

---

## Comunicação Pública e Divulgação Científica: Um Estudo de Caso do Website Institucional da UFRJ<sup>1</sup>

Camila Christina Sales CARNEIRO<sup>2</sup>

Carolina Fernandes CUNHA<sup>3</sup>

Adriana OMENA SANTOS<sup>4</sup>

Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Uberlândia, MG

### RESUMO

O presente artigo buscou entender como é feita a divulgação científica da UFRJ a partir de estudo de caso do website institucional da Universidade, a fim de refletir e problematizar, num panorama maior, sobre a realização da Comunicação Pública da Ciência por universidades públicas brasileiras e sua relação com a cultura científica do país. Para isso, o trabalho realizou uma Análise de Conteúdo do website da Universidade, observando como é abordada nele a pesquisa, ciência e comunicação. A análise concluiu que a divulgação científica da universidade pelo website mostra muitos aspectos positivos, como apropriação de diversas mídias e a busca em incluir o usuário nas discussões acadêmicas em algumas delas; porém, também apresenta problemas, tanto técnicos como de linguagem, principalmente se consideradas as especificidades da Comunicação Pública da Ciência.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Pública; Divulgação Científica; UFRJ

### INTRODUÇÃO

A cultura digital que transformou as relações e interações humanas nas últimas décadas possibilitou um maior acesso à informação por parte dos cidadãos, assim como ferramentas, técnicas e suportes mais diversos para a divulgação dessas informações por parte de instituições que possuem o objetivo de comunicá-las.

Dessa forma, é importante colocar em pauta a relevância de tal cenário com inúmeras atividades da comunicação, entre elas a Comunicação Pública da Ciência (CPC) e, em uma perspectiva maior, o papel que ele tem dentro da cultura científica da sociedade. Neste sentido, é relevante refletir sobre as possíveis contribuições que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém-formada no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e-mail: [camilascarneiro@gmail.com](mailto:camilascarneiro@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de graduação no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e-mail: [carolinafercunha@gmail.com](mailto:carolinafercunha@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora no curso de Jornalismo e no mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: [adriomena@gmail.com](mailto:adriomena@gmail.com)

---

instituições nacionais produtoras de ciência e tecnologia — articuladoras fundamentais da cultura científica de um país — realizam com sua respectiva divulgação científica, feita por meio de Tecnologias da Informação e Comunicação.

Entende-se que a Comunicação Pública da Ciência (CPC), realizada por meio da divulgação científica ou de outras iniciativas, é necessária para a sociedade por ter a função de comunicar a ela o que é de interesse público no que diz respeito à ciência já que, como aponta Brandão (2006, p. 4), não é só pelo dinheiro público investido para fomentar pesquisas e a consequente necessária prestação de contas mas, também, pelo peso que os resultados de pesquisas têm de interferência na sociedade, que incorporam preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas.

Tendo em vista que universidades públicas são fundamentais na produção científica do país, torna-se relevante, então, refletir sobre o papel da CPC nelas e como ele está sendo realizado. Assim, considera-se importante o estudo da correlação entre o que é produzido academicamente e sua divulgação por parte das próprias instituições públicas, a fim de entender como a CPC está sendo exercida nos parâmetros de aproximar a sociedade do que é produzido nas universidades.

Dessa forma, o presente trabalho propõe analisar como é realizada a Comunicação Pública da Ciência por meio de divulgação científica da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mais especificamente junto ao website institucional. A escolha por esta universidade específica foi feita considerando sua relevância por, atualmente, ser considerada pelo Center for World University Rankings (CWUR)<sup>5</sup> como a melhor universidade federal do Brasil e, como afirmado no próprio website da instituição<sup>6</sup>, é a universidade federal mais inovadora e mais antiga do país. O recorte faz parte, também, de uma pesquisa maior, em andamento e que pretende fazer o estudo junto às instituições e países representados no Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT)<sup>7</sup>.

Ainda é importante destacar que a escolha pela análise a partir da ferramenta digital online se deu por considerar-se seu alcance massivo na contemporaneidade e,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://cwur.org/2020-21.php>. Acesso em 3 set. 2020.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://saladeimprensa.ufrj.br/institucional/>. Acesso em 3 set. 2020.

<sup>7</sup> O Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia, o INCT-CPCT, é uma rede de grupos de pesquisa que envolve mais de uma centena de pesquisadores de universidades e instituições científicas de todas as regiões brasileiras e, também, de outros países. O INCT-CPCT trabalha em 4 principais linhas de pesquisa, integradas entre si: 1) Percepção pública da C&T; 2) Ciência na mídia: estudos de representações sociais, das relações entre ciência e mídia e de audiência/recepção; 3) Estudos em museus de C&T e outros espaços científico-culturais; 4) Políticas públicas em popularização da C&T e participação cidadã.

---

consequentemente, sua alta influência na sociedade. Segundo a pesquisa Digital 2020 (We Are Social, 2020), em janeiro de 2020 foram reportados mais de 150 milhões de usuários brasileiros na internet, o equivalente a 71% da população.

Assim, foi realizada uma pesquisa descritiva, com levantamento documental e utilizando a Análise de Conteúdo, do website oficial da UFRJ, a fim de compreender e descrever criticamente como é feita a sua Comunicação Pública da Ciência (CPC), observando aspectos relacionados à divulgação científica da instituição.

Ainda cabe ressaltar, de maneira geral, que este trabalho é proposto considerando que estudos neste âmbito devem ser realizados a fim não só de melhor compreender como é feita a divulgação científica, mas, também, trazer a reflexão de possíveis melhorias como, por exemplo, adaptação de linguagem, de estilo, suportes e canais de comunicação, visando atingir os mais diversos públicos fora do ambiente acadêmico.

Por fim, acrescentamos que o trabalho foi dividido em duas etapas: primeiramente, foi realizado levantamento bibliográfico sobre Comunicação Pública (CP) e Comunicação Pública da Ciência (CPC), utilizando conceitos das autoras Elizabeth Brandão (2006) e Bruna Manso (2015). Em seguida, realizou-se o levantamento e análise de dados do website da UFRJ.

## **2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Ao se discutir Comunicação Pública (CP), é interessante primeiro relembrar que atualmente não há consenso quanto à sua definição e que o tema ainda não é amplamente discutido entre pesquisadores e profissionais da área da comunicação. Porém, como aponta a autora Elizabeth Brandão (2006), mesmo com a ausência de consenso quanto ao verdadeiro significado do conceito, muitos autores acreditam que a CP pode ser aplicada a várias áreas de conhecimentos como comunicação organizacional, científica, governamental, política e como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada, tornadas públicas e atendendo ao interesse público.

Dessa forma, a autora esclarece que há grande diversidade no uso de conceitos relacionados à CP, já que “[...] a comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção” (BRANDÃO, 2006, p. 1). Ainda segundo a autora, apesar de haverem

---

diversos significados possíveis dentro da conceituação da CP, um ponto em comum entre eles é o objetivo de informar em prol da cidadania, ou seja, é um processo que une o Estado, o governo e a sociedade na construção de direitos voltados à cidadania.

Entre as diferentes áreas em que se encaixa o uso da expressão referente à Comunicação Pública, Brandão (2006) aponta cinco: a Comunicação Organizacional, a Comunicação do Estado e/ou Governamental, a Comunicação Política, as estratégias de comunicação da sociedade civil organizada e a Comunicação Científica, sendo esta última a relacionada a esta pesquisa. A autora esclarece que todas essas áreas são consideradas processos comunicativos voltados para a esfera pública, levando em conta que seja realizada ponderando o que é interesse público, bem como o que promove a cidadania e também assegurar o funcionamento da democracia — portanto, deve ser praticado por diversos setores públicos da sociedade, incluindo as instituições de ensino superior.

A autora também discorre acerca da esfera pública relacionada à CP. Neste ponto é relevante ressaltar que o “[...] debate que se dá na esfera pública entre Estado, governo e sociedade, sobre temas de interesse coletivo. Trata-se, na verdade, de um processo de negociações através da comunicação, próprio das sociedades democráticas” (DUARTE, 2009, p. 11). Dessa forma, e lembrando o objetivo apontado por Brandão sobre a CP ser um trabalho voltado à cidadania, considera-se assim que as universidades públicas são órgãos cujo papel também pode ser considerado como o de possibilitar para a sociedade o acesso à informações que são de interesse público. Assim, com o intuito de compreender melhor a Comunicação Pública da Ciência relacionada à produção acadêmica, o subtópico a seguir abordará essa área de forma mais específica.

## **2.1 Comunicação Pública da Ciência (CPC)**

A Comunicação Científica, tema deste trabalho, é apontada por Elizabeth Brandão (2006) como uma das cinco áreas do conhecimento que estudam a CP, sendo definida por ser um campo que objetiva, a partir de diversas atividades e canais, integrar a ciência e a vida cotidiana das pessoas, ou seja, visa “[...] despertar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante”. (DUARTE, 2003; *apud* BRANDÃO, 2006, p. 03).

Neste sentido, ressalta-se também que é considerado existirem diversos estágios que demarcam a CPC, que podem ser alinhados às realizações por parte das próprias universidades públicas - entre eles a divulgação científica e também assessoria de imprensa, com a prática de divulgar informações que dizem respeito às produções que ocorrem na respectiva instituição, como é o caso de portais institucionais informativos, que é o objeto de estudo proposto neste trabalho.

Considerando então que a CPC democratiza o acesso à informação e é papel das universidades como órgãos públicos — devendo ser realizada viabilizando o funcionamento da democracia e a cidadania das pessoas —, é relevante destacar a importância da comunicação realizada e, além disso, problematizar como ela é feita, a fim de aprimorá-la, já que

[...] entende-se, sobretudo, o peso da responsabilidade da comunicação das instituições que trabalham com pesquisa na divulgação de seus resultados, com o exercício de fazê-los chegar ao público por meio da mídia ou outras ferramentas que garantam maior forma de divulgação da ciência, viabilizando assim a comunicação pública da ciência. (SANTOS, 2018, p. 4).

Ainda sobre a comunicação pública da ciência que deve ser realizada pelas instituições públicas relacionadas à pesquisa, a autora Bruna Manso (2015) contextualiza que esta é inerente à formação da cultura científica se caracteriza como um “espaço substancial de mediação e diálogo entre a academia e a sociedade, envolvendo relações e conflitos por atores sociais dos mais variados ambientes”. A autora também aponta que o princípio do conceito da cultura científica “[...] está em circulação nos meios sociais onde se formam a opinião pública” (MANSO, 2015, p. 2). No que diz respeito a como deve ser realizada a mediação para com os sujeitos da sociedade, a autora ainda aponta que

A comunicação pública da ciência (CPC), como um espaço de oportunidades para (tensos) diálogos, é importante, entre outros aspectos, no sentido de trazer para o centro dos debates a figura do chamado cidadão (não especializado em ciência), estimulando a pluralidade de saberes e culturas. Tal posicionamento do cidadão, podendo assumir protagonismo científico, é algo desafiador, inclusive no sentido epistemológico, do que venha a ser esse cidadão revestido de capacidade e responsabilidade científico-social (e política) na contemporaneidade. (MANSO, 2015, p. 2).

Dessa forma, a autora considera que a integração do cidadão às produções científicas deve ser feita de forma a expandir suas capacidades e autonomia para discutir

e construir ciência. Manso (2015) ainda aponta que este conceito trabalha a noção de democracia, igualdade e de direito universal de acesso à informação. De forma resumida, a autora defende que esse protagonismo dado ao cidadão permite que, enquanto há a divulgação de informações de interesse público, o receptor dessas informações exerça seu direito de recebê-las, podendo assim participar do debate.

No contexto dos fatos supracitados, considera-se necessário analisar a CPC e a divulgação científica no contexto acadêmico, considerando a necessidade da mediação e diálogo da ciência acadêmica com os cidadãos — sendo essa conexão sobre conhecimento científico um direito social. Nesse sentido está inserida a presente pesquisa, que visa contribuir para o entendimento e reflexão sobre como é feita a CPC por universidades públicas brasileiras, a partir do estudo de caso da UFRJ. Dessa forma, no tópico a seguir será apresentada a metodologia e os resultados da pesquisa.

### **3 A COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA NO SITE DA UFRJ**

A proposta metodológica da pesquisa foi realizada utilizando o método de estudo de caso a partir do conceito de Robert Yin (2001). Segundo o autor, a principal função deste procedimento é compreender as características significativas dos eventos, investigando um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real — estratégia para quando é preciso responder questionamentos do tipo “como” ou “por quê” (YIN, 2001, p. 32). O conceito dessa estratégia é exploratório, uma vez que objetiva proporcionar maior familiaridade com os fenômenos e, a partir disso, construir hipóteses ou aprimorar ideias.

Assim, o presente estudo é feito a partir da coleta de dados por meio de pesquisa documental e descritiva da comunicação oficial do portal institucional da UFRJ. Dessa forma, observaram-se, descreveram-se e analisaram-se os dados obtidos, considerando principalmente como acontece o diálogo entre o conteúdo científico produzido na instituição e a comunicação pública. A análise e interpretação dos dados foi baseada no conceito de Análise de Conteúdo de Lawrence Bardin (2011) que é, como a autora esclarece,

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de

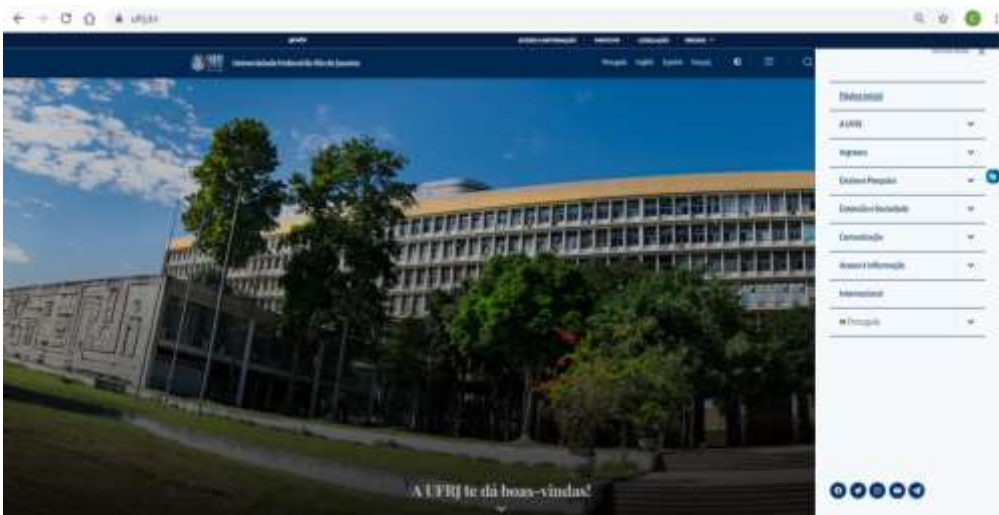
produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 47).

A autora afirma, ainda, que esta forma de análise objetiva enriquecer a pesquisa, aumentando a propensão à descoberta e proporcionando o surgimento de hipóteses. Dessa forma, partindo da proposta descritiva, exploratória e documental (GIL, 2008), buscou-se analisar o conteúdo do portal da universidade diante de três categorias: pesquisa, ciência e comunicação no site institucional; páginas diretamente relacionadas com pesquisa e comunicação da ciência; e páginas diretamente relacionadas com diretoria de comunicação. Alguns termos são **negritados** para enfatizar ou dar destaque à uma informação.

Inicialmente, é interessante considerar que o site da UFRJ foi inteiramente atualizado/alterado em setembro de 2020. Assim, a análise foi feita a partir do novo site.

Na barra horizontal da página inicial do site institucional<sup>8</sup>, ao clicar nas três linhas à direita, abre-se o menu principal: uma coluna com os itens: Página Inicial, A UFRJ, Ingresso, Ensino e Pesquisa, Extensão e Sociedade, *Comunicação*, Acesso à Informação e Internacional, como mostra a Figura 1 a seguir.

Figura 1- Imagem da página inicial do site da UFRJ.



Fonte: pesquisa documental.

A página de "Ensino e Pesquisa" apresenta as opções Cursos de Graduação, Cursos de Pós-Graduação, Educação Básica, Assistência Estudantil, Iniciação

<sup>8</sup> Disponível em: <https://ufrj.br/>. Acesso em 3 set. 2020.

Científica, Bolsas de Pós-Graduação, Complexo de Formação de Professores e Publicações, cujos links redirecionam para páginas institucionais de cada área — a página Publicações, no entanto, encontra-se vazia. Em "Extensão e Sociedade", aparecem opções para: Extensão, Programas e Projetos de Extensão, Cursos e Eventos de Extensão, *Espaços de Ciência e Cultura*, Bibliotecas e Hospitais. Ao rolar a página inicial, encontram-se ainda chamadas para as matérias da Coordenadoria de Comunicação, assim como a opção ler “*Mais notícias*”, como mostra a Figura 2 a seguir.

Figura 2 - Imagem da página inicial ao rolar para baixo



Fonte: pesquisa documental.

Rolando a página ainda mais para baixo, encontram-se notas institucionais; e, embaixo, uma seção de Eventos, que apresenta um link que redireciona para a página específica de divulgações de eventos, como inscrições para processos seletivos, cursos de extensão, debates e minicursos.

Rolando mais para baixo, pode-se ver três colunas, postas paralelamente sobre Ingresso (com links para Graduação, Pós-Graduação, Educação Básica, Concurso Público, Residência Médica e Multiprofissional); Ensino e Pesquisa (com os mesmos links já dispostos na parte superior da página, para Cursos de Graduação, Cursos de Pós-Graduação, Educação Básica, Assistência Estudantil e Publicações) e Extensão e Sociedade (também os mesmos links já dispostos no topo da página, para Programas e Projetos de Extensão, Cursos e Eventos de Extensão, *Espaços de Ciência e Cultura*,



Bibliotecas e Hospitais). A maioria desses itens redireciona para as mesmas páginas que as do menu principal, mencionadas anteriormente.

Rolando mais para baixo, há links para Sistemas e Serviços, Calendário Acadêmico, Mapa dos Campi, Transporte, Restaurantes, Concursos, Rádio UFRJ, Tecnologia da Informação, *Inovação*, Parque Tecnológico, *Fórum de Ciência e Cultura* e Prefeitura. Por fim, a última barra vertical apresenta links que redirecionam para as Pró-Reitorias, entre elas: Graduação, *Pós-Graduação e Pesquisa*, Planejamento, Desenvolvimento e Finanças, Pessoal, Extensão, Gestão e Governança e Políticas Estudantis.

### **3.1 Páginas diretamente relacionadas com pesquisa e comunicação da ciência**

Em “Espaços de Ciência e Cultura”<sup>9</sup>, o link redireciona a uma página com lista de todos os locais, ambientes e instituições vinculadas à UFRJ, como museus e laboratórios. Ao clicar em “Inovação”, a página é redirecionada para o website da Agência UFRJ de Inovação<sup>10</sup>. Na página, na barra horizontal do menu, há as opções: Início, Notícias 2020, Agência, Transferência de Tecnologia, Cultura da inovação, Legislação e manuais e Contato. "Agência" abre os sublinks: Sobre a agência e Propriedade intelectual; "Cultura da inovação" abre os sublinks: Projetos, Inovação social, Empreendedorismo e Publicações, Legislação e manuais e Contato.

A Agência relaciona-se principalmente com o gerenciamento da propriedade intelectual da universidade, com foco no fomento à inovação e empreendedorismo. Ainda, a Agência articula parcerias com empresas, fortalecendo a relação entre produção acadêmica e seu uso efetivo na sociedade. Porém, percebe-se que a linguagem utilizada na página é particularmente técnica e também focada apenas no ambiente acadêmico interno, com notícias de chamadas e divulgações para pesquisadores da universidade.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://ufrj.br/extensao-e-sociedade/espacos-de-ciencia-e-cultura/>. Acesso em 3 set. 2020

<sup>10</sup> Disponível em: <https://inovacao.ufrj.br/>. Acesso em 3 set. 2020.

Figura 3 - Imagem da página inicial da Agência UFRJ de Inovação



Fonte: pesquisa documental.

Percebe-se, com base nos dados coletados, que a página não trabalha nas diretrizes da comunicação da ciência pautados no levantamento bibliográfico explorado anteriormente. Neste sentido, cabe enfatizar que a página se assemelha mais à comunicação organizacional, uma das cinco áreas da comunicação pública apontadas por Brandão (2009, p. 3), já que, como a autora aponta, a comunicação organizacional "tem como objetivo primeiro o mercado e a construção de relacionamentos com os diversos públicos das corporações, com o intuito de vender - seja uma imagem, seja um produto, seja uma idéia, seja uma fé - e obter lucro financeiro, pessoal, em status ou poder."

O material coletado também permite aferir que a produção se distancia do conceito de comunicação pública da ciência devido à própria pela linguagem técnica que impossibilita ao usuário não especializado em ciência compreender ou mesmo se interessar pelo que está sendo divulgado no site. Trata-se, portanto, de algo oposto que a autora Manso (2015) afirma sobre comunicação pública da ciência, que deve trazer para o centro dos debates a figura do cidadão.

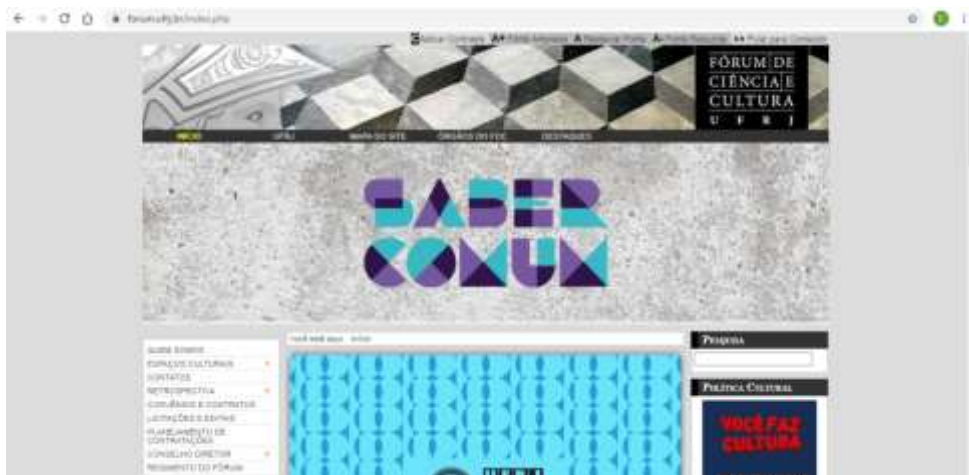
A página do Fórum de Ciência e Cultura (FCC)<sup>11</sup> apresenta, na barra horizontal do menu, links de redirecionamento para a UFRJ (site institucional); Mapa do site; Órgãos do FCC e Destaques. Na barra vertical há links para Quem somos, Espaços Culturais, Contatos, Retrospectiva (que apresenta sublinks para cada ano anterior,

<sup>11</sup> Disponível em: <https://forum.ufrj.br/>. Acesso em 3 set. 2020.

referente à eventos e publicações antigas), Convênios e Contratos, Licitações e Editais, Planejamento de Contratações, Conselho diretor e Regimento do fórum.

O FCC apresenta informações sobre os órgãos vinculados a ele. Uma das suas tarefas específicas que chama atenção é o gerenciamento de espaços culturais. Dois dos órgãos filiados ao FCC são: a Casa da Ciência, que tem por objetivo essencial promover a divulgação e a popularização da ciência e da tecnologia; e também a Universidade da Cidadania, que propõe "promover o diálogo, intercâmbio e transmissão de conhecimentos técnicos e científicos para movimentos e organizações da sociedade"<sup>12</sup>. Porém, as páginas de ambos encontram-se desatualizadas e com diversos links inativos, o que dificulta ao usuário acessar informações ou mesmo entender as atividades propostas pelos órgãos.

Figura 4 - Imagem da página inicial do Fórum de Ciência e Cultura



Fonte: pesquisa documental.

No site da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa<sup>13</sup>, há, na barra horizontal superior do menu, os links UFRJ, Graduação, Pós-Graduação, Extensão, Estudantil, Pessoal, Gestão, Finanças, TIC e Ouvidoria. Na barra horizontal inferior, há links para Notícias, Publicações, Agenda da Pró-Reitora e Mapa do Site. Na barra horizontal há links para Conheça a PR-2, Serviços, Bolsas de Pós-Graduação, Conselho de Ensino para Graduados - CEPG, Cursos, Calendário Acadêmico, Iniciação Científica, Memórias JICTAC, Declarações e Certificados SIAC/JICTAC, Pesquisa (com sublinks

<sup>12</sup> Trecho retirado da página “Órgãos do FCC”. Disponível em: <https://forum.ufrj.br/index.php/orgaos-do-fcc>. Acesso em 3 set. 2020.

<sup>13</sup> Disponível em: <http://pr2.ufrj.br/>. Acesso em 3 set. 2020.

---

para Comitê de Ética em Pesquisa, Diretório de Grupo de Pesquisa, Laboratórios, PROINFRA, Pró-Equipamentos, *Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT)* — aqui, ressalta-se que a página explica brevemente sobre os INCT e apresenta os Institutos sediados pela UFRJ — e Publicação Científica), Editais e processos seletivos no âmbito da PR-2, Formulários, Semana de Integração Acadêmica - SIAC, Câmara Técnica de Ética em Pesquisa - (CTEP), Programa Institucional de Pós-Doutorado - PIPD UFRJ, Agência UFRJ de Inovação, Portal de Periódicos da UFRJ e Webmail.

### **3.2 Páginas diretamente relacionadas com a coordenadoria de comunicação**

Ao clicar no link “Comunicação” na página inicial da UFRJ uma nova página é direcionada com links para: Notícias, que redireciona indiretamente para a *Conexão UFRJ*<sup>14</sup> (site de notícias da UFRJ); Eventos, que redireciona indiretamente para o Portal de Eventos da UFRJ; também apresenta links referentes à Mídias Sociais; Fotografia; webTV UFRJ; Rádio UFRJ; e ainda três barras horizontais, com informações sobre Sala de Imprensa, Serviços e Sobre a Coordcom. Ainda na página inicial do website, o link disposto em “mais notícias” redireciona também ao site da *Conexão UFRJ*.

A Conexão UFRJ tem notícias relacionadas à universidade, com as categorias Cultura, Pelo Campus, Institucional, Saúde, Meio Ambiente, Sociedade, Opinião e Tecnologias. As matérias, sobretudo, divulgam as produções acadêmicas, sendo esta a principal maneira de divulgação científica. Além das notícias, também há a seção “Visualidades”, que apresenta produções imagéticas como ilustrações e fotos; também, “Panorama”, que apresenta fotos tiradas pela comunidade do dia a dia da universidade; por fim, a Rádio UFRJ, criada em outubro de 2019, com programas Comunidade UFRJ, Sementes da Ciência, Dissidências Sexuais (cujo tema principal é o movimento LGBT) e Eu e Meu Livro.

Observa-se, com base nos dados coletados, que a rádio também tem um grande apelo de divulgação científica que se aproxima da comunicação pública da ciência (CPC), abordando tanto produções acadêmicas como também discussões dos mais diversos aspectos sociais típicos de um ambiente acadêmico. Tal situação pode ser

---

<sup>14</sup> Disponível em: <http://conexao.ufrj.br/>. Acesso em 3 set. 2020.

---

caracterizada como positiva no sentido de que a comunicação científica, segundo Brandão (2009) objetiva integrar ciência com a vida das pessoas em sociedade.

Porém, de forma oposta, percebe-se que, nas notícias postadas no site, o conceito de CPC ainda não é explorado completamente, já que as matérias publicadas focam em divulgação das ações da Universidade e não trazem para o centro o cidadão. Isso impossibilita que o usuário possa assumir o que a autora Bruna Manso (2015) chama de protagonismo científico. Assim, a comunicação científica, pelo contrário, além de integrar ciência e sociedade, deve despertar o interesse das pessoas por ciência, num sentido dessas pessoas estarem "buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante." (BRANDÃO, 2009, p. 3).

A CoordCom também apresenta o link “Sala de Imprensa” no fim da página, que se apresenta como um canal de comunicação da UFRJ aos jornalistas, com sublinks para Notícias, UFRJ em Fatos e Números, Assessorias de Imprensa, Agenda da Reitoria, UFRJ na Mídia, Eventos e Panorama UFRJ. O sentido da página, de facilitar e fortalecer a comunicação com a área jornalística é interessante no que diz respeito à divulgação científica. Porém, é relevante destacar que a UFRJ na Mídia, que apresenta clipping sobre a universidade — observando também ser uma ferramenta recente, já que as matérias reunidas são a partir de 2020 — poderia, considerando os princípios da CPC, ter como público-alvo a população em geral, na página da Conexão UFRJ, e não na página direcionada especificamente a jornalistas.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa buscou analisar como é feita a divulgação científica no website institucional da UFRJ, a fim de problematizá-la e, num cenário maior, contribuir para a avaliação e reflexão do cenário nacional da Comunicação Pública da Ciência das universidades públicas brasileiras.

A coleta de dados do site e análise mostrou que a divulgação científica da UFRJ é relevante, já que a Coordenadoria de Comunicação se mostra bem adaptada quanto, primeiramente, às diversas ferramentas multimídias, consideradas essenciais no ambiente digital — com uso variado entre ferramentas textuais, imagéticas e de áudio. Também se percebe a busca pelas produções, principalmente as audiovisuais, buscarem

---

ambientar o usuário na universidade e também incluí-lo nas discussões sociais, políticas e culturais promovidas pelo âmbito acadêmico, como acontece na seção “Panorama” da Conexão UFRJ ou até os programas da Rádio UFRJ “Dissidências Sexuais” e “Eu e Meu Livro”.

Ainda, é interessante ressaltar que várias dessas ferramentas (incluindo o portal institucional em si que, como mencionado anteriormente, foi repaginado em setembro de 2020) foram criadas recentemente, mostrando que a Universidade busca se adaptar e melhorar quanto às suas formas de se comunicar com o público.

Assim, percebem-se características positivas da divulgação científica da universidade pelo site, que ainda busca se estruturar após as mudanças recentes. Comparado ao layout anterior do site, o atual se mostra ser melhor estruturado e intuitivo.

Porém, ainda é importante problematizar que os resultados mostraram algumas falhas como problemas técnicos, referente à links que redirecionam à páginas inexistentes, impossibilitando que o usuário obtenha algumas informações, ou até mesmo grande repetição de informações e links, que torna a navegação cansativa e complicada. Além disso, é importante ressaltar que o uso da linguagem nas páginas relacionadas à pesquisa, como as notícias postadas na página da Agência de Inovação, como apontado anteriormente, são extremamente técnicas. Outro aspecto a se considerar é o clipping que foi mencionado na página direcionada especificamente a jornalistas. É interessante refletir que tais páginas são pouco voltadas para o público externo.

Chama atenção, também, o fato de as notícias do website institucional realizarem uma ampla divulgação de produções acadêmicas, mas, ao mesmo tempo, terem poucas iniciativas para trazer o cidadão para o foco ou centro do debate, contrariando o que diz Bruna Manso (2015) sobre o conceito de Comunicação Pública da Ciência, que deveria ser feita como integração do cidadão às produções científicas de forma a expandir as capacidades e autonomia das pessoas para discutir e construir ciência.

Por fim, ressalta-se que essa pesquisa é um estudo de caso com o recorte específico do objeto sendo o website institucional; portanto, o trabalho reitera e sugere ainda a análise de outros canais de comunicação digitais da Universidade, como as mídias sociais.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. 2º Ed. Lisboa: Edições 70, 2011. 229 p.

BRANDÃO, E. P. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais do Intercom 2006. Brasília: Intercom - UNB, 2006. Disponível em:  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>.  
Acesso em 9 set. 2020

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.) **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

MANSO, B. L. C. **Processos de construção da cultura científica: a comunicação pública da ciência e os aspectos jurídicos-legislativos**. XVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. XVI ENANCIB. 26 a 30 de outubro de 2015, João Pessoa, PB. Disponível em <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/2896>. Acesso em 9 set. 2020

MANSO, B. L. C. **A comunicação pública da ciência luz da ciência aberta: repensando o cidadão como sujeito informacional**. XVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. XVI ENANCIB. 26 a 30 de outubro de 2015, João Pessoa, PB. Disponível em <http://200.20.0.78/repositorios/handle/123456789/2897>. Acesso em 9 set. 2020

SANTOS, A. C. O. **Popularização da ciência e os desafios da comunicação pública nas universidades federais de Minas Gerais - Brasil**. In: XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC): Comunicación en sociedades diversas: Horizontes de inclusión, equidad y democracia. 2018. San Jose. ALAIIC, v. 1. p. 1-15.

We Are Social. **Digital 2020**. Datareportal: 2020, 17 fev. de 2020. Disponível em:  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>. Acesso em 9 set. 2020

YIN. R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.