



Ligações perigosas? A Parceria Universidade - Empresa e seu Impacto na Comunicação Pública da Ciência¹

Helaine Martins²

Resumo

O presente artigo analisa a aproximação entre as universidades e as empresas, relação que se tornou uma tendência e tem gerado polêmicas discussões dentro e fora do ambiente acadêmico. Para muitos, as diferenças entre a natureza das duas instituições e entre os objetivos que animam suas atividades de pesquisa fazem com que essa parceria não ocorra sem alterações na organização da pesquisa acadêmica e nas funções tradicionais da universidade, como a divulgação do conhecimento ali produzido.

Palavras-chaves: comunicação; ciência; pesquisa; universidade; empresas

Introdução

O processo de globalização trouxe profundas transformações para as sociedades contemporâneas. O acelerado desenvolvimento tecnológico e cultural, bem como as mudanças percebidas em todas as áreas do conhecimento, estão caracterizados por uma complexa variedade de processos, movidos por uma mistura de influências políticas e econômicas, por novos sistemas e novas forças transnacionais.

Neste cenário carregado de turbulência, a sociedade globalizada, além de priorizar o econômico, contribui também para o estreitamento da esfera pública. Direitos sociais como saúde, educação e cultura, são direcionados para o setor de serviços através de critérios definidos pelo mercado. O processo de modernização advindo dessas transformações implica repensar a educação em todos os seus níveis e, em especial, o ensino superior público, seja no seu desenho social, seja na sua forma de gestão.

A minimização da atuação do Estado no tocante às políticas sociais, ou seja, a busca de recursos, num contexto de escassez social, acabou por estimular a presença cada vez maior do capital privado no ensino superior público, que hoje se dá basicamente por meio das fundações, entidades de direito privado que promovem e administram a relação entre as universidades públicas e empresas privadas.

Essa aproximação entre a universidade e empresas tornou-se uma tendência e tem gerado polêmicas discussões dentro e fora do ambiente acadêmico. Para muitos, as diferenças entre a natureza das duas instituições e entre os objetivos que animam suas atividades de pesquisa fazem com que essa relação não ocorra sem alterações na organização da pesquisa acadêmica e nas funções tradicionais da universidade, como a divulgação do conhecimento ali produzido.

¹ Trabalho apresentado ao GT Comunicação Científica, do VI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte.

² Jornalista formada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Pará e professora do Curso Técnico em Comunicação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil/PASCOM. E-mail: helbmartins@hotmail.com



A ciência, a tecnologia e a informação se constituem nas mercadorias mais valiosas do mundo moderno e, enquanto mercadorias, elas se atrelam a um espectro amplo de interesses e compromissos. É nesse sentido que a aproximação entre a universidade e empresas privadas pode ser vista como uma ameaça à tradição secular da universidade enquanto instituição preservadora do ideal da ciência como um bem coletivo. Os consorciamentos podem vir à modelar a base do conhecimento e os caminhos de acesso a ele. Ou seja, visto dessa maneira, tanto o conhecimento, quanto o acesso a ele, seriam determinados, em última instância, não mais pelo seu valor social, mas por interesses privados de grupos sociais muito específicos.

A relação entre universidade e empresa

Essa relação entre universidades e empresas vem assumindo grande relevância, aumentando, também, os riscos que existem da apropriação privada de conhecimentos gerados com recursos públicos (admitindo que os grandes interesses dominam parcela significativa da produção da ciência e da tecnologia). Afinal, quem paga conta, exige algumas compensações. A indústria farmacêutica, a indústria bélica, a indústria de biotecnologia financiam projetos, mas impõem condições (estão interessadas, o que é razoável sob a lógica do capital, nas patentes, nos lucros) às equipes que os desenvolvem.

A mim, como comunicadora, incomoda o fato de o controle e o sigilo das informações serem, quase sempre, um dos pontos importantes e inegociáveis dos contratos estabelecidos pelas empresas financiadoras. Aceitar que isso é um direito delas é concordar com o que anda ocorrendo, de maneira cada vez mais freqüente: a manipulação das informações em detrimento do interesse público.

“Nas sociedades democráticas, educar e prestar contas do que se estuda e investiga constituem imperativo categórico fundamental. A livre circulação das idéias e resultados de pesquisas é fundamental



para o próprio avanço da ciência, o exame de suas implicações éticas e o enriquecimento da educação”.³

No caso de uma instituição pública essa situação se torna ainda mais preocupante. Os objetivos comerciais que movem os interesses de pesquisa do setor privado, aliado ao caráter altamente competitivo do setor, são incompatíveis com a missão da universidade de sua produção acadêmica ser, pelo menos idealmente, patrimônio universal e disponível para trazer benefícios para toda a humanidade, enquanto que os resultados de pesquisas consorciadas com empresas terão sua propriedade, ou pelo menos o uso de seus resultados, restritos para fins comerciais de natureza privada.

Ziman (1979) ressalta que o manifesto internacionalismo da ciência se trata de algo inerente à própria natureza da ciência, a qual sempre deve procurar alcançar o maior público possível, a fim de atingir o seu objetivo: difundir o conhecimento. Idéia confirmada por Reis (1968), quando diz que “pode a ciência gabar-se, pois, de haver nascido do povo, da curiosidade dos homens inteligentes, da coragem de desafiar o que se tem por verdade oficial”. Ainda de acordo com Ziman, a ciência é para ser caracterizada como conhecimento público.

Partindo desta idéia, é que se trabalha com o conceito de comunicação pública da ciência, que implica no estabelecimento de processos comunicacionais dialógicos e não unidirecionais, voltados ao público externo ao processo de produção científica. O termo cabe também ao processo de divulgação científica uma vez que, segundo Bueno (1988), “trata-se de um diálogo que implica em atitudes de percepção, apreciação, fruição, transferência, adoção, transformação e mudança”. É um intercâmbio de idéias e

³ Candotti, Ênio. *Ciência na Educação Popular*, 1999, p. 16 - 19 In: MASSARANI, Luísa, CASTRO MOREIRA, Ildeu de e BRITO, Fátima (orgs.). *Ciência e Público: Caminhos da divulgação científica no Brasil*. Casa da Ciência, Rio de Janeiro



experiências entre os produtores do conhecimento científico e tecnológico e os diferentes segmentos da sociedade.

No entanto, segundo Dupas (2001), freqüentemente a divulgação científica é vista e praticada como uma atividade voltada, sobretudo, para o *marketing* científico de instituições, grupos e indivíduos. Para o autor, os caminhos da divulgação científica têm hoje outros rumos. Passam pelos estreitos vales traçados pelos meios de comunicação globais e seus mercadores e os imperativos éticos desse mercado raramente coincidem com os da educação e da ciência.

“Difícilmente podemos imaginar que fundos privados, provenientes de empresas interessadas na comercialização dos produtos das pesquisas, investiriam recursos para promover a livre discussão sobre as repercussões éticas das inovações ou descobertas por eles financiadas”.

Podemos, a partir dessas reflexões, da defesa da premissa de que o acesso às informações de ciência e tecnologia é fundamental para o exercício pleno da cidadania, e da preocupação destas informações estarem cercadas por interesses particulares e corporativos que pretendo, neste projeto, analisar em que medida a relação entre universidade e empresas privadas no financiamento de pesquisas desenvolvidas pela instituição tem afetado o processo de divulgação científica das universidades? Esse tipo de consorciamento pode vir a submeter a produção científica aos interesses do mercado, favorecendo a manipulação da informação? Como a comunidade acadêmica tem percebido essa cooperação? O presente trabalho, no entanto, não se permite responder esses questionamento sem uma pesquisa aprofundada.

No entanto, diante deste cenário do capitalismo, que coloca desafios antes impensados para a universidade e para o avanço da ciência e tecnologia a serviço da humanidade e da democracia, na qual os benefícios do esforço coletivo para o



desenvolvimento não sejam usufruídos por poucos, que se faz necessário trazer para o debate educacional uma análise crítica do tema em questão, atual e pouco pesquisado.

Os estudos sobre comunicação, ciência e a relação UE

Na relação universidade-empresa e a questão da divulgação científica, também é importante analisar suas relações com a ética e o poder. Esses temas indissociáveis remetem diretamente a parceria público-privado nas universidades e o impacto na comunicação pública da ciência. Velho (1996), em seu livro “Relações universidade-empresa: desvelando mitos”, trata do interesse tanto da indústria quanto da universidade no fortalecimento dessas parcerias. A autora afirma que os consórcios vêm produzindo alterações na organização da pesquisa acadêmica e nas funções tradicionais da universidade, no entanto afirma também que a cooperação é bem vista pela maioria da comunidade científica.

Em “Ciência e Público: caminhos da divulgação científica no Brasil”, coletânea organizada por Luisa Massarani, Ildeu de Castro Moreira e Fátima Brito, e que conta com uma reunião de artigos e depoimentos de vários estudiosos sobre o tema, dentre eles Wilson Bueno, o decano do jornalismo científico no Brasil José Reis diz que a ideia é mostrar importância da transparência na divulgação de uma informação científica e, principalmente, a importância da universidade nesse processo. Como afirma Candotti (1999, 2002), no artigo “Ciência na educação popular”:

“Na complexa relação entre o cientista e a sociedade, deveríamos incluir o papel das instituições científicas, a quem, a meu ver, cabe mais do que ao cientista a responsabilidade política do bom ou mau uso dos avanços e descobertas científicas. São as instituições os responsáveis últimos pelo uso ponderado dos recursos e pelas avaliações dos resultados e seu significado”.

Dupas (2001), em “Ética e poder na sociedade da informação”, também trata com maestria sobre a relação da tecnologia, o poder e a ética na comunicação. Logo no prefácio, o autor explica que, dentre inúmeras questões, o livro trata da “busca de uma ética para novos tempos da autonomia arrogante da ciência atrelada à lógica da acumulação”. Mais afrente Dupas dispara:

“São ao mesmo tempo espetaculares e preocupantes os efeitos desses avanços da técnica que rompem, inauguram e voltam a romper sucessivamente vários paradigmas dentro de uma lógica de



competição exarcebada, de deslumbramento diante da novidade tecnológica e de ausência total de valores e normas éticas”.

Bibliografia

BUENO, Wilson. *Jornalismo científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos*. São Paulo: ECA/USP, 1998 p. 23 (Série Pesquisa).

_____. Jornalismo Científico, lobby e poder. In: DUARTE, Jorge e TEIXEIRA DE BARROS, Antonio. *Comunicação para a ciência, Ciência para a comunicação*. Brasília, Embrapa, 2003, p. 115-59. Disponível em www.mct.gov.br/CEE/revista/parcerias13/9.pdf . Acessado 23 de outubro.

CANDOTTI, Ênio. *Ciência na Educação Popular*, 1999, p. 16 - 19 In: MASSARANI, Luísa, CASTRO MOREIRA, Ildeu de e BRITO, Fátima (orgs.). *Ciência e Público: Caminhos da divulgação científica no Brasil*. Casa da Ciência, Rio de Janeiro

COGGIOLA, Osvaldo. *Universidade e ciência na crise global*. São Paulo: Xamã, 2001.

DUPAS, Gilberto. *Ética e Poder na Sociedade da Informação. De como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso*. São Paulo. Editora UNESP, 2001.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

IGLESIAS, José Roberto. *Ciência, pesquisa e publicação*. *Ciência e Cultura*, São Paulo, v.34, n.7, p.882-887, jul. 1982.

OLIVEIRA, Fábola de. *Jornalismo Científico*. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

REIS, José. Ciência na Universidade in *Educação é Investimento*. São Paulo, IBRASA, 1968. Disponível em < <http://www.eca.usp.br/nucleos/njr/espinal/moreb8.htm>>. Acessado em 31 de outubro.



SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *A ciência na televisão. Mito, ritual e espetáculo*. São Paulo: Annablume, 1999.

VELHO, Sílvia. *Relações universidade-empresa: desvelando mitos*. Campina, SP: Autores Associados, 1996. (Coleção Educação Contemporânea).

ZÍMAN, John. *Conhecimento público*. Belo Horizonte : Ed. Itatiaia; São Paulo : Ed. da USP, 1979. 164p. (Coleção O Homem e a Ciência, 8).