



## **Ciência e Comunicação na Amazônia: um relato de experiência no projeto CIECz<sup>1</sup>.**

Suanny Lopes COSTA<sup>2</sup>

Maria Ataíde MALCHER<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA.

### **Resumo**

Pensar a comunicação como área científica é refletir sobre os processos comunicativos para além de seus meios tecnológicos de produção e veiculação. É pensar seus efeitos, apropriações, negociações e demais implicações que, a exemplo da divulgação científica, pode resultar em uma região como a Amazônia. O projeto de pesquisa, intitulado Ciência e Comunicação na Amazônia – CIECz, entende que, por meio da divulgação científica, as informações produzidas em diversos suportes (textual, audiovisual, radiofônico, entre outros) podem alcançar o maior número de pessoas, dentro ou fora das instituições científicas. A proposta deste artigo é, a partir do relatório parcial entregue em fevereiro deste ano, refletir sobre as ações do CIECz, as dificuldades e também projetar atividades futuras.

**Palavras – chave:** comunicação; divulgação científica; iniciação científica; Amazônia.

Parafraseando Wolton (2006), doutor em sociologia e teórico do campo da comunicação, pensar a comunicação não é brincadeira de criança. Para este autor o problema da comunicação está “na idéia de que não há problema” (WOLTON, 2006. p. 13), uma vez que a necessidade comunicativa parece algo natural. Porém, vivemos em um mundo globalizado e com muitas contradições em que as desigualdades sociais se ampliam diariamente dificultando o acesso a informação de milhares de cidadãos.

Engana-se quem pensa que com o advento da internet tudo está acessível: “A mundialização das técnicas existe mas não conduz à aldeia global porque nunca há mundialização dos conteúdos de comunicação!” (WOLTON, 2004, p.68). Acessível e disponível são termos distintos que costumam ser usados como sinônimos, contudo

---

<sup>1</sup> Artigo submetido ao IJ 08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Comunicação Social, habilitação em jornalismo, na Universidade Federal do Pará. Bolsista de iniciação científica PIBIC/ CNPq pelo projeto Ciência e Comunicação na Amazônia (CIECz). Integrante do Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura (GPAC) e do projeto ABC Digital. Colabora ainda com os projetos desenvolvidos na Academia Amazônia (FACOM/UFPA). Email: [suannylopesc@gmail.com](mailto:suannylopesc@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará e coordenadora do projeto Ciência e Comunicação na Amazônia (CIECz). E-mail: [ataidemalcher@uol.com.br](mailto:ataidemalcher@uol.com.br).



aquele implica no entendimento de algo, enquanto este implica apenas na possibilidade de “ter contato com algo”.

Iniciamos este artigo com esta breve elaboração para chamar a atenção para a necessidade de entendermos a comunicação enquanto campo da ciência, sendo necessário, portanto, cada vez mais investimentos na área, uma vez que refletir sobre os processos comunicativos para além de seus meios tecnológicos de produção e veiculação é pensar seus efeitos, apropriações, negociações e demais implicações que, a exemplo da divulgação científica, pode resultar em um modelo de desenvolvimento mais adequado para uma região como a Amazônia, rica em biodiversidade e, nos atendo a apenas dois exemplos, campo de embates simbólicos e políticos.

Reiterando o que dissemos anteriormente, a divulgação do conhecimento científico não é apenas uma prática comunicacional, é, originalmente e fundamentalmente, o caminho natural das ciências. Portanto, é imprescindível que o conhecimento produzido acerca da e na Amazônia seja socializado, em especial com aqueles que nela residem.

Nesse sentido as pesquisas em comunicação desenvolvida pela equipe do projeto Ciência e Comunicação na Amazônia - CIECz<sup>4</sup> estabelece uma forte ligação entre a área em questão e os demais campos de conhecimento, exercendo assim, com base nos Estudos Culturais uma exaustiva e incessante “transcodificação” de conhecimentos específicos, para tornar acessível e não apenas disponível informações científicas, que podem abalar o senso comum e transformar as concepções de realidade deste, num movimento a partir do que Santos (1989) denomina de dupla ruptura epistemológica, processo no qual o conhecimento que é retirado do senso comum (primeira ruptura), volta para este, abalando-o e fazendo-o repensar suas bases de discussão e percepção da realidade (segunda ruptura).

---

<sup>4</sup> O projeto CIECz, iniciado em 2007 com fomento do CNPq (Edital MCT/CNPq/PPG7 03-200), criou e implementou, em sua primeira fase, estratégias e produtos de comunicação para divulgação das ações desenvolvidas pelo Projeto Custos e Benefícios da sub-rede RECUPERA (Manejo e Recuperação de Recursos Naturais em Paisagens Antropizadas na Amazônia Oriental, composto por cinco projetos de pesquisa), do Subprograma de Ciência e Tecnologia do PPG7 (Programa Piloto para a Proteção das Florestas Tropicais do Brasil, lançado durante a Rio 92 pelo Ministério do Meio Ambiente em parceria com o CNPq). Hoje, o projeto vivencia uma segunda fase, a partir de novo fomento do CNPq, e tem como objetivo ampliar o alcance de suas ações, a partir da cobertura de outras iniciativas desenvolvidas na região, que busquem o equilíbrio: social, cultural e ambiental na/da Amazônia. Além da alimentação do site [www.ciecz.com.br](http://www.ciecz.com.br), a equipe do projeto CIECz atua em diversas frentes, desenvolvendo inúmeras atividades, como a produção de conteúdo nas diversas linguagens comunicacionais, que se dá em parceria de outros projetos da Faculdade de Comunicação, como a Academia Amazônia - órgão da Faculdade de Comunicação da UFPA que cria produtos audiovisuais com foco no desenvolvimento científico e cultural da Amazônia.



## **Pensamento complexo para entender o mundo**

Entendendo a divulgação científica enquanto uma questão também de política pública, realizar atividades que promovam a democratização do conhecimento se configura como uma tarefa árdua que exige disciplina e rigor científico para alcançar os objetivos desejados, tamanha é a responsabilidade no sentido de encurtar as distâncias entre o conhecimento científico e a sociedade em geral.

O distanciamento entre ciência, em especial nas atividades realizadas nas universidades, e sociedade é tal que nos afasta de uma compreensão complexa<sup>5</sup> de mundo, o que é um contra-senso se pensarmos na proximidade que uma universidade deveria ter com a sociedade. Contudo, foi devido ao desenvolvimento do conhecimento científico, em especial no modelo ocidental, que se encaminhou pela fragmentação, compartimentação em disciplinas e a hiperespecialização acentuando o desnível entre conhecimento científico e senso comum.

A fragmentação e a hiperespecialização fizeram com que a divulgação do conhecimento científico também seja problemática. As ciências se constituem como campos a partir de sistemas simbólicos<sup>6</sup>, com gramáticas próprias, uma vez que a linguagem utilizada nas produções científicas vai se especializando com o tempo, porém, isso faz com que o conhecimento fique fechado no campo ao que se refere, sendo, portanto, direcionado apenas para um público seletivo capaz de compreendê-la.

Esses são eventos naturais dentro da constituição de um campo, porém, como aponta Santos (1989), com o desenvolvimento dos sistemas de comunicação e informação contemporâneos é impensável que o conhecimento fique restrito apenas ao seu campo. Isso não quer dizer que todo ser humano deva conhecer todas as gramáticas que regem o conhecimento científico contemporâneo, mas sim que este deve estar, a priori, disponível para todo e qualquer um que queira e tenha meios de acessá-lo.

Uma das formas, se não a mais importante, de ruptura do distanciamento da ciência e o senso comum é a divulgação científica:

O que chamamos de divulgação científica é o reflexo de um modo de produção de conhecimento restringido e, conseqüentemente da constituição de um efeito-leitor

---

<sup>5</sup> Para uma visão aprofundada do conceito de complexidade ver Morin (2007 b).

<sup>6</sup> Para Pierre Bourdieu (2002.p 8-10) são exemplos de sistemas simbólicos as artes, a religião, a língua. Esses sistemas são instrumentos de conhecimento e de comunicação, que transformam a visão de mundo, por isso aqui também incluímos a ciência.



específico relacionado à institucionalização, profissionalização e legitimação da ciência moderna, e que opõe produtores e usuários/consumidores e, cria a figura do divulgador, que viria, imaginariamente, restabelecer a cisão, e minimizar a tensão instaurada ao longo da história no tecido social da modernidade. Essa cisão não é mantida sem tensão, sem a (re) produção tensa de um imaginário que a mantém. É nesse imaginário que trabalha a divulgação científica. (SILVA, 2006: 57-8 *apud* MALCHER e PAULA, 2008, p. 10).

No Brasil, essa divulgação cresce significativamente nos anos de 1980, quando surgem as revistas impressas *Ciência Hoje*, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), e *Ciência Ilustrada*, da editora Abril. (OLIVEIRA, 2005). Mas, na atualidade, o meio impresso não é o único possível para a divulgação científica, pois as mudanças ocorridas na sociedade, principalmente, a partir do último quarto do século XX, promoveram avanços tecnológicos que possibilitaram uma comunicação descentrada, na qual os processos simbólicos circulam sem fronteiras, permitindo a interação das mais diversas esferas sociais.

Nessa interação os produtores de conhecimento tentam apropriar-se de linguagens, ou outros conhecimentos científicos (ou não), para tornar mais eficiente e presente na vida das pessoas, suas descobertas, achados e conceitos.

Parece que o termo *divulgação científica*, longe de designar um tipo específico de texto, está relacionado à forma como o conhecimento científico é produzido, como ele é formulado e como ele circula numa sociedade como a nossa. (SILVA, 2006. p. 53)

Essa relação proposta por Silva (2006) revela um todo produtor de discursos constituído pelas inúmeras possibilidades de linguagem utilizadas na divulgação da ciência. Ora, se:

A produção científica se dá num espaço polêmico de interlocução. [É] como diz Bruno Latour, “quando nos aproximamos dos lugares onde são criados fatos [científicos] e máquinas, entramos no meio das controvérsias” (LATOURE. *apud* SILVA, 2006. p. 57).

Então, para desatar o nó epistemológico a fim de concretizar a democratização do conhecimento científico, deve-se entender a ciência como uma prática humana, logo social, o que quer dizer que ela não está isenta dos embates simbólicos. Isso ocorre porque, segundo Morin (2007 a), existe um constante desafio dentro do pensamento



complexo em trabalhar com as incertezas, isto é, admitir as diversas dimensões do conhecimento. Para tanto se faz necessário “encontrar o caminho de um pensamento multidimensional que, é lógico, integre e desenvolva formalização e quantificação, mas não se restrinja a isso.” (MORIN, 2007 a, p. 189).

Em busca, portanto, de um pensamento dialógico que aproxime conceitos conflitantes entre si, a proposta dos Estudos Culturais se mostra como uma alternativa na construção de um pensamento integrado e não multilante, pois considera originalmente, no processo investigativo, uma forte relação entre a ação investigativa e o contexto cultural em que se desenvolve (ESCOSTEGUY, 2000). Portanto, os Estudos Culturais propõem uma interdisciplinaridade que atente para a subjetividade e identidade, tanto do pesquisador quanto do(s) sistema(s) estudado(s), no caso da pesquisa científica.

Por ser “um campo de estudos onde diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade contemporânea.” (ESCOSTEGUY, 2000. p.137) a perspectiva dos Estudos Culturais não se configura como uma teoria com conceitos fechados, mas sim uma elaboração teórica aberta e versátil que enfatiza a crítica para produzir conhecimento (JOHNSON, 2000. p.10).

Dessa forma, o entendimento desse campo auxilia na consolidação de um pensamento multidimensional, tal como defende MORIN (2007 a), necessário para a reflexão e ação referente a divulgação científica. E é por isso que toda essa rede de conhecimento se faz necessária e presente na *práxis* do projeto de pesquisa Ciência e Comunicação na Amazônia – CIECz, desenvolvido na Universidade Federal do Pará, e pelo qual se busca colocar as estratégias de comunicação massiva<sup>7</sup> a serviço da ciência, a fim de fortalecer a divulgação científica como segmento da própria prática científica dentro e fora da universidade e alcançar o equilíbrio e o desenvolvimento sustentável na região amazônica.

---

<sup>7</sup> Thompson (2009) afirma que “o termo “massa” ao ser utilizado não deve ser reduzido a uma questão de quantidade”. Para o autor, o termo deve se referir não à quantidade de indivíduos que recebe os produtos midiáticos, mas a pluralidade de destinatários a que estes estão disponíveis. Nesse sentido a adoção do termo massiva, como indicado pelo autor, é uma tentativa de distanciamento daqueles que defendem ser a comunicação de massa um fenômeno definido única e exclusivamente pelo elevado número de pessoas alcançadas por determinada mensagem midiática (THOMPSON, 2009, p. 30).



## Algumas ações do projeto

O objetivo central do projeto CIECz está voltado para reflexão teórica orientada à produção de conteúdos e estratégias comunicacionais em diferentes linguagens midiáticas para a divulgação científica de iniciativas que buscam o equilíbrio social, cultural e ambiental da Amazônia. Para tanto, é necessário “fazer uma reflexão crítica a respeito do que é produzido em matéria de conhecimento científico e ter uma visão aprofundada sobre o assunto” (MALCHER, 2009. p. 10), para que se possa sensibilizar os diferentes públicos no que se refere a importância da divulgação científica e suas inter-relações com a comunidade em geral, por exemplo.

Nessa busca incessante pelo conhecimento tem-se nas reuniões do grupo de estudo formado pelas bolsistas PIBIC do CIECz, pesquisadores da UFPa e de outras instituições e demais pesquisadores ligados ao Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura (GPAC)<sup>8</sup>, combustível valioso para uma caminhada em busca do saber científico. Através das pesquisas, leituras, discussões em grupo a cada semana o quadro de referencial teórico da pesquisa se amplia e se consolida. Dessa forma as ações práticas do projeto são alicerçadas teoricamente permitindo a reflexão necessária a um projeto de pesquisa que assim contribui para a consolidação da área de divulgação científica e fortalecimento do campo da comunicação como campo científico, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará.

Dessa forma, até o presente momento alcançamos os seguintes objetivos:

- Formação de competências para a divulgação científica por meio das leituras realizadas no grupo de estudo e também da elaboração de textos para o site [www.ciecz.com.br](http://www.ciecz.com.br);
- Fortalecimento do campo da comunicação como campo científico através de produção científica na área para publicação em congresso e livro científicos;
- Aproximação das bolsistas do CIECz com diversos pesquisadores e áreas do conhecimento através de entrevistas e parcerias com centros de pesquisa dentro e fora da UFPa;

---

<sup>8</sup> O Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura (GPAC), a partir de estudo e reflexões sobre as dinâmicas das "Indústrias Culturais", orientados pelos Estudos Culturais, busca discutir e analisar a produção audiovisual, - videoclipe, telejornal, telenovela, cinema e outros - na contemporaneidade, estudando as relações que as mídias audiovisuais, enquanto meios e linguagens, estabelecem com questões de ordem histórico-sócio-cultural, bem como com as novas tecnologias, tanto no âmbito da produção, quanto no da forma, do conteúdo, da veiculação e da recepção (consumo).  
Texto retirado do endereço:  
<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0044609FOV5HQY>.



- Aproximação da população em geral com a ciência através da disponibilização de materiais (textos e demais produtos comunicacionais em áudio e vídeo) no site do CIECz e também por meio do Minuto da Universidade<sup>9</sup>;
- Ampliação do Minuto da Universidade, produto originalmente televisivo, para a linguagem radiofônica estabelecendo uma sólida parceria com a Rádio Web UFPA, projeto que visa divulgar e disponibilizar informações sobre as atividades científicas e acadêmicas desenvolvidas pela universidade;
- Participação e colaboração em diversas experiências de produção audiovisual atuando junto à equipe da Academia Amazônia.

## **Materiais e Métodos**

Entendendo os processos metodológicos de uma pesquisa como “o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade” (MINAYO, 1994. p. 16), busca-se nos Estudos Culturais um maior entendimento da prática social objeto deste estudo, a ciência e, por conseguinte a sua democratização por meio da divulgação científica.

Conforme explicitado anteriormente, os Estudos Culturais não comportam “um corpo fixo de conceitos” (ESCOSTEGUY, 2000. p. 136), mas se configura enquanto “uma área onde diferentes disciplinas interagem, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade” (HALL et AL., 1980, p. 7 *apud* ESCOSTEGUY, 2000. p. 137).

Essa busca pelo entendimento desse movimento teórico-político se configura com uma via necessária para o entendimento da divulgação científica na Amazônia, uma vez que sendo a comunicação um campo interdisciplinar esta precisa compreender as relações entre a cultura e a sociedade, algo extremamente necessário à divulgação significativa do conhecimento.

Sendo assim, as reflexões e ações do CIECz desenvolvidas até o momento só foram possíveis por causa do grande esforço e disciplina para semanalmente realizar o grupo de estudo através do qual foi possível realizar pesquisa bibliográfica, análise e

---

<sup>9</sup> O Minuto da Universidade é um produto audiovisual existente há nove anos, que tem como objetivo principal a divulgação em rede aberta de televisão das ações da UFPA. O Minuto é pensado e executado pela Academia Amazônia. Nos nove anos de exibição, o Minuto da Universidade tornou-se uma das importantes estratégias comunicacionais de divulgação, socialização de informações, serviços e resultados das ciências para a população, sendo conhecido e reconhecido pelo público em geral. Disponível em: [http://www.portal.ufpa.br/interna\\_minutodauniversidade.php](http://www.portal.ufpa.br/interna_minutodauniversidade.php)





debates com base nas seguintes leituras: “Moderna Tradição Brasileira” (Renato Ortiz); “A Interpretação das Culturas” (Clifford Geertz); “Cenas da Vida Pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina” (Beatriz Sarlo); “Identidade cultural na pós-modernidade” (Stuart Hall); “A mídia e a modernidade” (John B. Thompson); “A Cabeça bem-feita” (Edgar Morin); “Ciência com Consciência” (Edgar Morin); “Um Discurso sobre as Ciências” (Boaventura de Sousa Santos); “Pesquisa Social: teoria, método e criatividade” (Maria Cecília de Souza Minayo); “A televisão levada a sério” (Arlindo Machado).

Em uma breve análise percebe-se a necessidade de avançar nas leituras sobre audiovisual, algo que se pretende realizar nos próximos meses, em virtude principalmente de nossa área de atuação e também por conta das mudanças paradigmáticas que se desenrolam devido a convergência digital que acontece contemporaneamente, a citar a mudança do padrão analógico para a digital no caso da televisão por exemplo.

Ainda no desenvolvimento das atividades, as bolsistas do CIECz em colaboração com outros pesquisadores e profissionais realizaram:

- Entrevistas em áudio e vídeo<sup>10</sup> com pesquisadores de diversas áreas do conhecimento dentro e fora da UFPA;
- Publicação dos materiais em áudio e vídeo no site [www.ciecz.com.br](http://www.ciecz.com.br);
- Elaboração de matérias jornalísticas focando a divulgação científica;
- Participação em congressos locais e nacional na área de comunicação;
- Produção de artigo científico e capítulo de livro, evidenciando os conhecimentos adquiridos a partir do projeto;
- Levantamento de recursos imagéticos para a elaboração de produtos comunicacionais audiovisuais;
- Planejamento de todas as fases de produção dos produtos comunicacionais desenvolvidos (Pré - produção: pesquisa do tema; definição dos possíveis personagens; estudo de locação; elaboração do roteiro e plano de filmagens; fechamento do cronograma de execução; Produção: Processo de filmagens; direção da equipe; adaptação do roteiro (se necessário); pré-decupagem; Pós - produção: decupagem; montagem; finalização).

---

<sup>10</sup> Nesse processo contou-se com o apoio irrestrito da equipe da Academia Amazônia formado por um cinegrafista, um auxiliar de câmera e um editor. Além disso, contou-se ainda com a disponibilização de todo o material técnico como câmeras filmadoras, fitas DVCAM, iluminação, microfone, carro para deslocamento da equipe e ilha edição construção do produto final.





- Elaboração de plano de atividades para realização de uma oficina de Divulgação Científica, ministrada pelas bolsistas durante evento de recepção dos novos alunos do Curso de Comunicação da UFPA, em 2010.

### Alguns dos resultados

Entre os principais resultados efetivos dos primeiros seis meses de desenvolvimento do projeto CIECz está a aproximação do sujeito científico e do sujeito cidadão por meio, dentre outros produtos comunicacionais, da divulgação do Minuto da Universidade o qual foi ampliado da linguagem audiovisual para a linguagem radiofônica alcançando assim um público cada vez maior e diversificado. Essa ampliação não se configura somente como uma prática de elaboração de um produto comunicacional, mas neste caso, como um fortalecimento de frentes de pesquisas no campo da comunicação uma vez que essa ação envolve professores, alunos e demais profissionais tanto da Rádio Web UFPA, Academia Amazônia, Faculdade de Comunicação quanto dos demais centros e institutos da Universidade Federal do Pará.

A partir deste exemplo, pode-se ampliar a mesma realidade para as demais produções do CIECz que refletem em sua profundidade um enorme exercício de reflexão sobre a área da comunicação e não somente a sua prática. Neste momento vale à pena citar Demo (2006, p. 59), para lembrar que a “prática não aparece apenas como demonstração técnica do domínio conceitual”, uma vez que estudamos não somente para saber, mas também para atuar. Para Demo,

“[A] prática não é ir ver, passar perto, mas a união do fazer com o teorizar o fazer. No confronto salutar da teoria com a prática e vice-versa, motiva-se o verdadeiro especialista, sempre pesquisador. Além do natural aprofundamento, fomenta o pluralismo científico, que, embasado na inteligência criativa, é capaz de aprender dos outros, mudar de posição sem leviandade e conviver na dialética dos contrários”. (DEMO, 2006, p. 62)

Ainda dentro dessa perspectiva reflexiva, foi possível elaborar um estudo sobre o movimento histórico no Pará conhecido como *La Belle Époque*, o qual em virtude da exploração da borracha proporcionou um desenvolvimento social da cidade de Belém do Pará, tendo como ícones desse período a figura do intendente Antônio Lemos e outros signos da época como os palácios que ainda marcam a memória de ruas como a Avenida



Nazaré, os coretos das praças da República e Batista Campos, o Chalé de Ferro da UFPA, por exemplo.

A idéia do estudo foi aceita pela Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa (FADESP) e foi utilizado como pano de fundo do relatório anual dessa Instituição. Assim foi possível produzir um produto comunicacional constituído por um livro-relatório e um vídeo de sete minutos, os quais abordam o tema da *Belle Époque* e sua marcas na cidade de Belém. Através desta pesquisa foi possível dialogar com diversos pesquisadores e entender o que anteriormente mencionei acerca da “transcodificação” dos saberes, o que exige um mergulho nas diferentes áreas envolvidas na produção.

Além disso, associando duas áreas do conhecimento, Comunicação e Artes, o CIECz, em conjunto com ao Instituto de Ciências da Arte, promoveu a divulgação do Projeto Corredor Cultural por meio de um *spot* (produto comunicacional para rádio), um VT (produto comunicacional para televisão), veiculados nas rádios da cidade e na TV Liberal, respectivamente, e por fim o material filmado gerou um Minuto da Universidade, divulgado na Rede Brasil Amazônia de Comunicação e ainda no site da Universidade Federal do Pará. O Minuto no site é sempre acompanhado de um texto que amplia a abordagem do audiovisual trazendo dados que neste caso refletiram sobre as políticas culturais na cidade.

Ainda nessa linha, foi possível atuar na produção de um programa de TV, que em verdade, se configura como projeto de extensão da UFPA, unindo a Faculdade de Comunicação e a equipe do recém-inaugurado Teatro da UFPA, denominado “Ribalta”<sup>11</sup>, que propõe a interseção entre os campos da comunicação, do teatro e da dança. Nesse processo, além atuar em todas as fases de produção do programa, estabelecer a relação com a mídia local, elaborando as estratégias de comunicação entre as áreas envolvidas foi possível, também, realizar uma pesquisa *Qualy*, por meio da qual foi possível envolver outros estudantes da graduação em comunicação da UFPA e refletir sobre a construção do programa. Para tanto foram elaborados questionários, que respondidos pela platéia, apontam dados valiosos para os próximos programas a serem gravado nos próximos meses. Além disso, foi feito ainda uma observação sistemática participativa antes, durante e depois do programa.

---

<sup>11</sup> Esta ação pretende sistematizar e divulgar conhecimento sobre o Teatro e a Dança, através de uma coleção de DVD's com programas que têm em seu formato entrevistas sobre a vida e a contribuição para aquela arte deixada por referências paraenses nestas áreas do conhecimento.



Outros resultados significativos são enumerados a seguir:

- Produção de artigo científico para publicação em livro;
- Produção de artigo científico, publicado em congresso nacional da área de comunicação;
- Forte influencia dos referenciais teóricos obtidos por meio do projeto, nas disciplinas da graduação, culminando na produção (quando necessário) de produtos comunicacionais que enfatizem a divulgação científica, os quais serão disponibilizados nas Redes IFES;
- Elaboração de textos para o site do projeto e/ou site da UFPA;
- Participação em grupo de estudo que envolve vários pesquisadores da UFPA e fora dela;
- Incorporação de novos colaboradores no projeto de áreas diversas como secretariado e ciência da computação;
- Colaboração no projeto Caravana Pará Tecnológico que objetiva divulgar o que é produzido cientificamente no Instituto de Tecnologia (ITEC) da Universidade Federal do Pará e também incentivar os estudantes do nível médio do Estado do Pará a ingressarem nas áreas das nove Engenharias e Arquitetura e Urbanismo que a Instituição oferece. Vale ressaltar que esta parceria, a qual deu origem a onze vídeos de divulgação científica, entre os dois projetos só foi possível graças a participação e envolvimento da Academia Amazônia, ITEC-UFPA, alunos, professores e demais profissionais da UFPA.

### **Algumas barreiras na execução do projeto**

Entre as principais dificuldades que interferiram direta e indiretamente na execução do projeto estão: a carência de recursos financeiros e pessoais para a transformação do site do CIECz em um portal de divulgação científica; incompatibilidade técnica entre o sistema informacional da universidade e a plataforma da Rede IFES, na qual todo o material produzido pelo CIECz e os demais, já reunidos, elaborados pelos alunos das graduação em diversos cursos da UFPA, devem ser disponibilizados; manutenção da *newsletter*, que atualmente está sendo estudada, visando a melhor forma de otimizar as informações no site.



## Conclusão

A formação a pela iniciação científica é algo que passa pela conscientização do ser social. Isso implica no reconhecimento, no caso do CIECz, do campo da comunicação como o “local” que referencia este metiê, e não como local para a produção de matérias jornalísticas, peças publicitárias, releases, ou seja, fórmulas para pautar a mídia diária.

Isso quer dizer que o pesquisador da comunicação precisa ter a necessidade de enxergar além do superficial, fazendo as relações necessárias e pertinentes com vários outros campos da sociedade, escutar o outro e tentar compreendê-lo buscando sensibilizá-lo para complexidade da comunicação, como ciência e prática. Para isso é necessário perceber que comunicação *não é brincadeira de criança*. Assim é preciso buscar a consolidação das bases teóricas que consolidam o campo da comunicação. É preciso conhecer sua gramática sendo, assim, capaz de realizar uma profunda, ou pelo menos alguma, auto-reflexão.

Por toda a *práxis* desenvolvida até o momento a equipe do CIECz segue em busca de alternativas comunicacionais cada vez mais significativas para permitir que o conhecimento científico fique acessível para diferentes pessoas, com variados repertórios culturais e não apenas disponível como comentado anteriormente.

A comunicação deve estar a serviço de um mundo melhor, por isso o seu reconhecimento (e institucionalização) enquanto campo científico é fundamental para o fortalecimento das pesquisas no campo e na área da divulgação científica, que carecem infinitamente de fomento.

## Referências Bibliográficas

DEMO, Pedro. **Pesquisa: princípio científico e educativo**. São Paulo: Cortez, 2006.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz T. (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz T. (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MALCHER, Maria Ataíde. **Ciência e Comunicação na Amazônia CIECz**. Projeto de Pesquisa. 2009.

MALCHER, Maria Ataíde. PAULA, Leandro Raphael N. de. **Ciência e Comunicação na Amazônia: aliadas na construção de boas práticas na gestão e recuperação de propriedades rurais**. Relatório técnico científico aprovado pelo CNPq. 2008.



MALCHER, Maria Ataíde. PAULA, Leandro Raphael N. de. COSTA, Suanny Lopes. Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa. Relatório de atividades de gestão 2008: **La Belle Époque**. Belém, 2009. Inclui apêndice ISSN. 2175-8417

MINAYO, Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORIN, Edgar. **A Cabeça Bem Feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

\_\_\_\_\_. **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007 a.

\_\_\_\_\_. Introdução ao Pensamento Complexo. Porto Alegre: Sulina, 2007 b.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2005. 2ª ed.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma Ciência Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SILVA, Henrique César da. O que é divulgação científica? **Ciência & Ensino**, v. 1, n. 1, dezembro de 2006. p. 53-59. Disponível em: <http://www.ige.unicamp.br/ojs/index.php/cienciaeensino/article/viewFile/39/98>

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

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

\_\_\_\_\_. **Pensar a Comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.