre em Gestão de Operações e Inovação pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV). MBA em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Atualmente é professor do Centro de Engenharia Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do ABC (CECS - UFABC) e professor-pesquisador do Núcleo de Inovação Tecnológica da UFABC (NIT - UFABC). Pesquisador nos temas: Desenvolvimento de Novos Produtos, Organizational Innovativeness e Operations and Supply Chain Management.



superior são considerados como avanços nos campos da Ciência e Tecnologia. Além disso, o conhecimento proveniente da ciência e aplicado na sociedade, conseqüentemente resulta na atração de mais investimentos para a própria ciência.

Hoje ainda temos poucos exemplos eficientes de universidades que conseguem estabelecer políticas de divulgação das suas produções científicas. Por isso, este artigo propôs como problema de pesquisa avaliar quais os temas ou assuntos presentes na cobertura das mídias impressa e eletrônica em relação à UFABC durante 2010, tendo em vista a importância da Universidade como espaço de produção de pesquisa e conteúdo científico. Além disso, a Universidade Federal do ABC está inserida em uma região com características industriais, porém carente de instituições voltadas à pesquisa.

A pesquisa nas universidades públicas

A universidade pública, segundo Mendes, “é uma instituição de apoio ao desenvolvimento econômico e social, que contribui como elemento crítico e inovador para a interpretação e compreensão dos diversos momentos da história da sociedade”. Sua função está centrada em três pilares: ensino, pesquisa e extensão.

A universidade não pode se isolar do mundo em que vivemos hoje. Tem de estar presente e atuar de forma que seu ensino, sua pesquisa e seus serviços de extensão atendam às exigências dos novos tempos, sob a perspectiva de um enfrentamento dos problemas da estrutura socioeconômica vigente (KUNSCH, 1992, p.23).

É, portanto, evidente que o papel das universidades públicas está relacionado à produção de conhecimento através de suas pesquisas. Isso ocorre, entre outros motivos, por conta do grande apoio das agências de fomento. A universidade deve servir ao desenvolvimento nacional e regional, integrando e interagindo-se com a sociedade por meio da produção científica e, conseqüentemente, da transmissão do conhecimento que é gerado pelos seus pesquisadores.

A finalidade primordial da universidade é a produção de conhecimento, a pesquisa científica, a procura dos princípios e mecanismos que conduzam à inovação tecnológica, os estudos literários, as especulações filosóficas e a criação artística. A investigação nos domínios da ciência e da cultura são os postulados da universidade que contribuem para a formação do cidadão



possibilitando-lhe o exercício de funções especializadas em todas as áreas das humanidades, da ciência e tecnologia (LOPES, 198, p.214)

Como função social, a universidade deve focar suas pesquisas no levantamento dos problemas da sociedade e na proposta de soluções devidamente contextualizadas. Por isso, ela não deve somente reproduzir conhecimento, mas também gerar conhecimento visando solucionar estes problemas locais.

A divulgação científica (conceito e panorama geral)

Em março de 2011, no discurso de recepção do presidente dos EUA Barack Obama, a presidente Dilma Rousseff destacou que o Brasil é um dos países em que os investimentos em pesquisa e desenvolvimento mais crescem no mundo. Essa afirmação é constatada pelo Conselho de Ciência e Engenharia dos Estados Unidos que apresentou, no início de 2010, o resultado do seu relatório bianual que tem como foco central os Estados Unidos, mas que quando realizadas comparações internacionais, o Brasil se destaca em alguns índices.

Segundo o relatório, o Brasil é um dos países em que os investimentos em pesquisa e desenvolvimento mais aumentam no mundo, alcançando um crescimento calculado em 10% por ano. O relatório do comitê americano, que utiliza dados da Unesco uma vez que o país não faz parte das estatísticas oficiais (participam do OCDE – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico, clube dos países ricos, apenas seus membros e alguns países selecionados), apresenta Brasil e Índia entre os países com o melhor desempenho quando o tema é investimento em P&D.

Segundo relatório divulgado em 2010 da UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura) sobre Ciência, que analisa a ciência em torno do mundo, o Brasil avançou nos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Foram US\$ 23 bilhões gastos em 2008, algo comparável aos investimentos da Espanha (US\$ 20 bilhões) e Itália (US\$ 22 bilhões) em termos absolutos. No relatório o Brasil ocupa o 13º lugar no ranking mundial de produção científica.



Em reportagem da Agência EFE, reproduzida pela Folha de S. Paulo, sobre o relatório divulgado pela UNESCO, o Brasil aparece como o detentor de 60% dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento da América Latina. Outro ponto dessa matéria que merece ser destacado por conta do foco deste artigo é a informação de que as universidades representam 40% dos investimentos em P&D financiados com fundos estatais.

Estes dados mostram a função social da Divulgação Científica, que nada mais é que a de prestar contas à sociedade civil dos investimentos que dela saem para geração de conhecimento que para ela deve voltar, em forma de produção científica e, conseqüentemente, desenvolvimento do país.

A divulgação científica deveria ser parte fundamental da política de comunicação de todas as instituições de ensino superior, em especial das instituições públicas. Isso porque a produção de conhecimento realizada nas universidades está intrinsecamente ligada aos investimentos dos órgãos públicos de fomento à pesquisa. Portanto, os recursos que subsidiam as pesquisas vêm, direta ou indiretamente, da sociedade e os resultados desse investimento precisam e devem voltar para ela. A divulgação científica precisa ser entendida, então, como a forma de prestar contas à sociedade dos investimentos realizados por ela. Fávero (1989) afirma que

da mesma forma que a universidade deve se voltar e se preocupar com a criação, a produção de conhecimento, a busca de saber, necessita também pensar em como disseminar competentemente esses conhecimentos. Tem de assumir que a socialização do conhecimento por ela produzido não é só um dever, mas um determinante ao se pretender uma universidade democrática.

Bueno (2011), em artigo publicado em seu blog de jornalismo científico, atentou para o problema existente hoje da ausência de uma cobertura sistemática de ciência e tecnologia, desmontando teses antes levantadas do baixo interesse do brasileiro para este tipo de informação. O especialista utilizou dados de pesquisa realizada pelo Ministério de Ciência e Tecnologia para mostrar o interesse nacional pela ciência e tecnologia, comparado ao interesse pelo esporte. Sobre a pesquisa, Bueno afirma que

o brasileiro, em grande parte, acredita também que os cientistas devam ser olhados com atenção (...). Mais ainda: 89% dos entrevistados julgam que a sociedade deve ser ouvida nas grandes decisões sobre os rumos da ciência e da tecnologia. Ou seja,



confirma-se a tese de que a ciência e a tecnologia não devem permanecer restritas a um grupo de privilegiados.

Ainda segundo o autor, a pesquisa do MCT traz dados relevantes para quem ainda questiona a importância da divulgação científica. Um deles é referente à capacidade do brasileiro de entender a ciência e tecnologia. Para 81% dos entrevistados é possível compreendê-las se “o conhecimento específico for bem explicado”. Mais que compreender, a pesquisa mostra, segundo Bueno, que há um anseio da sociedade em contribuir com os pesquisadores. Na pesquisa, 89% dos entrevistados julgaram que a sociedade deve ser ouvida nas grandes decisões sobre os rumos da ciência e da tecnologia, confirmando a tese de que essas discussões não devem permanecer restritas a um grupo privilegiado.

Portanto está claro que as universidades, vistas como geradoras de conhecimento, precisam evidenciar seu caráter de prestação de serviço à comunidade, buscando aproximar ou trazer à opinião pública as pesquisas, discussões e progressos gerados nas áreas de ciência e tecnologia. Para isso, é necessário que se mantenha uma comunicação eficiente entre a universidade e seus públicos para difundir com êxito sua produção científica, inserindo-a verdadeiramente na sociedade civil.

No mundo em que vivemos hoje, a universidade tem não só o dever, mas também a responsabilidade social de reproduzir sua pesquisa, de forma aberta, a toda a sociedade. Não se justifica mais uma produção científica enclausurada em arquivos e prateleiras, com restrito acesso de uma minoria privilegiada. É preciso democratizar a universidade. Um serviço de comunicação é o melhor caminho para a abertura de novos canais de diálogos e democracia, dentro e fora da universidade. (KUNSCH, 1992, p.27)

Porém o que se percebe é que boa parte desse conhecimento não ultrapassa os muros das universidades e não chega aos meios de comunicação que podem, e tem interesse, em compreendê-las e traduzi-las utilizando uma linguagem que seja facilmente absorvida por todos.

Principais entraves da divulgação científica



Pesquisas em comunicação têm tentando comprovar a importância da divulgação científica e, ao mesmo tempo, mapear algumas das principais barreiras que impedem a democratização das informações científicas para públicos leigos. Melo (1990, p.181), reafirma a preocupação que deve existir e o desafio à busca de uma divulgação científica mais intensa ao declarar que:

Superar a atuação isolada e individualista constitui um grande obstáculo, pela nossa tradição cultural. Contudo, é preciso removê-la, pois a pesquisa atomizada e incomunicada acarreta o desperdício de recursos e a multiplicação de esforços para conhecer fenômenos que exigem basicamente uma postura comparativa, no tempo e no espaço.

Uma dessas barreiras apontadas por autores (Belda e Albagli) é a própria elitização da linguagem utilizada, bastante técnica para a compreensão de grande parte da sociedade. Além disso, há ainda um preconceito por parte dos cientistas em disponibilizar seus estudos para a imprensa, uma vez que priorizam e julgam mais eficientes para seus objetivos a divulgação no meio científico.

O cientista pode e deve explicar o seu trabalho de um modo que o público possa entender. Todos os veículos de massa estão ao seu alcance: rádio, televisão, publicações de toda a espécie. Como cientista, usualmente ele tem uma audiência garantida. Também deve neutralizar os equívocos e representações errôneas dos veículos de comunicação de massa, trabalhando no próprio interesse. Novas drogas são frequentemente anunciadas com poderes que elas não possuem, e muitas descobertas são apresentadas com excessivo sensacionalismo (KNELLER, 1980, p.293)

Se por um lado poucos veículos de comunicações possuem editoria de Ciências e profissionais especializados em jornalismo científico, por outro lado ainda é pequeno o universo de cientistas que se dedicam a disponibilizar seu trabalho de forma acessível para a sociedade em geral.

Outro entrave está na questão do tempo necessário para a produção de uma pesquisa em comparação ao tempo do jornalismo. Enquanto o jornalista preza pelo imediatismo da informação, o que pode comprometer a qualidade da apuração e transmissão dos dados, os cientistas buscam a riqueza de detalhes e uma fidelidade à linguagem científica, ocasionando o problema citado acima.

A relação jornalista e cientista é apontada por muitos autores como o principal entrave para que se avance na divulgação científica pelos veículos não especializados. Ziman



(1981, p.134) descreveu bem algumas das discrepâncias que envolvem essa relação e a importância do estudo do tema:

Existem problemas concertos de incompatibilidade de gênios entre pesquisador e jornalista. Há uma contradição real entre o sensacionalismo e a prudência científica, entre o exagero multicolorido e a pressão cética, entre a modesta impessoalidade considerada apropriada para o cientista e o culto da personalidade exuberante, desenvolvido pela imprensa popular. Constitui-se uma deficiência da Ciência moderna o fato de que o cientista se esquivasse desse tipo de publicidade, dando assim a impressão de esoterismo arrogante, mas é preciso compreender a sua reação genuína contra o tipo de personalidade e o estilo de redação que se espera que ele adote no mundo dos veículos de comunicação de massa. É essencial que se reconheçam a profundidade e a extensão desse golfo psicológico, se alguém se dispuser a transpô-lo com sucesso.

A divulgação científica na Universidade Federal do ABC

Inaugurada no início do século XXI, a Universidade Federal do ABC nasceu com forte potencial para a inovação e diversificação. Passou a existir a partir do esforço despendido pelo Ministério da Educação que previa a expansão e ampliação da oferta de cursos superiores em instituições públicas. Os cursos oferecidos buscam o equilíbrio e a organização curricular interdisciplinar das áreas do saber no sentido de promover a educação integral, vislumbrando se tornar um pólo de referência acadêmica comprometida com o avanço do conhecimento, do desenvolvimento social e com a solução de problemas nacionais. Além disso, sua criação é resposta à luta da comunidade do ABC pela criação de uma universidade pública e gratuita na região.

Os dados de produtividade da UFABC em 2010 reconhecem, implicitamente, a contribuição dessa jovem universidade – que completa em setembro cinco anos - e de seus pesquisadores para a geração de conhecimento. Em 2010 o banco de dados Web of Science listou 236 artigos científicos com a afiliação UFABC, enquanto no banco de dados Scopus foram 300. No sistema dos Currículos Lattes constam 397 artigos completos e 19 livros publicados por pesquisadores da Universidade Federal do ABC no último ano.

Análise da Pesquisa

Para avaliar se a Universidade Federal do ABC já consegue traduzir e tornar pública suas pesquisas científicas, foi realizada uma Pesquisa Qualitativa, do tipo Estudo de Caso que, de acordo com Yin (2001, p. 32) apud Duarte (in Duarte; BARROS, 2005, p.216), “é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”.

Para a pesquisa foram analisadas todas as matérias impressas e eletrônicas da UFABC publicadas no ano de 2010, somando um total de 327 matérias. A escolha por este período é justificada pelo fato de que até 2010, a Universidade não dispunha de um serviço terceirizado de *clipping*, não tendo, portanto, em seu arquivo, grande parte das matérias veiculadas sobre a instituição.

Nós poderíamos analisar neste trabalho a divulgação científica englobando as publicações de artigos científicos em revistas científicas, apresentações em Congressos e premiações dos órgãos de fomento à pesquisa, mas a ideia é abordar a divulgação científica em sua finalidade principal, a de levar o conhecimento científico produzido na academia até a opinião pública. Por isso, escolhemos realizar uma análise da mídia “não específica”, aquela que está mais próxima da sociedade e que tem papel fundamental como ponte entre academia e sociedade, como defende Caldas (1998, p.198):

é essencial que a opinião pública compreenda os processos e os mecanismos da produção da ciência. Para isso a mídia exerce papel insubstituível. É através dela, de seus múltiplos canais, que a população é informada sobre o que se passa nos laboratórios de pesquisa ou nos gabinetes dos dirigentes de cada país.

Uma das técnicas adotadas foi a de Análise de Conteúdo, em que foi considerado o *clipping* da Universidade. A Análise de Conteúdo visa verificar hipóteses e ou descobrir o que está por trás de cada conteúdo manifesto. Baldin (1977) descreve a Análise de Conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.



Para esse trabalho, foram definidas algumas categorias de análise que nortearam o estudo do conteúdo e possibilitaram gerar o maior número de informações à custa da esquematização dos dados verificados. Berelson (1952) defende que “Os estudos (...) serão produtivos na medida em que as categorias sejam claramente formuladas e bem adaptadas ao problema e ao conteúdo (a analisar)”. Olabuenaga e Ispizúa (1989) concordam ao afirmarem que o processo de categorização deve ser entendido em sua essência como um processo de redução de dados, e que as categorias representam o resultado de um esforço de síntese de uma comunicação, destacando neste processo seus aspectos mais importantes. As categorias definidas foram: tipo de mídia (impressa ou online), tema (exatas, humanas ou biológicas), tipo de reportagem (institucional, científica, participativa⁴), se há fonte da Universidade, editoria e se a matéria foi publicada com destaque (chamada de capa do jornal ou do caderno).

Por fim, também foi adotada a técnica de Observação Participante, que segundo definição de Gil (1994) é a observação na qual existe participação mais ativa diante do ambiente que está no contexto do estudo. No caso dessa pesquisa, foi realizada a Observação Participante Natural, que Marconi e Lakatos (2006) definem como a observação participante em que o pesquisador já está inserido no grupo o qual estuda. A técnica foi utilizada para analisar as ferramentas de comunicação adotadas pela Universidade para disseminar à imprensa as informações referentes às suas produções científicas.

Resultados da pesquisa

No ano de 2010, a Universidade Federal do ABC esteve presente em 327 matérias, considerando-se as publicadas na mídia impressa e online. Para essa pesquisa não foram contabilizadas as reportagens/entrevistas concedidas à rádios, TVs e redes sociais por não haver um controle das contribuições às essas mídias.

⁴ Conceituamos como reportagem participativa aquelas em que os pesquisadores da Universidade Federal do ABC foram convidados a contribuir, como fonte, em pautas amplas que debatiam problemas urbanos. Essas matérias não se enquadram em reportagens institucionais, tampouco divulgam as pesquisas da Universidade.



Do universo de matérias publicadas em 2010, 33,6% foram veiculadas em mídia impressa, enquanto que 66,4% na mídia on-line. Outro recorte possível sobre o universo total de matérias pesquisadas, é que em 33,3% das 327 matérias os porta-vozes da UFABC foram ouvidos. Com relação às editorias, a que mais publicou informações sobre a Universidade foi a editoria de cidades, com 32,7% das matérias, seguida da editoria de educação, com 28,1%, geral (20,4%), política (8,6%) e opinião (5,2%). As demais editorias que aparecem na pesquisa somaram os 5% restantes (economia, tecnologia, carreira, ciências e cultura).

Análise de conteúdo da divulgação científica da UFABC

A informação que mais nos interessa nessa pesquisa é a referente à publicação científica. Das matérias publicadas em 2010, apenas 4,6% foi resultado da divulgação de pesquisas e estudos elaborados pelos cientistas e alunos da Universidade. Esse número, em comparação com os dados da produtividade acadêmica da UFABC em 2010, mostra que ainda há um campo enorme para trabalho de difusão científica na Universidade. Dentre as matérias que divulgaram as pesquisas e estudos realizados na Universidade, 53,3% abordaram estudos das áreas de exatas, enquanto que 26,7% foram provenientes da área de humanas e 20% de biológicas.

Ainda que não represente uma fatia muito significativa das matérias sobre a UFABC, é válido analisar as características desse grupo, com objetivo de identificá-las dentre as possibilidades possíveis e, principalmente, para construir histórico do início da divulgação científica na UFABC para posterior acompanhamento de sua evolução.

Procuramos avaliar quais as editorias que dão espaço para a divulgação científica. Portanto, neste recorte, 40% das matérias foram publicadas na editoria de cidade, e os mesmo 40% na editoria geral. Em segundo lugar aparece o caderno de educação, com 13,3% das matérias, seguido da editoria de ciências, com 6,7%. Avaliamos também o destaque dado pela imprensa à divulgação das pesquisas. Consideramos notícias “com destaque” aquelas que foram matérias de capa de jornal ou caderno, enquanto que as demais foram publicadas dentre outras matérias, sem uma visibilidade maior.



Esse item merece atenção especial, pois o resultado do levantamento mostrou que das matérias sobre pesquisas da UFABC, 46,7% foram publicadas com destaque, ou seja, foram matérias de capa ou tiveram chamadas na capa que realçaram a informação. Apenas para efeito comparativo, ao analisarmos o total de matérias publicadas em 2010 (desfazendo o recorte), apenas 8,6% obtiveram tal evidência. Este número é bastante representativo e indica que a imprensa, além de ter interesse em mostrar para a sociedade as pesquisas que estão sendo realizadas na academia, compreende que este tipo de informação merece devido destaque em detrimento de outras reportagens.

Outra análise foi com relação a presença de fontes da Universidade nas matérias científicas. Mais de 73% das matérias publicadas ouviram fontes da UFABC sobre os estudos e pesquisas. Portanto, em grande maioria das matérias a divulgação não fica baseada somente no relato da informação que os jornalistas receberam da assessoria de imprensa. Este número é bastante positivo porque mostra que, se por um lado os jornalistas estão preocupados em apurar melhor as informações antes de divulgá-la, por outro lado os cientistas estão tendo a oportunidade de garantir o entendimento do jornalista sobre o tema, o que representa um esforço bilateral que pode minimizar os atritos de relacionamento existentes entre estes dois grupos.

Os professores e pesquisadores da Universidade foram - em 100% das matérias em que a Universidade foi ouvida – a fonte dos jornalistas para os esclarecimentos. Esse número legitima a política de comunicação da assessoria de comunicação da Universidade, que prioriza o atendimento à imprensa pelos pesquisadores coordenadores do projeto, em detrimento aos alunos que conduzem os estudos.

Aproximadamente 46% das reportagens científicas renderam ampliação da pauta pelo jornalista que ouviu também outros órgãos e instituições envolvidas nos projetos da UFABC. O tema divulgado em 2010, que mais foi trabalhado pela imprensa com a ampliação de pauta, foi o referente ao projeto para criação de instrumentos de bordo para navegação da primeira sonda brasileira que explorará asteróide.

Apenas 6,6% das matérias foram veiculadas em jornais de divulgação científica - com acesso ao público universal, enquanto que os outros 93,4% foram veiculadas pela mídia de divulgação geral. Desses 93,4%, 57% das matérias foram publicadas na mídia local



(que circulam na região do ABC Paulista) e os 43% restantes, na mídia de abrangência nacional.

Entre os temas que mais despertaram interesse da imprensa em 2010 - além do projeto de equipamentos da UFABC que possibilitarão levar a sonda espacial brasileira ao asteroide, citado anteriormente -, estão as pesquisas realizadas com microalgas para a produção de biocombustíveis e a pesquisa sobre colisão de partículas (LHC). Outros estudos que merecem destaque são: a pesquisa que utiliza fungos para identificar a contaminação de solo; pesquisas antropológicas sobre questões raciais e nazismo no Brasil; e estudos com nanotubos de peptídeos que ajudarão no controle do diabetes.

Resultado da Análise da Observação Participativa

Alguns fatores contribuíram para este número considerado bastante pequeno de divulgação científica em relação ao universo total de matérias publicadas em 2010 sobre a UFABC. Um dos pontos identificados na observação participativa é com relação ao pouco tempo de existência da Universidade e, conseqüentemente, à fase ainda inicial em que se encontra grande parte das pesquisas realizadas. Como dissemos na análise da relação jornalista X cientistas, há também, ainda, muita resistência dos acadêmicos em tornar públicas as pesquisas em andamento e/ou em estágios “embrionários”.

Para entender outros aspectos que impossibilitaram um retorno de mídia – das pesquisas científicas - mais significativo, a observação participante analisou as ações que foram realizadas pela Assessoria de Comunicação da Universidade com essa finalidade. Em 2010 a equipe de jornalistas da Assessoria era formada por dois jornalistas e um estudante. Os três profissionais respondiam, principalmente, pela atualização do portal institucional, elaboração de matérias para o informativo interno Comunicare, cobertura dos eventos institucionais e atendimento à imprensa.

Com equipe enxuta e uma demanda expressiva, o principal trabalho desenvolvido pelos jornalistas neste aspecto consistia em publicar no portal da Universidade informações de pesquisas realizadas internamente, quando essas informações chegavam à área. Além disso, possibilitavam o contato entre jornalistas e cientistas que procuravam por fonte ao acessar a informação no portal. Os poucos materiais encaminhados pela área aos



jornalistas focavam, em sua grande maioria, informações institucionais (posse do reitor, novo curso, aula magna, perfil dos alunos, etc.).

Foi apenas no final de 2010 que a Assessoria de Comunicação e Imprensa da UFABC deu início a um trabalho mais focado na divulgação científica. Foi lançado, em parceria com a Pró-reitoria de pesquisa, o informativo PesquisABC, *newsletter* impressa com foco na divulgação das atividades e pesquisas científicas. Em 2011 foi iniciada a produção do Catálogo de Pesquisas Premiadas, que deve ajudar no levantamento das pesquisas realizadas pelos cientistas da Universidade. Além disso, começa-se a estruturar na Assessoria de Comunicação um projeto para a criação de uma divisão de Divulgação Científica, que terá como objetivo principal aproximar cientistas dos jornalistas, seja por meio de pautas, debates ou produções conjuntas de publicação para divulgação das pesquisas.

Considerações finais

Apresentado o cenário da divulgação científica no Brasil e a análise do estágio desse trabalho na Universidade Federal do ABC, vale ressaltar aqui o papel da Comunicação neste cenário. Cabe a ela estruturar políticas que visem apurar e “decifrar” as informações técnicas produzidas dentro da universidade que, a posteriori, serão levadas ao conhecimento sociedade civil de forma clara e abrangente. Nesse sentido, Caldas (2003, p.76) reforça a importância da qualidade da informação e a sua contextualização numa perspectiva sócio-econômica.

A circulação da informação científica desmistificada, analisada, interpretada, tem o poder de acabar com o fetiche da mercadoria, da religião do consumo. A relação com os meios de comunicação não pode se dar de maneira unívoca. No mundo da informação rápida, fragmentária, a ilusão do conhecimento provoca uma busca desenfreada por notícias científicas que, veiculadas de forma apressada, pasteurizada, descontextualizada, prometem soluções rápidas para os problemas que afligem a humanidade.

A análise de conteúdo das matérias científicas nos possibilitou comprovar que quanto mais as pesquisas puderem ser percebidas, pelos jornalistas, do ponto de vista da sua contribuição para problemas evidentes da sociedade, maior será o interesse da mídia em abordá-las em matérias amplas e explicativas. Outro ponto que contribui para o interesse da mídia é o ineditismo do projeto/pesquisa.



Este estudo também nos permitiu verificar que ainda há um amplo trabalho a ser realizado para que se consiga tornar pública a pesquisa realizada “entre os muros” da Universidade. Os números de produção científica comprovam que as pesquisas já acontecem de forma sistemática e que o espírito de incentivo à pesquisa já foi incorporado pelos pesquisadores e estudantes da Universidade. O que falta ainda é um trabalho estruturado e um projeto concreto de comunicação científica que conte com o apoio e gestão da Assessoria de Comunicação e Imprensa, em conjunto com os pesquisadores da Universidade.

Por outro lado, as ações iniciadas no final de 2010 e início desse ano, se contínuas e reforçadas, devem resultar em números melhores em 2011 com relação à divulgação científica da Universidade.

Referências bibliográficas

ALBAGLI, Sarita. **Divulgação científica:** informação científica para a cidadania? Ci. Inf., Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996. Disponível em: <http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/465/424>

BARDIN, L. (1977). **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. 380 p.

BELDA, Francisco. **A informação científica no noticiário:** um estudo dos mecanismos de reformulação lingüística influentes no discurso jornalístico de divulgação. Revista Comunicarte, nº25, Campinas – SP, 2002.

BERELSON, B. (1952). **Content analysis in communications research**. Glencoe: Free Press.

BUENO, Wilson da Costa. **Pesquisa do MCT revela como o brasileiro percebe a ciência e a tecnologia**. Disponível em www.comtexto.com.br. Acesso em 19 de março de 2011.

CALDAS, Graça. **Política de C&T, mídia e sociedade**. In: Comunicação e Sociedade, n.30, p.185-207. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998

CALDAS, Graça. **Comunicação, Educação e Cidadania: o papel do Jornalismo Científico**. In GUIMARÃES, Eduardo (org.). Produção e Circulação do Conhecimento- Política, Ciência, Divulgação, V.II, Ed. Pontes, Campinas, SP, 2003, pp:73-80.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 62-83.



FAVERO, Maria de Lourdes et alii (orgs.) **A universidade em questão**. São Paulo, Cortez, 1989.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4ed. São Paulo: Atlas, 1994.

KNELLER, George Frederick. *A ciência como atividade humana*. 2ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

KUNSCH, M. M. K. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Loyola, 1992. p.195.

LOPES, José Leite; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs.). **Ciência e Liberdade: escritos sobre ciência e educação no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUES DE MELO, José. **Intercom** n°62/63. 1990. p.181.

MENDES, José Marcos. **A Ausência de uma Política da Divulgação Científica: O Caso FAAG/UNIVALE**. Tese de Mestrado defendida em 2002. UMESP, São Bernardo do Campo, SP.

OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. *La descodificación de la vida cotidiana: metodos de investigacion cualitativa*. Bilbao, Universidad de deusto, 1989.

Folha de S. Paulo. **Brasil atrai 60% dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, diz Unesco**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/829173-brasil-atrai-60-dos-investimentos-em-pesquisa-e-desenvolvimento-diz-unesco.shtml>. Acesso em 19 de março de 2011.

ZIMAN, JOHN. **Força do conhecimento: a dimensão científica da sociedade**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981.