

**Divulgação Científica Nas Redes Sociais:
Breve Olhar Sobre O Conteúdo Jornalístico Da Universidade Do Estado Do
Amazonas No Facebook¹**

Vanessa Barbosa BRITO²
Instituto Leônidas e Maria Deane (ILMD – Fiocruz Amazônia)³

RESUMO

A divulgação científica é um mecanismo para inserir as instituições públicas de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) e suas atividades com destaque nos meios de comunicação. O artigo se insere neste contexto tendo em vista a importância da elaboração de ações de divulgação para implementação em instituições de ensino e pesquisa, em especial na Universidade do Estado do Amazonas (UEA). Um estudo de caso sobre os conteúdos de divulgação científica em rede será construído após um breve olhar de dados por meio da rede social Facebook.

Palavras-Chave: Comunicação; Ciência; Divulgação Científica; Redes Sociais.

1 – INTRODUÇÃO

A divulgação científica na região amazônica é um desafio. Apesar da diversidade de informações disponíveis nas instituições de ensino e pesquisa, como a Universidade do Estado do Amazonas (UEA), a divulgação e a popularização da Ciência ainda encontram dificuldade dentro da divulgação de ações nas instituições. Tendo em vista o grande potencial de democratização da informação surgido também com o advento da Internet e das novas tecnologias da informação, a divulgação científica ganha destaque na comunicação das instituições.

No Amazonas, a Secretaria de Estado de Planejamento, Ciência e Tecnologia (Seplanct) foi criada com a função de formular e gerir a política estadual de CT&I articulando esforços, a fim de que o conhecimento produzido nas universidades, centros de pesquisa e laboratórios

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e especialista em Divulgação e Jornalismo Científico em Saúde e Ambiente na Amazônia no Instituto Leônidas e Maria Deane (ILMD-Fiocruz), email: vanessa.barbosabrito@gmail.com

³ Instituição de Pesquisa que abrigou o curso de Especialização em Divulgação e Jornalismo Científico em Saúde e Ambiente na Amazônia, o qual teve esta pesquisa apresentava como trabalho final.

seja revertido em alternativas eficazes para a promoção do desenvolvimento sustentável, humano e solidário. A instituição encabeça o Sistema Público tanto de estratégia como de ações de CT&I composto por instituições como a UEA e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), que também tem a função de atuar como incentivadora de políticas e ações voltadas para a divulgação científica e a popularização da Ciência.

A divulgação nas instituições de ensino e pesquisa tem percorrido muitos caminhos de conquistas com o surgimento de estratégias voltadas para esse tipo de divulgação. Segundo Massarani (2002, p.9), novos centros e museus da Ciência foram criados, além do surgimento de livros, revistas, a realização de conferências públicas e eventos de divulgação em todo o País. Outro destaque fica por conta do olhar dos meios de comunicação de massa para conteúdos como biotecnologia, que despertam o interesse de parte da sociedade com foco em atividades e conceitos ligados a modernização dos bens de produção e serviço para o futuro.

A divulgação destes assuntos registra avanços no decorrer dos anos, mas o que se percebe é que ainda existe dificuldade em relação a uma divulgação científica e de popularização da Ciência concomitante ao alcance geral dessas informações por parte da população. Massarani (2002, p.10) afirma que, frequentemente, essa divulgação é vista e praticada ou como uma atividade voltada, sobretudo, para o marketing científico de instituições, grupos e indivíduos, ou como uma empreitada de “alfabetização”.

É notório, que existe essa diferenciação e a deturpação do conceito de divulgação científica, e neste sentido, faz-se necessária uma maior atenção para a formação de profissionais cada vez mais especializados para atuar nesse campo e também da maior atenção por parte das instituições para a divulgação de seus conteúdos de forma isenta, democrática e abrangente. É importante também identificar a diferença entre a divulgação científica que, segundo Bueno (2009, p.162) compreende a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo. Já a comunicação científica está relacionada à transferência de informações científicas destinadas aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento.

Ambos os conceitos estão relacionados à difusão do conhecimento, mas se diferenciam na percepção dos públicos. Conforme Bueno (2010, p.2) existe uma diferenciação no público-alvo das ações de divulgação e comunicação científica.

“O público difere, fundamentalmente, nos processos de comunicação e de divulgação científica. No primeiro caso, está identificado com os especialistas, ou seja, pessoas que, por sua formação específica, estão familiarizadas com os temas, os conceitos e o próprio processo de produção em Ciência e Tecnologia. No segundo caso – divulgação científica – ele é, prioritariamente, um não iniciado, quer dizer, não tem, obrigatoriamente, formação técnico-científica que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos que respaldam o processo singular de circulação de informações especializadas”. (BUENO, 2010, p.2)

A comunicação científica restringe a informação entre os cientistas e seus pares, enquanto que a divulgação científica deve cumprir o papel de informar a todos os que têm acesso aos meios de comunicação, bem como propor iniciativas que visam informar para além dos veículos de comunicação tradicionais e outras mídias, comunicando conhecimento em exposições, palestras, e etc. A divulgação científica de uma instituição é prioridade ainda para informar o que se é produzido em termos de conhecimento científico para benefício da sociedade.

2 – POPULARIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA

A popularização da Ciência é importante para a democratização do conhecimento entre a população. As universidades tornam-se necessárias na concretização de projetos que podem promover tanto a melhoria da qualidade de vida da população como impulsionar a novas descobertas no campo do conhecimento científico. As estratégias de divulgações dessas ações são imprescindíveis para o melhor entendimento do que é produzido e maior transparência dos recursos investidos em C&T em todo o país. Atualmente, a Ciência e as descobertas do ponto de vista da inovação tecnológica estão cada vez mais presentes nas universidades e centros de pesquisa e desenvolvimento em todo o país.

O aumento da formulação de políticas públicas para a Ciência, Tecnologia e Inovação traz consigo transformações na sociedade e mudanças na estrutura social, econômica, política e também na mentalidade da população. Segundo Bonacelli e Salles (2005) o Brasil, nos últimos 10 anos, assistiu a um processo de mudança no seu quadro institucional de

promoção e de execução de atividades de ciência, tecnologia e inovação. Esse processo tem, basicamente, cinco indicadores principais que se entrelaçam: a) ampliação da percepção pública sobre a importância do desenvolvimento científico e tecnológico no cotidiano das pessoas; b) ampliação dos investimentos em ciência, tecnologia e inovação – CT&I com aumento da participação relativa do setor privado; c) alteração no espírito e nos rumos da política pública de CT&I; d) aumento dos indicadores de produção científica e de formação de recursos humanos qualificados para projeto e desenvolvimento - P&D; e, e) maior importância relativa da temática de CT&I na agenda política do país.

A democratização da informação sugere o papel de destaque das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's) na sociedade atual que diz respeito principalmente à valorização da informação. Teixeira e Brandão (2003, p. 3) afirmam que o papel de destaque das TIC's na sociedade é atribuído também à valorização da informação. O sistema público de C&T brasileiro é composto por várias entidades: laboratórios, centros e institutos de pesquisa e ensino, agências de fomento, unidades reguladoras e institutos de estudos e estatísticas. Atribui-se aos institutos e centros de pesquisa um papel cada vez mais relevante nesse sistema, e os identificam como partes importantes nas políticas de desenvolvimento econômico e na busca da competitividade internacional (CGEE, 2010).

No Amazonas, a Universidade do Estado do Amazonas (UEA) tem a missão de popularizar conhecimentos e tecnologias para o estado. Tendo em vista o potencial da Universidade para o cenário científico e tecnológico no País faz-se necessário repensar as atuais estratégias de divulgação institucional estabelecidas. Albagli (1996, p.2) afirma que a popularização da ciência ou divulgação científica pode ser definida como uso de processos e recursos técnicos para a comunicação da informação científica e tecnológica ao público em geral. Massarani (2009) atribui à divulgação científica as várias estratégias usadas para promover a Ciência para o público, com o objetivo macro de educar, aumentar a consciência e apoiar a Ciência.

“[...] a ciência é uma força democrática como foco na integridade, objetividade e igualdade que pode ter impacto na vida dos cidadãos. [...] a divulgação científica usa relações públicas,

campanhas publicitárias, ferramentas de marketing, folhetos, livros, festivais e museus de ciência” (MASSARANI, 2009, p.98).

Outra questão passível de ser destacada diz respeito a própria característica da divulgação científica. Atualmente, os meios de comunicação de massa procuram divulgar ações sobre Ciência tendo como base estratégias atrativas por determinado público para determinada atividade no campo científico. A mídia não estimula uma postura reflexiva por parte do público, enfatizando apenas os aspectos mais vendáveis dos fatos científicos.

Nesse contexto, ainda na divulgação em Ciência é importante formatar as estratégias de um plano de comunicação específico para determinadas áreas da Ciência, da Pesquisa e da Inovação principalmente quando o foco é a comunicação integrada.

Caldas (2010, p.32) lembra que a Ciência e a Tecnologia têm influência na qualidade de vida das pessoas, e é imprescindível levar à opinião pública o contraditório, as relações de poder e interesses, legítimos ou não, que envolvem o processo de divulgação científica. Segundo ela, democratizar o conhecimento passa por uma visão crítica e educativa que possibilite refletir sobre práticas de produção científica e a maneira com que estão acessíveis a sociedade.

Caldas (2010, p.32) ainda questiona que a mera reprodução do saber fornecida sem senso crítico para a população é prejudicial. Conforme a pesquisadora, se o objetivo da divulgação científica for a mera reprodução do saber sem interlocução crítica e analítica, como é possível educar a sociedade para que, de fato, compreenda os mecanismos da produção científica para uma escolha consciente?

3 – DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REDE SOCIAL FACEBOOK

Tendo em vista a variedade de blogs, portais e sites de divulgação científica no País desde o lançamento da internet no Brasil, muitos espaços cibernéticos surgiram, ampliaram-se ou foram extintos com o passar do tempo. Com o avanço da era digital, o ambiente da web se tornou um dos mais propícios para publicação de variados assuntos, incluindo neste contexto, os temas referentes à Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I).

A Universidade do Estado do Amazonas (UEA) também se utiliza das ferramentas disponível na internet para a divulgação de conteúdos e os dois principais canais de divulgação e proximidade com o público é a rede social Facebook. Grande parte do conteúdo publicado nos sites ou portais atuais de CT&I ainda segue o modelo impresso de se produzir notícia, ou seja, o uso de pirâmide invertida. A linguagem acaba sendo incorporada a outros meios de comunicação, incluindo o Facebook. Canavilhas apud Rodrigues (2009, pag14) cita:

“Marshall McLuhan afirmava que o conteúdo de qualquer médium é sempre o antigo médium que foi substituído. A internet não foi exceção. Devido às questões técnicas, a internet começou a distribuir os conteúdos do meio substituído – o jornal”.
(CANAVILHAS apud RODRIGUES, 2009, p.14)

Brito e Guimarães (2013, p.2) afirmam que as iniciativas que buscam um novo formato seguem uma tendência híbrida de linguagem da notícia jornalística, ou seja, não há um formato de notícia exclusivamente *on-line*. Da publicação de reportagens, sem o envolvimento de leitores, às produções jornalísticas empenhadas em valorizar as características da web, é interessante ressaltar a inserção constante de ferramentas, como as mídias sociais, que são incorporadas para potencializar a troca de informação entre usuários.

A partir da integração de notícias pela Web, houve mudança também no modo de transmissão de mensagens para o público em geral. Desde o advento da publicidade e da divulgação de notícias em caráter comercial, as empresas de comunicação começaram a adotar novos sistemas para a produção de conteúdos e também agregaram o uso de novas tecnologias e de Tecnologias da Informação (TIC's).

Girard (2009, p.90) alega que as próprias esferas públicas são interconectadas, mas estão todas centradas no advento da informação. O autor também é assertivo acerca da existência de trocas simbólicas administradas em rede, na interação entre os cidadãos no ciberespaço que passa a ser digital. A Internet, cibernética e o próprio ciberespaço são apenas um dos meios de comunicação entre pares ou na troca de interesses nas comunidades.

As redes sociais digitais se transformaram em verdadeiros fenômenos na Internet e também auxiliam a divulgação científica. O Facebook é na atualidade a rede social mais popular por reunir grupos de pessoas com interesses comuns e proporcionar troca de informações e experiências através do universo on-line. A rede social é vista como potencial para a popularização de conteúdos por meio de portais institucionais como os da Universidade do Estado do Amazonas.

A página principal do Facebook mostra as últimas atualizações de amigos e uma caixa onde é possível compartilhar informações, texto curtos, pensamentos, notícias, vídeos e etc. Na página da UEA no Facebook, prevalece a divulgação de matérias jornalísticas que também repercutem no portal institucional. A rede social não é predominantemente utilizada para divulgação científica, pois agrega na maior parte do tempo o conteúdo institucional. A *fanpage* da UEA possui um total de 16.323 fãs que interagem na rede social tanto com “curtidas” em fotos e publicações como em comentários e compartilhamentos de conteúdos na sua página pessoal.

Na página da Universidade no Facebook é possível chamar atenção do internauta por meio de postagens que também sugerem mais conteúdos no portal institucional ou nas mídias onde as notícias são repercutidas. Um exemplo é a reportagem do portal de notícias G1 Amazonas com o título “Pesquisador da UEA faz minidicionário em libras para índios da tribo Sateré Mawé”. A publicação teve um alcance 5.134 pessoas, 209 curtidas, 41 compartilhamentos e oito comentários. Por meio dela, o internauta pode ter acesso a uma reportagem divulgada na TV Amazonas – afiliada da Rede Globo em Manaus – onde o pesquisador Marlon Jorge explica a produção de um minidicionário trilingue para indígenas da etnia. (Ver anexo 1). Em outro exemplo, a publicação no Facebook partiu de conteúdo publicado por meio do portal de notícias institucional da Universidade. A publicação conta com um parágrafo explicativo sobre o “Projeto Giulia – A mão que fala” e em seguida dispõe do link notícia com mais informações sobre o projeto com três fotografias do evento de lançamento realizado na Escola Superior de Tecnologia (EST) da UEA, em Manaus. (Ver anexo 2)

A publicação no Facebook contou com um total de 65 curtidas, mas não registrou repercussão em compartilhamentos nem comentários de internautas. Seguindo a mesma

linha de divulgação de projetos de cunho científico-tecnológico, outra publicação de destaque na página da Universidade foi a apresentação do Robô Humanoide NAO. O robô auxilia no desenvolvimento de pesquisas do Laboratório de Tecnologia Assistiva da Universidade. A postagem do álbum de fotos rendeu 53 curtidas e um comentário à página. (Ver anexo 3)

4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após esta análise dos conteúdos de divulgação científica no Facebook da Universidade do Estado do Amazonas, é notável que esta atividade ainda é restrita no âmbito deste canal de comunicação específico. A ampla divulgação de projetos e ações desenvolvidos na Universidade tem crescido, mas as publicações ainda se resumem a casos pontuais e não rotineiros. Faz-se necessária tanto maior preocupação com conteúdos de divulgação científica em detrimento a conteúdos institucionais, quanto à necessidade de criação de uma nova linguagem jornalística para capturar mais a atenção de leitores e internautas.

Observa-se ainda a questão do impacto e valor da notícia que acaba atraindo a maior quantidade de acessos ou interação. Neste sentido, temos o exemplo da notícia sobre o minidicionário para indígenas surdos da etnia Sateré Mawé. Apesar de a reportagem ter sido divulgada em outra mídia – em emissora de TV –, a notícia ganhou repercussão pela qualidade do conteúdo e também impacto social, por se tratar de um projeto voltado para inclusão da comunidade surda e pela dissertação de Mestrado ter sido apresentada pelo primeiro aluno surdo a adquirir o título de mestre na Universidade.

A inserção de conteúdos de divulgação da Ciência para a promoção da democratização desse conteúdo não apenas entre pesquisadores e comunidade científica, mas entre a população em geral, que também tem acesso às redes sociais e ferramentas de interação, deve fomentar mais estudos voltados à compreensão do uso do Facebook e outras mídias digitais na divulgação de pesquisas e estudos científicos com disseminação nos meios de comunicação e popularização da Ciência na sociedade.

A partir deste breve olhar sobre o conteúdo divulgado pela Universidade do Estado do Amazonas, o objetivo é chamar a atenção para o uso de novas ferramentas comunicacionais

para a difusão de conhecimento que possa ser apropriado fora da Universidade, entre internautas e público leigo que não têm acesso a mesma quantidade de informações de pesquisadores e cientistas no meio acadêmico. O intuito é procurar novas estratégias para melhorar a divulgação científica e utilizá-la como meio para alcance geral de informações que beneficiem a todos.

5 – ANEXOS



UEA AM
 Universidade do Estado do Amazonas

Publicado por Isabella Santos [?] · 2 de julho às 10:50 · 🌐

Pesquisador da UEA faz minidicionário em libras para índios da tribo sateré-mawé. Em Jornal do Amazonas, dia 1º de julho de 2015.
<http://goo.gl/AuA0Yh>

Paine → **Palha**
Pajé → **Libras**

Pesquisador da UEA faz minidicionário em libras para índios da tribo sateré-mawé - G1 Amazonas -...
 Autor é surdo e percebeu necessidade de indígenas.
 G1.GLOBO.COM

5.134 pessoas alcançadas Impulsionar public...

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 Tatiane Almeida, Cris Barbosa, Paulo Bahia e outras 206 pessoas curtiram isso. Mais recente ▾

🔄 41 compartilhamentos

Anexo 1. Imagem: Reprodução

UEA **UEA_AM** adicionou 3 novas fotos.
 Publicado por Vanessa Brito [?] · 18 de maio · 🌐

A UEA lançou, nesta segunda-feira (18), por meio do Núcleo de Robótica e Automação da Escola Superior de Tecnologia (EST), o "Projeto Giulia - A mão que fala". Com o Projeto Giulia, foi desenvolvida uma pulseira com sensor capaz de traduzir em som o significado de movimentos de quem está utilizando o equipamento. Saiba mais: <http://migre.me/pUoBo>





1.689 pessoas alcançadas Impulsionar public...

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 Maick Soares, Daniela Cavalcante, Cleide Brasil e outras 62 pessoas curtiram isso.

Anexo 2. Imagem: Reprodução



Anexo 3. Imagem: Reprodução

6 – REFERÊNCIAS

ALBAGLI, Sarita. **Divulgação científica: informação científica para cidadania**. V.25. Brasília, 1996.

BUENO, Wilson da Costa. **A Comunicação Empresarial Estratégica: Definindo os Contornos de um Conceito**. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 11-20, jan./jun. 2005

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil**. Porto CM, org. Difusão e Cultura Científica: alguns recortes [on line]. Salvador. Edufba, 2009.

CALDAS, Graça. **Divulgação Científica e Relações de Poder**. Londrina, V.15, 2010.

GIRARD, Liráucio. Trocas simbólicas no ciberespaço e os processos de construção de esferas públicas interconectadas. **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro. E-papers, 2009.

MASSARANI, Luísa. **Ciência e Público: Caminhos da Divulgação Científica no Brasil**. Casa da Ciência/ Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2002.

MASSARANI, Luísa. **Curso On Line de Jornalismo Científico**. Rio de Janeiro: Museu da vida: Fiocruz, 2009.

SALLES-FILHO, S; BONACELLI, M.B.M. **Trajetórias e agendas para os institutos e centros de pesquisa no Brasil**. Revista Parcerias Estratégicas/ Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, documento para a 3ª Conferência Nacional de Ciência e Tecnologia e Inovação. Brasília, 2005.