O Museu Paraense Emílio Goeldi e seus processos de comunicação da ciência nas mídias sociais[1]

Thiane de Nazaré Monteiro NEVES[2]
Universidade Federal do Pará

Resumo
No intuito de continuar o exercício de reflexão iniciado em 2012, quando do ingresso ao PPGCOM/UFPA, o artigo busca refletir sobre o diálogo entre ciência e sociedade tendo na comunicação o campo para esse debate. Aqui, discutimos como o Museu Paraense Emílio Goeldi vem atuando em três mídias sociais para a comunicação da ciência, visto que elas têm provocado mudanças de postura em diversos ambientes sociais e institucionais. E nos ambientes científicos isso parece reverberar, em menor ou maior grau de tensão, conforme a constituição institucional. Como sujeito empírico, o trabalho observa os perfis do Museu no Facebook, Twitter e Youtube e seus processos de comunicação. O trabalho ainda não é conclusivo, visto que faz parte de uma pesquisa em desenvolvimento para compor a dissertação de mestrado.

Palavras-chave: Museu Paraense Emílio Goeldi; comunicação da ciência; mídias sociais; Amazônia

Introdução

No Congresso da Intercom de 2012, apresentamos um artigo (resultado de um exercício da disciplina Teorias da Comunicação na turma de mestrado do PPGCOM/UFPA) cujo desafio era "refletir a posição da comunicação enquanto área do conhecimento na divulgação científica" (NEVES, 2012, p. 1), bem como "refletir a respeito do espaço que a ciência deve ocupar na sociedade e, sobretudo, na sociedade amazônica" (NEVES, 2012, p. 1), que é nosso local de fala.

Assim como naquele artigo, aqui damos continuidade ao percurso traçado na discussão epistemológica e empírica da comunicação, como lugar de reflexão, debate e experimentações para a prática da divulgação científica. Nessa recente trajetória, reforçamos que compreender a dimensão da complexidade científica só tem sido possível pela divulgação científica. E pelo diálogo ciência-comunicação é que igualmente tem sido possível viver o diversificado tabuleiro social da Amazônia (CASTRO, 2011).

Mas como é natural e desejável, a pesquisa obteve um foco empírico mais específico do que a discussão mais geral feita anteriormente. Neste artigo observamos, então, os perfis do Museu Paraense Emílio Goeldi no Facebook, Twitter e Youtube.

Com base em observações gerais é possível perceber que as instituições de ciência, agências de fomento, Ministérios e demais órgãos federais/estaduais/municipais ligados à

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestranda no Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará. Turma 2012. Bolsista CAPES. E-mail: thicaneves@gmail.com.com

ciência e tecnologia, têm buscado se adequar à ambiência da internet desde quando a rede começou a ser difundida e popularizada no Brasil. Isso fez com que as assessorias de comunicação e de tecnologia da informação dessas instituições passassem a ser cada vez mais requisitadas, tanto pelo domínio da linguagem, como pelo domínio dos softwares necessários à construção e manutenção de sites, blogs, newsletters, informativos e boletins eletrônicos, intranets, publicação de livros e periódicos online, etc.

Com as devidas apropriações, as instituições científicas também passaram a estabelecer contatos com semelhantes (ou diferentes) de qualquer lugar do mundo com acesso ao computador e à internet e por meio desse universo *online*, muitas experiências *offline* também puderam ser experimentadas. No caso da Amazônia, então, muitas outras expedições (em proporções diferenciadas das expedições dos séculos XVI a XX) foram realizadas a partir de contatos estabelecidos pelos sites/portais da internet.

Nos últimos dez anos, os brasileiros passaram a se conectar nessa nova ambiência também pelas mídias sociais. E, atualmente, diversas instituições de ciência estão conectadas em boa parte dessas principais mídias, que possuem configurações e plataformas bastante díspares, mas são todas de grande alcance.

Os museus de ciência estão entre as instituições de ciência mais próximas da sociedade, por serem abertos à visitação pública, para que a sociedade conheça os principais resultados de suas pesquisas. E talvez por estarem tão próximas não sejam percebidas pela maioria do público como espaços de ciência. Museus estão ligados à memória e patrimônio e atualmente os museus interativos, cujas experiências promovidas ao público estão diretamente ligadas às novas tecnologias, proporcionando experiências sensoriais que fazem com que as pessoas ativem a memória de experiências vividas ou simulem situações imaginadas, tem reforçado o resguardo da memória de determinados aspectos sociais ou científicos. No caso dos museus de ciência, essa memória, experiência e sensações estão diretamente ligadas à pesquisa científica e por meio de estratégias artísticas, educacionais e/ou comunicacionais, proporcionam diversas possibilidades de interações entre ciência e sociedade, como acontece no Museu Paraense Emílio Goeldi.

O Museu Paraense Emílio Goeldi

O Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) é a mais antiga instituição científica da Amazônia, foi fundada em 6 de outubro de 1866 pelo naturalista brasileiro Domingos Soares Ferreira Pena. Nesse início, mesmo a intenção de Ferreira Pena sendo "a fundação e manutenção de um Museu de história natural e de artefatos indígenas" (SANJAD, 2010, p.

54), ele criou e presidiu a Sociedade Filomática (1866), que deu origem ao Museu Paraense e desde então o Museu fez parte de importantes transformações na vida política, cultural e econômica da região.

A instituição possui três bases físicas, sendo duas em Belém (Parque Zoobotânico e Campus de Pesquisa) e uma interior do estado do Pará (Estação Científica Ferreira Penna). Todas contribuem para a multiplicidade das investigações realizadas pelos pesquisadores da instituição. O Parque Zoobotânico, está situado no centro de Belém, com uma extensão de 5,3 ha, além de concentrar uma mostra viva da fauna e da flora amazônica, é composto também por um complexo arquitetônico constituído de prédios históricos onde funcionam a diretoria, administração e o setor de comunicação. O Campus de Pesquisa fica em uma região periférica de Belém e com aproximadamente 10 ha abriga todas as coordenações científicas, de documentação e informação e de planejamento, além das coleções científicas e dos laboratórios. A base da Estação Científica Ferreira Penna é localizada na Floresta Nacional de Caxiuanã no município de Melgaço (PA), distante 400 km a oeste de Belém, possui uma extensão de 6.000 m² de área contendo prédios de laboratórios, alojamentos, refeitório, residências para pesquisadores, auditório, biblioteca, sala de computação, de recreação e uma torre de observação para estudos micrometerológicos erguida em meio à floresta.

As principais áreas de pesquisa do Museu são as Ciências Humanas, Botânica, Ecologia e Ciências da Terra e Zoologia. Os principais projetos estruturantes do MPEG são: o Programa de Pesquisa em Biodiversidade na Amazônia (PPBIO), o Programa LBA - Experimento em Grande Escala na Biosfera - Atmosfera da Amazônia, o Programa Institucional de Estudos Costeiros – PEC, o Centro de Desenvolvimento Sustentável em Santarém (PA), o Programa de C&T para o Arco do Desmatamento, a Rede Temática em Modelagem Ambiental da Amazônia (GEOMA) e o Programa para Cerrado/Floresta (PLANO DIRETOR, 2011-2015).

O MPEG é o lugar onde habita, por quase um século e meio, boa parte da memória de Belém e do território amazônico como um todo. Entre os espaços, o mais frequentado pelo público é o seu Parque Zoobotânico (PZB), que abriga expressiva diversidade de espécies da fauna e da flora da região e reproduz, no centro da cidade, parte da floresta amazônica. Com toda sua importância, o PZB pode ser considerado a porta de entrada para o contato com a produção científica do Museu e, consequentemente, um local privilegiado de contato com a sociedade, além de ser um dos cartões postais de Belém.

Sobre a comunicação no Museu, Beltrão (2010) escreveu que como instituição de pesquisa, o Museu conseguiu aperfeiçoar diversos mecanismos de comunicação e tem se dedicado a observar sobre como todo esse conhecimento tem sido compartilhado. Para tanto, o MPEG tem criado e disponibilizado múltiplos canais de comunicação com o público, sempre mediados pela equipe de comunicação, pois "como Museu que preserva, pesquisa e comunica os temas da sociobiodiversidade da Amazônia brasileira, a instituição cumpre seu papel e promove a ampliação do conhecimento necessário em uma sociedade democrática" (BELTRÃO, 2010, p.22).

As atividades de comunicação social do MPEG são realizadas para atender públicos diversos, cujas demandas não cessam de crescer. Assim, o trabalho da equipe de comunicação se expande continuamente, acompanhando o fluxo da instituição (MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI, 2006). Entre as estratégias e atividades realizadas pela equipe de comunicação, produção e/ou publicação de notícias, de anúncio de eventos e as programações mensais do Parque Zoobotânico, e documentos institucionais. Avaliação, definição de espaço e autorização da entrada de novos sites (MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI, 2006).

Desde sua institucionalização, os pesquisadores do Museu pareciam não se esquecer de observar o homem que vivia na Amazônia e de propor, a ele, diálogos diversos por meio dos meios de comunicação disponíveis e acessíveis em cada momento de sua história. Havia uma preocupação sobre como tornar os novos estudos de História Natural e Etnografia conhecidos da sociedade daquele momento e para sanar esse e outros anseios, foi criado o Boletim do Museu Paraense de História Natural e Etnografia em 1894, a primeira publicação paraense com o intuito de divulgar a ciência produzida para o Brasil e para o restante do mundo. Hoje é chamado Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi, é publicado três vezes ao ano, em duas versões, Ciências Naturais e Ciências Humanas. Além dele, o Serviço de Comunicação Social (SCS) do Museu é responsável pelo periódico Destaque Amazônia, publicado há 25 anos, além de outras publicações e estratégias de comunicação.

LabCom Móvel – Estudos e Práticas de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia

Entre as novas iniciativas no campo da comunicação, o Museu iniciou em 2009 o projeto "Laboratório de Comunicação Móvel – Estudos e práticas de comunicação pública da ciência na Amazônia", constituindo uma nova unidade do Serviço de Comunicação Social

(SCS) do MPEG. De acordo com o blog do LabCom, por meio de suas ações, pretende-se estabelecer diálogo entre a ciência e a sociedade, também pela esfera virtual, além de:

> Convergir conhecimentos, habilidades, tradições, esforços, interesses e ferramentas para comunicar o conhecimento científico sobre a Amazônia, estimulando a formação de redes de apropriação e uso da informação científica gerada no âmbito de programas e projetos de pesquisa. Iniciativa que se faz oportuna considerando o desafio, para o Brasil e para o mundo de gerar conhecimento e conservar a sociobiodiversidade amazônica (LABCOM, 2013).

As linhas de ação do LabCom são, as mídias locativas aplicadas à divulgação científica sobre a Amazônia; produção de conteúdos destinados à web (como blogs, sites, notícias, gifs e videoblogs), rádio, celulares, além de murais, folhetos, postais, banners, vídeos de bolso e publicações digitais; elaboração e desenvolvimento de metodologias inovadoras voltadas para a comunicação pública da ciência e aplicação de processos de avaliação. Entre as principais temáticas presentes nas ações do Laboratório estão: a biodiversidade, estudos costeiros, diversidade cultural, conservação ambiental e mudanças climáticas, personagens da ciência, coleções científicas, fauna e flora regional, espécies ameaçadas de extinção, paisagens amazônicas, experiências de conservação, boas práticas para o uso sustentável da terra, fenômenos climáticos, etc. (LABCOM, 2013).

Como ações estratégias para atuar em novos espaços, a equipe do LabCom criou e gerencia os perfis do Museu no Google, Facebook, Twitter, Youtube e Flickr, onde são postadas fotos, vídeos e notícias sobre os projetos em que o Labcom está inserido, e sobre demais assuntos relacionados ao MPEG (CARACCIOLO, 2011).

O LabCom Móvel participa de diversos projetos do Museu, entre eles, 1) o INCT Biodiversidade e Uso da Terra na Amazônia, cujo objetivo é analisar os impactos ambientais e sociais e o desenvolvimento de estratégias de uso sustentável para o Arco do Desmatamento, envolvendo ampla articulação com diversos segmentos da sociedade, incluindo gestores, produtores, trabalhadores e escolas. Como parte do INCT, há a Escola da Biodiversidade Amazônica (Ebio) com a proposta de pensar, propor, planejar, experimentar e estudar a organização de processos de aprender-ensinar-comunicar conhecimentos sobre a biodiversidade amazônica e o uso da terra na Amazônia. 2) outro projeto é o de Revitalização do Parque Zoobotânico do Museu, que objetiva transformar o Parque do Museu em um bioparque. 3) Participa também do Programa de Pesquisa em Biodiversidade (PPBio) Amazônia Oriental, que tem o objetivo de analisar, mapear, estabelecer infraestrutura para pesquisa e utilizar resultados dos estudos em biodiversidade

na formação de políticas públicas de conservação. 4) Programa de Estudos Costeiros (PEC), cujo objetivo é "gerar, integrar e comunicar conhecimentos sobre sistemas naturais e a diversidade cultural da Amazônia Costeira e Marinha".

As mídias sociais

O ambiente onde a análise ocorre é um território em constante inovação e transformação: as mídias sociais. É comum chamar as mídias sociais de redes sociais, mas de acordo com Kaplan e Haenlein (2010, p. 61): "*Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0*"[3]. E as redes sociais se formam dentro dessas mídias.

Primo (2012) chama atenção para a banalização dos termos relacionados às redes sociais da internet, pois, de acordo com o autor, tem sido comum dar a essas expressões um "significado pré-contido e transparente, um entendimento consensual e inquestionável" (PRIMO, 2012, p. 622) e esclarece que mesmo não havendo nada de errado com essas expressões e que elas podem ser usadas como "guarda-chuva", ainda assim, "é preciso estar alerta e não tomar a referência ao social como uma explicação determinística. Seria como tomar um mapa artístico como o próprio território e as associações que lá ocorrem" (PRIMO, 2012, p. 635).

O fato é que as mídias sociais provocaram mudanças de postura em diversos ambientes. E nos ambientes científicos isso parece reverberar, em menor ou maior grau de tensão, conforme a constituição institucional, mas não se pode afirmar que a internet melhora a compreensão pública da ciência em moldes diferenciados da compreensão por outros suportes comunicacionais. Mudam-se as concepções de tempo, distância e espaço, e as interações se reorganizam.

Possivelmente, serão necessários outros comportamentos e outras formas de estar com o outro e exercitar outras visões, e novas posturas implicam em mudar a forma de olhar, é necessário produzir sentido, e avaliar que sentidos são produzidos, não apenas propor ao outro que ele decodifique e se convença sobre determinada mensagem e seu conteúdo.

O Museu Paraense Emílio Goeldi, como todas as instituições de ciência, precisa estabelecer processos de comunicação adequados para atuar no espaço público, participar, partilhar, dialogar, expressar-se de maneira simples sobre assuntos complexos e, então, retirar-se do espaço público para novamente trabalhar com base em dados novos ou dados revistos (WOLTON, 2006). É importante que a instituição reflita sobre essa dimensão,

[3] Mídia Social é um grupo de aplicações baseadas na Internet que se baseiam nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0 (tradução nossa).

compreenda a necessidade de readequações para não replicar a estas mídias as formas tradicionais das mídias mais convencionais, sem dar espaço à escuta.

Os perfis do MPEG

No Brasil, existem mais de dez mídias sociais em funcionamento. Grande parte possui os mesmos propósitos e conteúdos semelhantes, como é o caso do Facebook, Orkut e Twitter; mas também existem outras com focos, objetivos e públicos bastante segmentados, como é o caso do LinkedIn e do ResearchGate; ou de repositórios de vídeo como o Youtube e o Vimeo.

Vários estudos especializados informam que o Brasil está entre os países de maior consumo das mídias sociais (KINGBLOG, 2013). Esse é um cenário já é evidente no país desde quando o Orkut era a mais popular de todas as mídias, ao ponto de ter se tornado o maior público da sua base de usuários.

Com as mídias que se popularizaram depois, esses cenários continuam evidentes e os brasileiros continuam sendo um público diferenciado entre os usuários de todo o mundo:

> O Facebook tem cerca de 65 milhões de usuários no Brasil, o que torna o país o segundo maior mercado da empresa, depois dos Estados Unidos, em número de usuários, de acordo com a Socialbaker. Até o final de 2012, o Brasil também foi o maior mercado fora os EUA em número de visitantes únicos do YouTube, e um dos melhores cinco mercados por receita também. Enquanto isso, o Twitter afirma que Brasil está entre o top 5 de usuários ativos no mundo (KINGBLOG, 2013).

Essa característica brasileira parece também se repetirem no universo das instituições de ciência e tecnologia na Amazônia (Museu Paraense Emílio Goeldi, Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia, Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá), pois todas estão não só conectadas às três mídias aqui observadas, como são sujeitos ativos e frequentes, além de produtoras de conteúdos específicos para esses espaços. Mas os estudos estão todos ainda iniciando e a dúvida que mais reverbera é se a ciência alcança um grau maior de legitimação na sociedade estando nas mídias sociais.

Perfil do MPEG no Facebook

Mesmo não sendo a rede mais antiga, desde dezembro de 2011 "o *Facebook*, é oficialmente a rede mais popular do Brasil" (WEBMOVEN, 2012). Isso aconteceu devido à quantidade de atualizações de seu sistema, fazendo com que seja dinâmico, evitando a dispersão de seus membros e, consequentemente, sua defasagem.

O perfil do MPEG no *Facebook* completará dois anos em setembro de 2013. Primeiro criou uma página pessoal e quando ela ficou sobrecarregada, criou uma *fanpage*, hoje com 7.395 seguidores (julho/2013). Quando fez a migração entre as páginas, a instituição publicou constantes avisos de que a segunda *fanpage* seria excluída em breve.

De acordo com observações preliminares, a instituição coloca conteúdo na rede todos os dias, pelo menos uma vez por dia, sobre eventos científicos, publicações, pesquisas, cursos de pós-graduação, etc. O MPEG tem buscado aprimorar estratégias para sua inserção no ambiente da Web 2.0.

Imagens do perfil do Museu no Facebook.

O perfil do Museu não é o mais acessado dentre as instituições científicas da Amazônia, nem o mais comentado ou mais compartilhado, mas certamente está entre os mais produtivos. É notório que as postagens buscam atender as demandas internas e, consequentemente, de alguns perfis do público que segue sua *fanpage*. Entre as postagens que tratam especificamente de conteúdos científicos, é possível destacar lançamentos de publicações resultantes de pesquisas científicas e as diversas maneiras que o Museu tem feito estas articulações como por enquetes, sorteios, produção audiovisual, etc. Quando são "campanhas" de maior destaque, até a foto de capa da *fanpage* é adaptada para o assunto ao

se quer chamar atenção naquele período, foi assim para a exposição "O Museu Goeldi que você não conhece", "Prêmio Marcio Ayres" e para o "Mês dos povos indígenas", entre outros eventos e atividades. Parte da memória do Facebook do MPEG se perdeu quando foi feita a transição de perfis, ainda assim, acompanhar o conteúdo postado com o objetivo de comunicação da ciência na atual *fanpage*, permite uma imersão muito profunda e profícua no universo científico da instituição.

Perfil do MPEG no Twitter

O Twitter é mais antigo que o Facebook e já foi a rede mais popular no Brasil. É definido como um microblog porque no espaço para postagem só cabem 140 caracteres, nele só pode constar texto, qualquer outro tipo de conteúdo deve ser redirecionado para fora da rede por meio de links reduzidos para não ocupar o pouco espaço cabido aos membros da rede. É uma rede mais veloz, na qual as pessoas acabam escrevendo mais vezes, por escreverem pouco em cada mensagem que desejam compartilhar (tuitar/retuitar).

O Museu está *online* no Twitter desde novembro de 2009, mas só começou a ser um usuário participativo em abril de 2010. Não há postagens diárias no perfil no Museu, mas há dias em que a instituição posta várias vezes, somando, até momento (julho/2013), 1.040 teewts e 1.014 seguidores. Quase todas as postagens direcionam o seguidor para o portal da instituição, onde as notícias sobre os serviços do Museu, seu funcionamento, parcerias, cursos, eventos, etc, podem ser lidas com maiores detalhes.

Com o aprimoramento de suas estratégias, é possível notar que o MPEG tem buscado manter a mesma linha de conteúdos postados no Facebbok e no Twitter, considerando, é lógico, as características da mídia social. No Twitter o Museu também retuíta notícias condizentes com seu perfil institucional e científico, mas seus posts são menos compartilhados, comentados e favoritados do que as postagens no Facebook.

Imagens do perfil do Museu no Twitter.

Perfil do MPEG no Youtube

O Youtube é uma rede de compartilhamento de vídeos. Apenas vídeos. Surgiu entre os anos de 2004-2005, nos Estados Unidos, assim como as redes mencionadas acima. Quando criado, o Youtube visava atender a uma demanda carente na internet, uma espécie de "repositório de vídeos do usuário no qual era sugerido o compartilhamento dessas produções pessoais" (PUHL, ARAÚJO, 2012, p. 714), em conformidade com o slogan da rede: *broadcast yourself*, em português: transmita-se. Com o passar do tempo, a rede obteve tanta projeção que os usuários comuns foram se diversificando a tal ponto que empresas, emissoras de televisão e instituições de ciência, passaram a compor a rede, proporcionando um novo aspecto ao espaço, pois "cada participante modela coletivamente o site como um sistema cultural dinâmico, que, a partir de uma possibilidade técnica, torna-se um artefato da cultura participativa" (PUHL, ARAÚJO, 2012, p. 715).

O canal do Museu foi criado em janeiro de 2011 e diante das observações preliminares, pode-se afirmar que tem sido um bom repositório para os vídeos produzidos pela instituição, visto que não foi identificado um fluxo de comentários e opções "gostei" em cada um dos vídeos. O canal possui atualmente (julho/2013) 83 vídeos com 9.293 visualizações. Essas visualizações podem ter sido ou não dos inscritos no canal, que somam 45 pessoas. Os vídeos são compostos por uma websérie produzida por uma área do Museu, entrevistas de pesquisadores da instituição, passeio virtual por exposições, *booktrailer*, entre outros conteúdos. Postagens no Facebook direcionam para o canal, bem como do Twitter também, estabelecendo uma convergência entre as três redes (e delas com o portal).

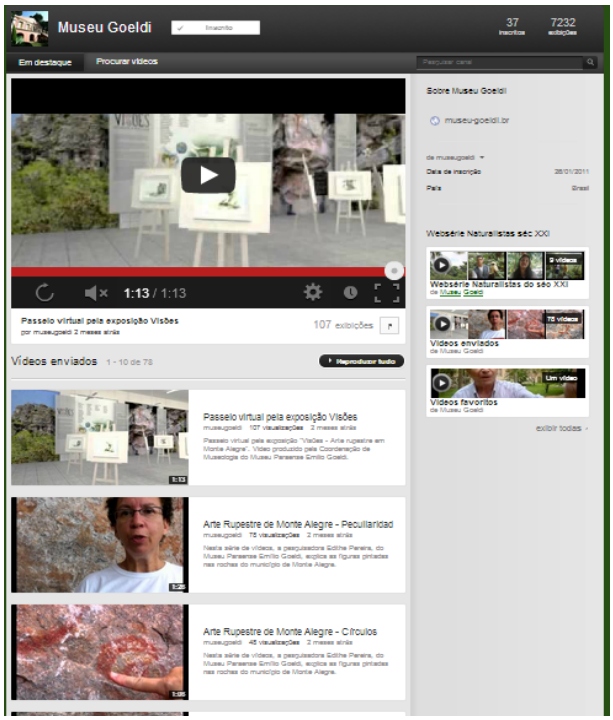

Imagem do perfil do Museu no Youtube.

Os conteúdos das três mídias são convergentes, o que não é uma exclusividade da instituição, mas para que esses processos de comunicação sejam aproveitados em toda sua complexidade, é preciso refletir sobre o lugar da comunicação, nesse compartilhamento do conhecimento científico institucionalizado. Para Wolton (2006), toda situação de comunicação possui uma complexidade real que resulta de uma mistura entre as dimensões normativa e funcional. Interessa-nos observar os perfis do Museu pela *dimensão normativa*, na medida em que por ela é possível "informar, dialogar, compartilhar, compreender-se" (WOLTON, 2006, p. 15), é assim que compreendemos a atuação da comunicação.

Nesse contexto incluímos as mídias sociais, visto que estar conectado passou a ser quase uma regra social na atualidade. Para seduzir e convencer os usuários, os gestores das mídas disponibilizam uma multiplicidade de plataformas com recursos tão diversos, que se corre o risco de afirmar que é quase impossível viver *offline*, desconectando-se dessa ambiência.

O momento de refletir sobre essa questão é oportuno na medida em que as discussões sobre a divulgação da ciência pela internet, em sites, blogs e mídias sociais, estão latentes no Brasil. Os debates buscam refletir sobre as relações estabelecidas, ou que se pretende estabelecer, pelas instituições científicas nessas ambiências. Pesquisadores dos temas têm pontuado a importância de se repensar cada vez mais esses processos comunicacionais para que não se repitam processos equivocados no ambiente *offline*. Se estas são oportunidades de ampliar a dimensão de atuação das instituições científicas, podem então concentrar melhor suas estratégias de comunicação da ciência para públicos diversificados podendo construir várias possibilidades de relação e constituição de redes de contato e interação.

Breve reflexão teórica

Para refletir sobre as estratégias de comunicação da ciência articuladas pelo Museu Paraense Emílio Goeldi nas mídias sociais, é necessário compreender que existem novas possibilidades para fortalecer a relação entre ciência e sociedade. Assim como o teórico Boaventura de Sousa Santos, acredito que esse fortalecimento só acontecerá na medida em que "qualquer deles *é feito* do outro e *ambos* fazem algo novo" (SANTOS, 1989, p. 40). Não há mais espaço para uma ciência alheia à vida cotidiana, distante, hermética e supostamente superior. Edgar Morin observa que "a ciência é igualmente complexa porque é inseparável de seu contexto histórico e social" (MORIN, 2010, p. 8) e por essa razão o papel da ciência tem sido reordenado constantemente desde o século XVII.

Concordando com a ponderação de ambos os pesquisadores, é inevitável compreender que a ciência é tão complexa quanto a sociedade. Da mesma forma que a ciência da

comunicação também é constituída por processos de interação extremamente complexos, nos quais nem sempre os sentidos buscados no âmbito de emissão são os mesmos percebidos no âmbito de recebimento (BRAGA, 2012), da mesma forma que as duas ambiências podem misturar seus papeis em um processo que pode ser ininterrupto.

Ainda de acordo com Santos (1989), ao fazer o conhecimento científico chegar à esfera social, os cientistas estarão fazendo outro tipo de ciência, mais aberta ao diálogo. É por esse motivo que se lança mão de pensar a comunicação como a responsável pela transcodificação de saberes (SANTOS, 1989), o que não significa buscar a homogeneização do conhecimento ou dos saberes, mas sim debater, questionar, compartilhar e, consequentemente, construir sentidos diversos.

Compreendemos que a perspectiva de Santos é reforçada por Massarani (2002) visto que no exercício de comunicar ou divulgar a ciência é necessário:

> Melhorar sua qualidade e ampliá-la para incorporar grandes parcelas marginalizadas de nossa população é uma tarefa imensa, que só poderá ser tecida se contar com direcionamentos gerais consistentes. E, principalmente, se for transformada em um processo coletivo suficientemente amplo, que envolva instituições de pesquisa, universidades, comunicadores, cientistas, educadores, estudantes e o público em geral (MASSARANI, 2002, p. 11).

No exercício de construir processos de comunicação da ciência nas mídias é fundamental que "as perspectivas dos indivíduos precisam ser incluídas no processo" (SOUSA, 2009, p. 84) e nesses processos de relação entre ciência e público, os processos dialógicos, com a participação e postura ativa do público devem ser foco de atenção (SOUSA, 2009, p. 85).

Ao encontro de nosso pensamento, Sousa (SOUSA, 2009, p. 85) afirma que no processo dialógico "a comunicação é percebida como intrínseca à ciência e como aquela sem a qual a primeira não existe socialmente" e apresenta a concepção de Hebe Vesuri (1987), de que "a ciência que não é comunicada não existe" (VESSURI *apud* SOUSA, 2009, p. 85). Ainda conforme Sousa:

> A comunicação não se constrói a partir dos conceitos prontos, das teorias consensuais, dos modelos acabados; ela tem natureza polifônica, se constrói pela interação de muitas vozes. A informação não sai do laboratório direto para a publicação num determinado meio. O percurso é complexo, cheio de disputas, interesses que envolvem indústrias, agências de fomento, governos, veículos, e considera, também, públicos diferenciados (SOUSA, 2009, p. 86).

Essa leitura de Sousa, atribuímos a concepção de Santos (1989), sobre a transcodificação de saberes como sendo uma competência comunicacional. E ao contextualizarmos isso para a realidade geográfica, social, política, cultural e econômica na qual o Museu está inserido (Amazônia paraense) é primordial que se observe as diferentes ecologias, saberes e temporalidades (SANTOS, 2005) existentes no cenário.

Assim como Candotti (2002) atenta que na literatura impressa a divulgação científica não pode ser apenas um encontro de imagens e palavras, nas ambiências das mídias sociais, a busca pelo "exercício de reflexão sobre os impactos sociais e culturais de nossas descobertas", deve ser tanto ou mais recorrente, em virtude a pulverização de informações existentes na internet. E nesse sentido, insistimos que os processos de comunicação devem ser refletidos enquanto fazer científico para o compartilhamento do conhecimento científico institucionalizado na Web 2.0.

A reflexão a respeito dos processos de comunicação da ciência estabelecidos nos perfis do Museu Paraense Emílio Goeldi, ainda não nos conduz a uma consideração final, mas aponta a necessária observação e acuidade por parte da instituição ao apresentar aos seus públicos, a diversidade e complexidade do conhecimento científico produzido por seus pesquisadores.

As observações realizadas até aqui, é possível perceber uma busca por romper com processos lineares e que o Museu busca manter uma postura dialógica sempre que o conteúdo permite. Mas é preciso ir além e realmente conhecer quem são os públicos que se dispõem a ler/ouvir o que o MPEG tem a dizer sobre si, a Amazônia e suas sociedades.

Nossas Amazônias devem ter o direito a manifestar suas vozes em todos os espaços, os perfis do Museu Paraense Emílio Goeldi nas mídias, podem contribuir para dar espaço a estas vozes por meio de suas contribuições científicas a essas sociedades.

Referências bibliográficas e webgráficas

BELTRÃO, Jimena Felipe. *Ciência na Amazônia*: a trajetória de uma assessoria de comunicação em uma instituição científica brasileira. 6º Congresso SOPCOM, Universidade Lusófona, Lisboa, Portugal entre 16 e 17 de abril de 2009.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da comunicação. *Matrizes* (USP. Impresso), v. 1, p. 25-41, 2012.

CANDOTTI, Enio. A ciência na educação popular. i*n MASSARANI, Luiza; MOREIRA, Ildeu de Castro (orgs.); BRITO, Fátima (org.). Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Forum de Ciência e Cultura, 2002.*

CARACCIOLO, Paola. *WEBSÉRIES*-estratégias narrativas para a ciência: Uma análise da experiência com mídias móveis no Museu Paraense Emílio Goeldi. 89. Trabalho de Conclusão de Curso, UFPA/FACOM. Belém, 2011.

CASTRO, Fábio. *Desconstruções identitárias na Amazônia brasileira*. Papers do Grupo de Pesquisa Sociologia da Cultura e da Comunicação na Amazônia – *Paper* nº 2. Belém, março de 2012.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, Business Horizons, 2010.

KINGBLOG. *Redes sociais*: Brasil está entre os maiores consumidores do mundo. Disponível em http://blog.kinghost.com.br/2013/02/redes-sociais-brasil-esta-entre-os-maiores-consumidores-do-mundo/ Acesso 15 fev 2013

LABCOM. Apresentação, linhas de ação e temáicas. Disponível em http://labcomovel.blogspot.com.br/p/sobre.html Acesso 15 fev 2013

MASSARANI, Luiza; MOREIRA, Ildeu de Castro (orgs.); BRITO, Fátima (org.). *Ciência e público*: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Forum de Ciência e Cultura, 2002.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Percepção Pública da Ciência* e Tecnologia no Brasil: Resultados da enquete de 2010 [Apresentação de slide]. Brasília: MCT, 2010.

MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI. *Plano Diretor 2011-2015*. Belém: Museu, 2011.

NEVES, Thiane. Ciência e Comunicação na Amazônia: a natureza comunicativa da divulgação científica. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012

_____. *Relatório de Gestão 2006*. Belém: Museu, 2006.

PRIMO, Alex. *O que há de social nas mídias sociais?* Reflexões a partir da Teoria Ator-Rede. Contemporânea, comunicação e cultura, v.10, n.03, p. 618-641, 2012

SANJAD, Nelson. *A Coruja de Minerva*. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus; Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi; Rio de Janeiro; Fundação Oswaldo Cruz, 2010.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SOUSA, Cidoval Morais. Comunicação da ciência, transgenia e estudos CTS. In: LECOMCIÊNCIA 2009: II SEMINÁRIO LECOTEC DE COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA.

WEBMOVEN. Redes sociais: o Brasil no topo. Disponível em http://webmoven.com/brasil-no-topo-das-redes-sociais/ Acesso 15 fev 2013

WOLTON, Dominique. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006.