



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**  
**NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS**  
**PROGRAMA INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DE ESPECIALISTAS EM**  
**DESENVOLVIMENTO DE ÁREAS AMAZÔNICAS**  
**ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA NA AMAZÔNIA**

**DAYANE CORRÊA PANTOJA BAÍA**

**ESTÍMULOS E ENTRAVES PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: O OLHAR DE**  
**PESQUISADORES DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ.**

Artigo orientado pela Prof. Ma. Vanja Joice Bispo Santos, para obtenção do título de Especialista em Comunicação Científica na Amazônia, do XXVIII Programa Internacional de Formação de Especialistas em Desenvolvimento de Áreas Amazônicas (Fipam), do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (Naea) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Belém, Pará

2019

# Estímulos e Entraves para a Divulgação Científica: O Olhar de Pesquisadores da Universidade do Estado do Pará

Dayane Corrêa Pantoja BAÍA<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Pará, Belém, PA  
Joice Bispo Santos<sup>2</sup>  
Museu Paraense Emílio Goeldi, Belém, PA

## RESUMO

Quais as percepções dos cientistas a respeito da imprensa na estratégia de divulgação de suas pesquisas e na dinâmica de seu trabalho? Utilizando a Universidade do Estado do Pará (Uepa) como *locus*, buscamos realizar um estudo no Centro de Ciências Sociais e Educação (CCSE), a partir da observação participante e posterior análise qualitativa. Após realização de entrevistas com professores pesquisadores que já possuíam um relacionamento com a imprensa, estabeleceram-se critérios analíticos para situar pontos de tensão na relação cientista-jornalista. O artigo baseou-se também em pesquisa documental verificando matérias publicadas na imprensa sobre os trabalhos dos pesquisadores entrevistados, para em seguida analisar as estratégias pessoais de cada um frente a essas demandas. Foram identificadas particularidades divergentes e convergentes entre eles, como a disponibilidade para veículos e o uso de formas autônomas de divulgação, principalmente nas mídias digitais.

**PALAVRAS-CHAVE:** divulgação científica; comunicação; estratégia; imprensa; Uepa.

## INTRODUÇÃO

Diariamente, pesquisadores e alunos bolsistas desenvolvem investigações dentro dos laboratórios de universidades e institutos de pesquisa. Para compartilhar e validar as metodologias adotadas e os resultados alcançados nessas atividades, eles os submetem à publicação em periódicos especializados e participam de encontros, congressos, seminários e demais eventos científicos.

Latour e Woolgar (1997) afirmam que o comportamento das equipes de cientistas obedece a uma lógica de produtividade que se relaciona ao cultivo de reputação para a construção de credibilidade.

---

<sup>1</sup> Mestre em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA), e pós-graduanda em Comunicação Científica na Amazônia pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) também da UFPA, e-mail [dayanebaia@gmail.com](mailto:dayanebaia@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA); Coordenadora do Laboratório de Comunicação Multimídia do Museu Paraense Emílio Goeldi e docente do XVIII Fipam/Naea/UFPA, e-mail [joicesantos@museu-goeldi.br](mailto:joicesantos@museu-goeldi.br)

Por que os pesquisadores são levados a escrever artigos, a construir objetos e a ocupar diferentes posições? Qual é a razão que leva um pesquisador a passar de um objeto a outro, de um laboratório a outro, o que o faz escolher este método, esta parte dos dados, aquela forma estilística, aquele caminho analógico? Pode-se responder a essa questão postulando que o pesquisador foi marcado, durante a sua formação, por normas que foram sendo silenciosamente impostas ao longo de sua carreira anterior. (LATOUR; WOOLGAR, 1997, p. 207)

Os autores entendem crédito de duas formas: como reconhecimento e como credibilidade. Ambas estão associadas a uma noção econômica em torno de investimento e retorno, segundo a qual os esforços de cientistas são relacionados com “flutuações de mercado” que se refletem nas suas atitudes. Eles acabam misturando “os números que representam dados, as orientações a serem adotadas e suas carreiras. Parece que eles assumem um modelo de seu próprio comportamento que não faz qualquer distinção entre fatores internos e externos” (p. 211).

Distinguir o crédito-reconhecimento do crédito-credibilidade não é um mero jogo de palavras. O crédito-reconhecimento refere-se ao sistema de reconhecimentos e de prêmios que simbolizam o reconhecimento, pelos pares, de uma obra científica passada. Já a credibilidade baseia-se na capacidade que os pesquisadores têm para efetivamente praticar a ciência. (LATOUR; WOOLGAR, 1997, p. 220)

É a noção de credibilidade que pode ser aplicada tanto à substância da produção científica, quanto à influência de fatores externos, como financiamentos e instituições. Assim, pesquisadores investem mais na credibilidade do que no reconhecimento. A exigência de uma informação científica confiável promove um ciclo sem fim de investimento e concessão, na qual o reconhecimento é parte da atividade observada.

O trabalho dos autores tornou-se um dos clássicos estudos a respeito da ciência, realizando uma das primeiras etnografias sobre a vida em um laboratório, o Instituto Salk, na Califórnia (EUA), em que desvelaram os discursos de indivíduos cientistas, contextualizando-os em suas relações na prática cotidiana.

Para Latour e Woolgar (1997), os pesquisadores são como outros agentes sociais, que se utilizam de estratégias persuasivas para obter aceitação de seus enunciados, dentro de um sistema de convenções estabelecido e reproduzido.

Ao explicar sobre a obra de Latour e Woolgar, Kropf e Ferreira (1997) fazem considerações sobre a dimensão institucional da prática científica.

A lógica de funcionamento da ciência como um espaço de luta concorrencial, ainda que tendo sua especificidade, não se explica unicamente pelos contornos

particulares a esse espaço, como parece sugerir a noção de ciclo de credibilidade. (KROPF&FERREIRA, 1997, p. 595)

Os autores recorrem a Pierre Bourdieu (1983) ao afirmar que, para se compreender as estratégias de ação do cientista, “é fundamental analisar a posição que estes ocupam no campo, e essa posição envolve necessariamente a ideia do crédito como reconhecimento pelos pares” (p. 597). Eles consideram a relevância da descrição etnográfica dos processos de interação no laboratório, mas reforçam que aspectos referentes à dimensão institucional são fundamentais para a compreensão deles.

Para o Bourdieu (1983), os julgamentos sobre a capacidade científica de um estudante ou de um pesquisador ocorrem conforme o conhecimento da posição ocupada por eles nas hierarquias instituídas.

Pelo fato de que todas as práticas estão orientadas para a aquisição de autoridade científica (prestígio, reconhecimento, celebridade etc.), o que chamamos comumente de "interesse" por uma atividade científica (uma disciplina, um setor dessa disciplina, um método etc.) tem sempre uma dupla face. O mesmo acontece com as estratégias que tendem a assegurar a satisfação desse interesse. (BOURDIEU, 1983, p. 124)

Segundo o autor, o campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial. Já o capital científico "é uma espécie particular de capital social que assegura um poder sobre os mecanismos constitutivos do campo e que pode ser reconvertido em outras espécies de capital" (p. 127).

Em um sentido mais amplo, Bourdieu (1989) também nos esclarece sobre os constrangimentos da necessidade inscrita na estrutura dos diferentes campos, ocasionando lutas simbólicas, a partir das ações de seus agentes, que ora conservam, ora modificam espaços, conforme interesses. Essas lutas simbólicas também estão presentes quando se trata da relação entre o campo científico e o campo da comunicação.

Latour e Woolgar (1997) tratam da legitimidade para falar sobre ciência.

Quem fala de ciências conhecendo-as em detalhe e de primeira mão? Os próprios cientistas. Também falam de ciência os professores, os jornalistas, o grande público, só que falam de longe, ou com a incontornável mediação dos cientistas. "Para falar das ciências e preciso ser especialista", declara-se, de

modo a bloquear de antemão qualquer pesquisa direta de campo. Esse estado de coisas seria muito chocante em política ou em economia. Imaginemos um político dizendo: "Só os políticos estão aptos a falar de política"; ou um economista: "Cabe somente aos empresários dizer o que querem e o que são"; ou um jornalista: "Eu sou a corrente de transmissão dos políticos, aquela que explica ao público o que é preciso pensar." (LATOURE; WOOLGAR, 1997, p. 25)

Os autores explicam que a deontologia do pesquisador ou do jornalista exige uma livre pesquisa prévia, que ponha em xeque as informações repassadas pelas fontes e que estejam familiarizados, com a maior independência, sobre o que tratam. Entretanto, ao abordar a ciência, o jornalista especializado orgulha-se de estender o tapete vermelho da vulgarização sob os pés do cientista, em uma posição inferiorizada.

O Brasil possui reduzidos veículos de imprensa segmentados para noticiar ciência, além de, frente aos enxugamentos de recursos humanos nas redações, serem raros os jornalistas especializados para escrever exclusivamente sobre o assunto. Assim, multiplicam-se repórteres generalistas que são incumbidos de fechar pautas sobre as mais diversas temáticas científicas, sem as condições necessárias para pesquisá-las com o mínimo de profundidade.

Eis a tensa relação entre pesquisadores e profissionais de imprensa. Os desdobramentos estampam páginas de jornais impressos, reportagens televisionadas e radiofônicas, e se espalham na velocidade da Internet. Soma-se a isso a questão do direito do cidadão à informação, um contexto mais complexo para as instituições públicas de ensino e pesquisa, como as universidades, que são mantidas a partir de impostos dos contribuintes revertidos em recursos – e que compulsoriamente devem dar retorno para a sociedade.

Se desacelerar a roda viva da pesquisa de campo ou das produções para compartilhar os conhecimentos com pessoas leigas é um desafio, lidar com as tensões do jornalismo e com o imediatismo das redes sociais é ainda mais delicado.

Essa discussão está presente no cotidiano da Assessoria de Comunicação (Ascom) da Universidade do Estado do Pará (Uepa), da qual a discente proponente desse trabalho é integrante na condição de jornalista, há dois anos, juntamente com mais três jornalistas, uma fotojornalista, um publicitário, uma *designer*, três assistentes administrativos e quatro estagiárias.

As atribuições do setor incluem coordenar as ferramentas de divulgação da produção científica da instituição, contribuindo com o corpo acadêmico e de pesquisadores, ao difundir

as produções científicas para a população da capital e do interior, conforme resolução de funcionamento aprovada no Conselho Universitário em 2017.

A Ascom produz, edita e distribui a Revista Saber Amazônia que é composta por matérias jornalísticas especiais sobre projetos e pesquisas desenvolvidas na instituição. Apesar de ser o principal veículo de divulgação científica, não é o único, uma vez que a Universidade tem o site e também colabora com canais externos, como a Agência Pará; e a revista Amazônia Viva, encartada no jornal O Liberal.

Após a divulgação das pautas, a imprensa em geral tende a se interessar por repercutir os assuntos com os pesquisadores. Entretanto, as demandas nem sempre são atendidas por conta da variação de disponibilidade das fontes. Ao observar essa dinâmica, a proponente partiu para a investigação das variáveis que interferiam nesse atendimento, a partir das percepções de três perfis de pesquisadores, atentando para estímulos e entraves na relação deles com a imprensa.

## **1. A CIÊNCIA EM DIÁLOGO COM A SOCIEDADE**

Wilson Bueno (2010) ajuda a compreender que as formas de compartilhamento de informações científicas variam de acordo com a quem se destinam. Para o autor, tratam-se de dois públicos distintos, o leigo e o especialista.

A divulgação científica 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” (BUENO, 2009, p.162). A comunicação científica, por sua vez, diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento. (BUENO, 2010, p. 02)

A noção é importante porque nem sempre essa diferenciação está clara para o pesquisador, uma vez que ambos os conceitos trazem consigo características comuns, ao reportarem a difusão de informações sobre ciência. Todavia nas suas práxis observam-se aspectos distintos como o perfil do público, o nível do discurso, a natureza dos canais ou ambientes de veiculação e a intenção explícita de cada processo (Bueno, 2010).

### **a. Comunicação Científica**

No processo de comunicação científica, o público é identificado como especialista e é composto de pessoas que, de alguma forma, estão familiarizadas com temas, conceitos e o próprio processo de produção em ciência e tecnologia devido possuírem formação específica na área de discussão. Segundo Bueno (2010), essa audiência interessa-se pelas especificidades do método científico e compreende que a produção da ciência está respaldada num processo cumulativo, refinado ao longo do tempo, pela ação dos pesquisadores. Também reconhecem a necessidade de validação a partir da demonstração rigorosa ou comprovação empírica.

Quanto ao nível do discurso, não há necessidade de concessões em termos de decodificação, uma vez que esse público compreende os mesmos conceitos e que o jargão técnico constitui patrimônio comum. Isso é possível pela presença em espaços, ambientes e pelo acesso a veículos especializados e o empenho em assimilar termos, processos e conceitos novos, para estar sempre sintonizado com as discussões na área.

Quanto aos canais, como mencionado anteriormente, a comunicação científica é restrita a círculos como eventos e periódicos científicos. Ainda que alguns eventos sejam abertos ao público geral, eles não conseguem obter amplo alcance. Situação parecida ocorre com as publicações, que mesmo disponíveis de forma gratuita, não atingem o público além do especializado.

Em suma, a comunicação científica oportuniza a disseminação de informações especializadas entre pares, com o objetivo de compartilhar resultados obtidos ou elaboração de teorias, bem como aperfeiçoamento de estudos já existentes.

## **b. Divulgação Científica**

Já no processo de divulgação científica, o público é de não-iniciado, ou seja, não tem a obrigatoriedade da formação específica na área, bem como compreensão de jargões e conceitos técnicos. O público leigo também não reconhece, de imediato, o caráter coletivo e burocrático da produção da ciência, atribuindo esta a consequência de mentes privilegiadas, conferindo a cientistas uma aura de genialidade, sem considerar todo o sistema que lhe dá suporte.

Evidentemente, o ensino formal da ciência favorece esta percepção ao destacar, em sua história, indivíduos absolutamente privilegiados (os cientistas geniais) e não o processo particular de produção que, muitas vezes, aniquila as individualidades. A cobertura (...) pelos meios de comunicação de massa (MCM) reforça esta perspectiva, porque contempla o avanço da [ciência e tecnologia] em momentos singulares, anunciando, muitas vezes

com sensacionalismo, resultados de pesquisa e descobertas de grande impacto.  
(BUENO, 2010, p. 03)

A diversidade do público também requer decodificação ou recodificação do discurso especializado, uma vez que a audiência percebe termos complexos como ruídos na recepção das mensagens. Assim, a divulgação científica recorre à utilização de mecanismos como metáforas, ilustrações e infográficos para facilitar a compreensão, mas, que também oferecem o risco de penalizar a integridade de conceitos originais.

O tamanho da audiência não é o mais importante na divulgação científica. Ela está presente em palestras, oficinas, formações para um pequeno público, assim como pode alcançar milhares de pessoas por meio de uma entrevista nas redes sociais ou na TV aberta, por exemplo. Outras formas de divulgação podem ser histórias em quadrinhos, folhetos, cartilhas, vídeos etc.

Bueno (2010) defende que a função primordial da divulgação científica reside na democratização do acesso ao conhecimento científico. É uma importante ferramenta para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que impactam no seu cotidiano.

Graça Caldas (2011) dá continuidade a essa percepção, ao afirmar que o modelo de participação pública, aceito a partir da década de 1990, reconhece e valoriza a opinião do público e seu direito de participar das decisões sobre políticas públicas de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I). O acesso a tais informações é fundamental para o exercício pleno da cidadania e faz com que as instituições de ensino e pesquisa estendam o compartilhamento de informações para além de seus pares.

Caldas (2011) acredita que o papel da mídia no processo de democratização da ciência é essencial.

Se o papel da escola é essencial para a formação científica de crianças e jovens, não menos importante é o papel da mídia, cujas reportagens são cada vez mais utilizadas na própria escola, porém sem o necessário exercício crítico por parte do professor. Nesse sentido, a responsabilidade da imprensa em geral, em seus diferentes suportes (eletrônica, digital e impressa) é enorme. O poder da mídia na formação da opinião pública é reconhecido por todos, mesmo considerando outras variáveis na construção da cultura científica como escola, museus, livros, e diferentes grupos sociais. (CALDAS, 2011, p. 24)

A reflexão crítica sobre o papel da mídia no processo de divulgação científica, é fundamental para Caldas (2011), considerando-a um importante agente de desenvolvimento de uma cidadania ativa, em que a ação transformadora seja um passo natural à formação de uma consciência individual e coletiva. Assim, cresce a responsabilidade da mídia, de jornalistas e cientistas na formação de uma cultura científica cidadã, “em que a sociedade brasileira, em suas diferentes representações sociais, possa participar ativamente da formulação e nas decisões da política científica” (p. 34).

Para isso é necessário a construção de uma cultura científica que leve em consideração o papel estratégico da CT&I no cenário nacional, bem como seus riscos e benefícios. A autora argumenta que a melhor estratégia é a construção coletiva do conhecimento em que jornalistas e pesquisadores atuem em regime de parceira, em prol do interesse público.

Alícia Ivassenich (2005) enxerga além dessa natureza conciliatória da divulgação científica, para quem a função não se limita à lançar pontes entre o saber institucionalizado e o não-saber laico. Ela defende que trata-se de “uma força de reconhecimento e legitimação de círculos de saber, conferindo à atividade científica um lugar de prestígio e poder” (p. 41)

## **2. PERCURSOS METODOLÓGICOS**

A partir de Martino (2018), empreendeu-se um estudo de caso para observar as interações simbólicas entre os agentes sociais formados por pesquisadores e por público, considerando a relevância de jornalistas e veículos de imprensa como intermediadores. Assim, partindo do olhar dos pesquisadores para estabelecer um diálogo com seus públicos, buscou-se observar as percepções deles sobre divulgação científica, e em que medida a imprensa é envolvida nessa relação.

Como lócus, adotou-se a Universidade do Estado do Pará (Uepa), instituição criada há 25 anos, que possui cursos nas áreas de Educação, Saúde e Tecnologia. Há dois anos é também o local de atuação profissional da autora deste artigo, dentro do setor Assessoria de Comunicação (Ascom), responsável pela produção de matérias jornalísticas, atendimento a demandas de imprensa e elaboração de relatórios de mensuração de resultados.

A vivência na seção gerou uma inquietação e definiu a escolha pelo método de observação participante. Partiu-se do pressuposto de que autores de trabalhos relevantes para a resolução de problemas sociais estavam dedicados em compartilhar suas investigações nos grupos de pesquisa e na gama de eventos que ocorrem semanalmente na Universidade, na

capital Belém e em outros 15 municípios paraenses. Entretanto, nem sempre havia a mesma disponibilidade quando se tratava de divulgar tais pesquisas por meio da imprensa.

Observando essa dinâmica, questionou-se as particularidades do ambiente e da imprensa local, atentando para os empecilhos de uma parceria efetiva entre a mídia, jornalistas e pesquisadores da instituição. Com foco, a priori, no olhar do pesquisador, sobre essa relação, procurou-se identificar estímulos e entraves existentes para efetiva divulgação científica por meio da imprensa.

Para esta investigação adotou-se o Centro de Ciências Sociais e Educação (CCSE) que comporta os cursos de Licenciatura em Geografia, História, Filosofia, Pedagogia, Matemática, Música, Letras-Língua Portuguesa, Letras-Língua Inglesa, Letras-Libras, Ciências da Religião, Ciências Naturais - Química, Física e Biologia, Ciências Sociais e o Bacharelado em Secretariado Executivo Trilíngue.

A escolha pela unidade, frente aos outros dois centros - de Ciências Biológicas e da Saúde (CCBS); e de Ciências Naturais e Tecnologia (CCNT), se deveu pela diversidade de cursos em três de grandes áreas classificadas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes): Ciências Sociais Aplicadas; Ciências Exatas e da Terra; e Ciências Biológicas.

As áreas de conhecimento do CCSE também oferecem espaços que se aproximam do público externo, ao mesmo tempo em que oportunizam a realização de pesquisas científicas por professores e alunos bolsistas. É o caso do Herbário MFS – Prof. Dra. Marlene Freitas da Silva e do Centro de Ciências e Planetário do Pará (CCPP), que têm destaque neste trabalho, como se verá a seguir.

Para o estudo de caso, foram eleitos três professores pesquisadores, dentro dessas grandes áreas que, ao longo de 2018, foram demandados pela Assessoria de Comunicação para atender jornalistas. Além do critério da demanda, observou-se que se tratam de fontes que poderiam desenvolver uma análise mais profunda sobre a relação com a imprensa e outros aspectos, a partir das suas experiências anteriores.

O conhecimento sobre divulgação científica; as estratégias de divulgação; relações com a imprensa; acompanhamento dos veículos; estímulos e empecilhos ao atendimento da imprensa; e o envolvimento da Ascom da Uepa foram os aspectos presentes na aplicação de entrevistas individuais semiestruturadas aos pesquisadores.

### 3. PERFIL DOS PESQUISADORES

Os três pesquisadores atuam como professores em cursos de graduação e pós-graduação da Uepa. Nas tabelas a seguir, é possível perceber o nível de disponibilidade na concessão de entrevistas a veículos de imprensa, que aqui foi classificado como Pouco Acessível; Acessível; e Muito Acessível.

Além disso, conforme informações publicadas por eles próprios na Plataforma Lattes do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), observa-se a trajetória acadêmica percorrida por eles, além da atuação na instituição e temas de interesse em suas pesquisas científicas.

<b>Pesquisador A</b>
<b>Disponibilidade:</b> Muito acessível para a imprensa
<b>Formação:</b> Bacharel e Licenciado em Geografia pela Universidade Federal do Pará (UFPA), com Especialização em Planejamento Urbano pelo Curso de Formação Internacional de Pós-Graduados em Áreas Amazônicas (Fipam). Mestre em Planejamento do desenvolvimento pelo Núcleo de Altos estudos Amazônicos (Naea). Doutor em Ciências do Desenvolvimento Socioambiental pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido (PPGDSTU/Naea/UFPA).
<b>Atuação:</b> Professor Assistente IV e Coordenador do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Ensino de Geografia na Amazônia; e professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais, todos pela Uepa. Pesquisador e coordenador do Núcleo de Estudos Afro-brasileiros (NEAB) vinculado a Associação Brasileira de Pesquisadores Negros (ABPN) e sócio efetivo do Instituto Histórico e Geográfico do Pará (IHGP). Possui interesses em temas relacionados à produção social do espaço, planejamento urbano excludente e gestão do espaço urbano, segregação sociorracial e governamentalidade, violência e racismo, redes do narcotráfico e fronteiras, territórios quilombolas e conflitos, movimentos sociais e Geografias decoloniais.

Tabela 01. Perfil Pesquisador A. Fonte: Plataforma Lattes, 2019.

<b>Pesquisadora B</b>
<b>Disponibilidade:</b> Pouco acessível para a imprensa

**Formação:** Graduada em Ciências Biológicas pela UFPA; Mestre em Agronomia, na Área Biologia Vegetal Tropical, da Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA). Doutora em Ciências Biológicas, pelo Núcleo Biologia Tropical e Recursos Naturais do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA).

**Atuação:** Professora Adjunto IV e professora permanente dos Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu: Mestrado em Ciências Ambientais e Mestrado em Ciências da Religião, todos da Uepa. É professora colaboradora do Programa de Doutorado em Rede Bionorte. É curadora do Herbário Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva (MFS), no qual desenvolve atividades em parceria com o Museu Paraense Emílio Goeldi (Coordenação de Botânica) e Embrapa Amazônia Oriental. É líder do Grupo de Pesquisa "Estudos Interdisciplinares em Botânica".

Tabela 02. Perfil Pesquisadora B. Fonte: Plataforma Lattes, 2019.

<b>Pesquisadora C</b>
<b>Disponibilidade:</b> Acessível para a imprensa
<b>Formação:</b> Licenciada em Ciências Biológicas pela UFPA. Possui Especialização em Ensino de Ciências, pela Uepa, Mestrado em Educação em Ciências e Matemáticas, pela UFPA, e o Doutorado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-Rio) em parceria com a Uepa.
<b>Atuação:</b> Professora Adjunto II da Uepa, atuando no curso de Ciências Naturais, bem como no Centro de Ciências e Planetário do Pará onde é diretora e coordena o Grupo de Pesquisa Ciência, Tecnologia, Meio Ambiente e Educação Não-Formal. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Educação em Ciências, atuando principalmente nos seguintes temas: Ensino de Ciências e Biologia, Formação de Professores, Educação Não-Formal, Educação Ambiental e Meio ambiente; Divulgação Científica e Popularização da Ciência.

Tabela 03. Perfil Pesquisadora C. Fonte: Plataforma Lattes, 2019.

A partir dessa sistematização e no decorrer das entrevistas observou-se um modo de agir<sup>3</sup> característico de cada perfil. O Pesquisador A desenvolve suas ações de divulgação dentro de uma perspectiva mais individualizada, para além das atividades coletivas que exerce dentro dos laboratórios aos quais está vinculado.

<sup>3</sup> O modo de agir identificado nos pesquisadores também conduz as ações da observadora. É a condição profissional desempenhada na Ascom da Uepa que permite perceber as tensões existentes entre veículos de imprensa e pesquisadores, que implicam na divulgação científica.

A Pesquisadora B, além do modo de agir pessoal, considerando suas próprias pesquisas e a prática docente em campo, possui também um olhar institucional pelas atividades que desenvolve no Herbário MFS, o qual ela coordena e tem um suporte de alunos bolsistas e outros pesquisadores.

Já na Pesquisadora C o que se percebe é um peso maior sobre a perspectiva institucional por estar à frente do Centro de Ciências e Planetário do Pará (CCPP). Ainda que ela coordene grupo de pesquisa, é a condição institucional que norteia suas ações de divulgação científica.

Assim, como o Herbário MSF, o CCPP também possui atividades museológicas, aberto ao público com horários definidos. A divulgação científica se torna então uma das atividades fins dos espaços, além da catalogação de materiais e pesquisa sobre eles.

#### **4. CRITÉRIOS DE ANÁLISE**

##### **a) Conhecimento sobre Divulgação Científica**

O primeiro tema abordado com os pesquisadores foi a respeito da percepção deles sobre divulgação científica. Nas respostas foi possível verificar que todos defendem a importância de se divulgar o que a ciência produz para a sociedade.

O Pesquisador A acredita que divulgação científica se trata das “estratégias utilizadas para difundir algum tipo de resultado de uma pesquisa que possa ser relevante para sociedade e trazer resultados positivos no futuro”. Observa-se que ele compreende que é necessário haver uma intenção prévia, uma preparação para realizar a difusão.

Para a Pesquisadora B, a divulgação é vital para o espaço acadêmico e fora dele:

É uma bandeira que eu levanto. Acho até que não vale se isso não existir, né? Nenhum trabalho - e voltando para o acadêmico - isso não tem tanta importância se a gente não mostrar o que está fazendo aqui dentro da Universidade. Então eu considero um pilar potencial para educar, para sensibilizar para muitas questões. Então eu fico imaginando quantas pessoas dentro desse espaço - pegando a minha Universidade - que estão realizando atividades, que estão fazendo trabalhos tão importantes, que teriam um grande apreço, uma grande utilidade e aplicação se eles estivessem em circulação. (PESQUISADORA B, 2019)

Já a Pesquisadora C, por estar mais próxima dos estudos sobre o assunto, demonstrou maior ênfase ao público para quem se destina a informação, aos moldes de Bueno (2010), conforme citado anteriormente. Ela acredita que não se trata de divulgar apenas para o dito leigo que não tem conhecimento sobre ciência, mas aos próprios cientistas, que também podem ser leigos em áreas nas quais não atuam.

Eu fui me aproximar dessa conceituação a partir do momento em que eu vim trabalhar aqui no Planetário, por conta do perfil mesmo da atividade que a gente desenvolve aqui que é aproximar o conhecimento que é produzido na academia a partir dos estudos dos professores, dos pesquisadores ou mesmo do que a gente discute enquanto Universidade, enquanto profissionais da Educação e de uma área específica seja Biologia, Química, Matemática. A gente leva esse conhecimento já construído historicamente para a população em geral. (PESQUISADORA C, 2019).

Pela diversidade de percepções deduz-se que, de modo geral, não há uma formação específica na carreira do pesquisador que aborde a divulgação científica. É a trajetória pessoal, as experiências adquiridas que os aproximam ou os distanciam do tema. Entretanto, todos concordam que essa é uma função social do cientista.

#### **b) Estratégias de divulgação**

A partir das confirmações da importância da divulgação científica seguiu-se para a verificação de que forma eles a concretizam dentro da rotina cotidiana. Examinou-se as estratégias desenvolvidas por cada pesquisador para a disseminação das atividades desempenhadas por eles. Notou-se que as mídias sociais digitais ocupam lugar de destaque, e redes como Facebook e Instagram são chamarizes para alcançar os diversos públicos.

Barbosa & Sousa (2017) defendem que na atualidade, abrem-se inúmeras possibilidades promovidas pela internet e em especial pela interatividade permitida pelas redes sociais digitais e que afetam a produção científica.

Dentre as tantas vantagens, a hipertextualidade em que ao se clicar em determinadas palavras ou imagens de um texto, se é redirecionado para outros ambientes com informações textuais, outras imagens, vídeos, tornando a

experiência mais completa na obtenção da informação potencialmente mais abrangente. (BARBOSA & SOUSA, 2017, p. 287)

Na Uepa, as pesquisadoras que atuam em espaços museológicos, os quais precisam estar em contato com o público externo, sobretudo para os agendamentos das visitas, confirmaram a hipótese de que os sites e as redes sociais são ferramentas estratégicas de divulgação.

Isso veio também ficar mais forte de uns três anos para cá. Por exemplo, ontem eu falei para você que eu ia dar aula de manhã no Utinga. Tudo o que foi trabalhado ali, de noite eu preparei um textinho, um parágrafo curto... Já foi para o Instagram, já foi a foto da galera, da aula de campo, da capivara que a gente viu... Aí o Herbário trabalhando no parque do Utinga. (PESQUISADORA B, 2019)

A Pesquisadora B, ao reforçar o uso institucional das redes sociais, revelou que pessoalmente não gosta da dinâmica de exposição. Ela diz que recentemente pediu ajuda para criar um perfil apenas com o intuito de acompanhar as atividades de um instituto de pesquisa. São os primeiros indícios em sua fala que indicam introspecção, como será abordado mais a frente.

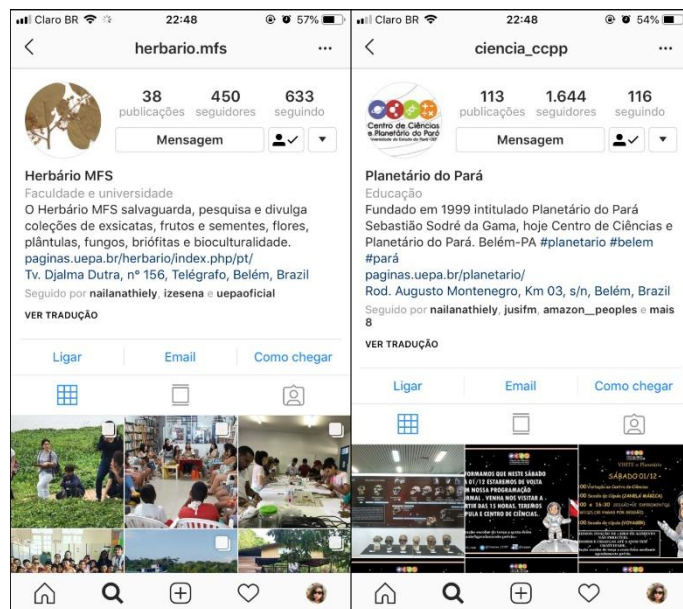


Fig. 01. Perfis no Instagram do Herbário MFS e do CCPP, 2019.

A atualização do site e das redes sociais do Herbário MFS ocorre em equipe, principalmente pelos bolsistas, que seguem um calendário de pautas pré-estabelecidas conforme os assuntos relacionados ao laboratório. Entretanto, a Pesquisadora B realiza todas as revisões de textos e imagens, antes das postagens. De acordo com ela, é possível perceber o

retorno do público a partir das publicações, principalmente relacionado a eventos e serviços, por meio das interações virtuais, que se convertem em visitas físicas ao espaço.

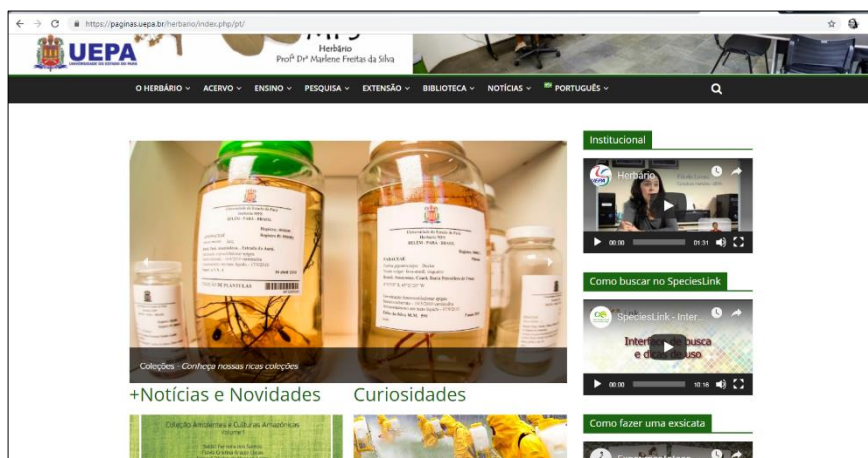


Figura 02. Site do Herbário MFS, 2019.

A Pesquisadora C adota como estratégias de divulgação científica no CCPP como um museu de Ciências, desde os objetos museológicos que já são pensados com o viés da diversidade de público - de forma que possam ser compreendidos por crianças da pré-escola, adultos semialfabetizados e até mesmo cientistas de outras áreas. A equipe também pensa na linguagem e na formulação das atividades, desde o horário, as sessões, todos considerando a amplitude do público. Ela também inclui ferramentas de comunicação:

Nós temos Facebook, Instagram, Twitter - que acho que está em menos uso - o site em si, né? Então através dessas redes sociais a gente se comunica e divulga muito o nosso trabalho. E claro, também através da Assessoria de Comunicação que ainda é a nossa janela com os meios de comunicação convencionais - rádio, televisão - que nós não temos esse contato direto, até porque a gente entende que existem os profissionais que tem a formação para estabelecer esse diálogo, né? A gente tenta alcançar o público por todas essas vias. (PESQUISADORA C, 2019)

A Pesquisadora C também reflete sobre ações de comunicação *offline* que surtem efeito, como por exemplo, a instalação de um banner de lona em frente ao CCPP. Houve um aumento significativo do público visitante aos sábados que não sabia do funcionamento do espaço até então.

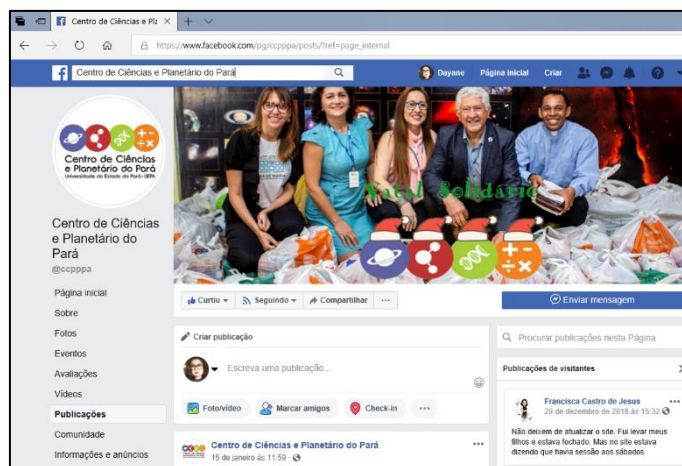


Figura 03. Página do Planetário no Facebook, 2019

Este critério de análise também foi importante para verificar a posição que a imprensa ocupa dentro das estratégias dos três pesquisadores. No caso do Pesquisador A, ela apareceu de imediato – mas por meio das redes sociais também. Para ele os perfis pessoais dele são importantes para discutir os seus temas de estudo, e o alcance de suas postagens acaba despertando o interesse<sup>4</sup> de jornalistas locais, nacionais e até internacionais.

Muitos me seguem no Facebook, no Instagram, começa por aí, e tem meu contato. Hoje eu tenho contato com todas as Ascons nas universidades. Aí quando é um tema associado àquilo que eu pesquiso, que ligam pra lá, imediatamente eles já passam meu contato. Então eu tenho uma rede de jornalistas em que um passa o contato para o outro. Vieram falar sobre o sistema penitenciário, sobre a questão do celular e eu falei que eu não estudava isso. Eu sugeri outro nome de uma pessoa que não tenho contato. Mas eu já fui uma sugestão de alguém que passou para o jornalista tentar comigo. (PESQUISADOR A, 2019)

Além do Facebook e Instagram, outro aplicativo das empresas de Mark Zuckerberg, o WhatsApp, tem destaque especial, neste aspecto, pela rápida disseminação de informações. A Pesquisadora C exemplifica um recente processo de seleção de novos estagiários, que apesar

<sup>4</sup> A experiência do Pesquisador A chama atenção pela trajetória de divulgação científica, iniciada há 11 anos, desde que ele concluiu a pós-graduação Lato Sensu e a assessoria de comunicação do Núcleo em que estudava fez uma matéria jornalística sobre o trabalho de conclusão de curso dele – que foi premiado, inclusive. O texto chamou a atenção de um jornal impresso de Belém e ele foi convidado para dar entrevista sobre a pesquisa. Até então, ele diz que não tinha muito entendimento sobre o funcionamento da imprensa, mas que a partir desse momento tornou-se uma fonte especializada, sobretudo pelo crescimento da violência na região nos últimos anos, tema que ele também se dedica.

de ter sido divulgado nos sites institucionais da Uepa e do Planetário, bem como reforçado nas redes sociais oficiais, os candidatos informavam que souberam das vagas por meio de grupos do aplicativo de compartilhamento de mensagens.

No trabalho dos profissionais de imprensa, a ferramenta tem sido utilizada também para realização de entrevistas, sobretudo por áudio. O Pesquisador A comentou que já passou por experiências dessa maneira e que possui áudios de suas declarações, o que facilita na hora de contestar alguma informação divulgada erroneamente.

Constata-se que as redes sociais digitais são priorizadas pelos pesquisadores por conferem autonomia a eles, a partir da percepção de que podem escolher quando e como publicar seus conteúdos. Assim, ao que se observa também é que, em alguma medida, a divulgação científica por meio da imprensa fica preterida por eles, o que se discutirá no próximo critério de análise.

### **c) Acompanhamento dos veículos de imprensa**

Quando querem se informar sobre as respectivas áreas de atuação dos pesquisadores, eles geralmente não buscam canais tradicionais de mídia, como rádio, televisão e jornal impresso.

Isso ocorre por dois motivos: o primeiro é a própria rotina de produtividade dos pesquisadores, na qual eles precisam dividir sua carga horária em ministrar aulas em diversas turmas e desenvolver suas pesquisas, impossibilitando-os de acompanhar exatamente no momento em que as informações são transmitidas. Entretanto, de acordo com o interesse deles e com o advento da internet, eles podem recuperá-las uma vez que são disponibilizadas muitas vezes na íntegra nos sites e portais de notícias corporativos.

O segundo motivo é a escassez de informação especializada de ciência frente a outras pautas como política, economia e segurança que estão sempre na ordem do dia.

A gente acaba acessando esses canais de notícia mesmo mais pela internet. E na televisão ainda acompanho alguma coisa, um noticiário, que também a gente até evita ver porque, na verdade, assim, aparece uma notícia da área da gente a cada não sei quantos anos e passa o tempo todo falando daquelas coisas

que a gente já não aguenta mais ouvir falar, né? Talvez a internet seja essa estratégia porque você criva - eu quero ler sobre isso, né?

Mas aí assisto - como a minha área é Biologia e também agora aqui pela minha atuação na questão de museus, de planetários - eu procuro assistir esses programas mais específicos de reportagem, documentário, que tenham a ver com a área. (PESQUISADORA C, 2019)

A Pesquisadora B relatou que não tem a rotina de acompanhar os veículos de imprensa tradicionais e que geralmente consome informações direto dos veículos institucionais que a interessam. Também acaba sabendo por algum conhecido ou parente quando está sendo noticiado algo relacionado à área dela. Canais por assinatura são priorizados, sobretudo pela qualidade como são produzidos.

Das TVs pagas da Net, Philo, eles têm uns documentários premiados eles vão falar de ciência também. E também tem um documentário que é “Seeds” de sementes e é muito legal, porque ele pega a sua vida com a semente, ele vai lá com o pesquisador da Noruega, naquele banco congelado lá no frio. Eles rodam em muitas dimensões para dar muitas caras para a informação. Isso é fabuloso. E também o resultado pleno disso como espectadora. Quando você vê um documentário como esse, ele te acolhe de um jeito que depois eu voltava só para pegar os nomes dos pontos de diretórios que depois eu ia visitar. Depois eu fui lá para os créditos querer saber as pessoas que fizeram aquilo, quem participou daquilo. É um caminho longo até se chegar num ponto desse, mas a gente pode já começar uma pegada. (PESQUISADORA B, 2019)

O Pesquisador A acredita que é importante acompanhar o que sai na imprensa. Ele acessa desde sites de notícias como Estado de São Paulo e Folha Uol, como veículos locais, especialmente quando sai alguma matéria sobre a pesquisa dele.

Geralmente eu acompanho. Por exemplo, eu peço para dizer o dia que vai sair, a data e tal, em qual caderno, eu vou, compro o jornal. Quando não compro, coloco no Google o meu nome e aparecem as entrevistas. Vou lá, leio, vejo se tá certo ou não tá certo. Vou lá e mando uma mensagem [para o repórter] se tiver algum equívoco. (PESQUISADOR A, 2019)

O processo de busca pela Internet, segundo o Pesquisador A, também é uma das formas pela qual ele é encontrado e se torna uma fonte sobre o assunto que domina, pois quanto mais entrevistas conceder, mais aparições terá nos buscadores e mais pessoas entrarão em contato com ele, de dentro e fora do Brasil.

Nenhum dos pesquisadores mencionou espontaneamente o Boletim Clipping Eletrônico<sup>5</sup>, enviado diariamente pela Ascom para os e-mails institucionais da Uepa. Quando a ferramenta foi sugerida pela observadora, todos avaliaram como um suporte importante para o acompanhamento do que é divulgado sobre a Universidade, inclusive as entrevistas realizadas com docentes e gestores. A Pesquisadora B informou que teve um problema no e-mail e que por isso não recebe diretamente o boletim, mas sim por meio dos compartilhamentos dos links feitos por outros colegas.

Nesse critério de análise foi possível perceber que, com exceção do Pesquisador A, a imprensa não ocupa um lugar de destaque no dia a dia dos entrevistados. De modo geral, não há tanto interesse sobre o que é publicado na imprensa, pela falta de afinidade com os temas e a forma como ocorrem as coberturas. As pautas sobre ciência, que são o principal assunto da rotina deles, não tem tanto destaque, dificultando que eles sejam expectadores assíduos.

#### **d) Estímulos à divulgação por meio da imprensa**

Considerando que não há um acompanhamento direto sobre o que é divulgado pela imprensa, questionou-se então, o que leva os pesquisadores a dialogarem com jornalistas, a concederem as entrevistas, tema deste critério de análise.

Para o Pesquisador A, a imprensa é uma alternativa para aquelas pessoas que não tem como ir à Universidade, à biblioteca, ou ainda obter o livro da pesquisa dele. Ao ter o contato com o trabalho, pode se interessar mais por ele. Ele trata da questão da vaidade, do reconhecimento.

A gente também tem nossas vaidades, é ter o reconhecimento por aquilo que a gente passou dez anos estudando. Então hoje a divulgação científica pela

---

<sup>5</sup> O Boletim Clipping Eletrônico é enviado diariamente para todos os e-mails cadastrados no servidor @uepa.br. Nele são colocadas notícias veiculadas na imprensa local e nacional desde vídeos, áudios e recortes de jornais e revistas. O trabalho de monitoramento ocorre desde quando as entrevistas são agendadas e pelos buscadores de internet. Ao final de cada mês o Clipping é analisado para verificação do número de notícias publicadas, bem como a natureza dos veículos, da demanda e do impacto das informações.

mídia possibilita você se tornar uma referência, você ter outros contatos para além do seu estado, do seu país. Possibilita também você tentar mostrar uma forma de contribuir para melhorar a vida das pessoas, porque a ideia é justamente apresentar o resultado da pesquisa, mas ao mesmo tempo tentar ver como pode resolver. (PESQUISADOR A, 2019)

Mesmo com ressalvas em relação ao trabalho desenvolvido pela imprensa, a Pesquisadora B se sente estimulada a conceder entrevistas pelo prazer de falar da profissão que escolheu.

É uma forma que eu acho de educar. Então alguém ver e saber que existe o Herbário, as pessoas, o que elas fazem... Eu acho isso um grande estímulo para a vida. E eu sou uma professora pesquisadora formadora. É por isso que eu tenho muito prazer de falar para você da minha profissão. Muito. E o que me move é isso. Por que até em tempo ruim eu tô lá na luta. E é o que eu falo para eles [os jornalistas]. Eu tenho prazer em falar sobre qualquer tema. Eu acho que é mais isso que me estimula a falar mesmo que eu ache que seja indiferente. Até que algo que eu falei só vai aparecer na rádio lá na rua. Tá, eu falei vai tá lá. Alguém vai ouvir alguma coisinha aí, mesmo que eu ache que seja um adjetivo. Então eu não vivo esperando por isso, não que eu não ache importante. O termo indiferente não é que eu não ache importante. (PESQUISADORA B, 2019)

A Pesquisadora C demonstrou preocupação com o alcance dos públicos, que é diferenciado quando a divulgação é feita pelas redes sociais ou pelos veículos tradicionais.

Eu percebo que as notícias que circulam nas nossas redes sociais, Instagram, Facebook, alcançam muitos jovens, estudantes universitários, muitas pessoas que vão procurar naquele site, naquele local, naquele canal que eu sei que aborda aquele assunto. Enquanto que a televisão, o jornal, o rádio também tem muita penetração, a gente alcança um público diferente do público das redes sociais. Eu acho que é um público que a gente precisa alcançar porque são as pessoas que normalmente não vem aqui, que não sabem o que funciona aqui, que não sabem que está aberto ao público, então acho que é muito importante. (PESQUISADORA C, 2019)

Neste sentido, percebe-se que as motivações que levam os pesquisadores a estarem disponíveis para imprensa variam desde questões individuais, passando pelo ciclo de credibilidade de Latour e Woolgar (1997), como a própria característica dos veículos e o alcance deles aos públicos. Pela própria crença sobre a importância da divulgação científica, os pesquisadores se dispõem a dialogar com a imprensa, outras tensões se revelam a seguir para criar um afastamento entre esses agentes sociais.

#### **e) Entraves para divulgação por meio da imprensa**

Os principais entraves apontados pelos pesquisadores são criados a partir de experiências vividas por eles. O Pesquisador A, por exemplo, citou exemplos que revelam desconhecimento por parte dos jornalistas sobre a área de estudo dele. Existe uma lógica jornalística em que se ouvem duas partes envolvidas em um determinado fenômeno social e um pesquisador para legitimar o processo. E em alguns casos, ele foi procurado para falar de problemas de segurança pública que não são seu objeto de estudo e ele precisou recusar, principalmente para garantir a sua integridade física. Assim, o que o desencoraja a conceder entrevistas é quando a matéria oferece algum risco e a forma como o jornalista conduz a apuração.

Essa questão também foi apontada pela Pesquisadora B, quando fala do não-preparo do jornalista sobre a pesquisa dela, tentando apressar a narrativa.

Então isso me desencoraja porque parece que eu vou ser mais um número ali numa fila para atender os requisitos do mês. Isso é horrível, profissionalmente. Tanto para quem vem para fazer esse trabalho, me convidar, me tirar do meu tempo, que eu dedique horas - porque para qualquer pessoa que eu vá dedicar um tempo, eu vou dar atenção, eu vou parar todo o resto - e a pessoa tá mais preocupada com “não, eu tenho que entregar essa matéria” e fica aquele atropelo. “Ei, peralá! Se você queria algo assim procure outra pessoa”. Isso me desencoraja. (PESQUISADORA B, 2019)

Ela também revelou características da sua própria personalidade que fazem com que ela recue de uma demanda de imprensa, como por exemplo o desconforto dentro da dinâmica de programas de TV (iluminação, cenário, etc.). Há também a diferença no tempo da imprensa e o tempo da ciência, sendo mais difícil para o pesquisador compreender a rapidez da produção

da notícia diária, considerando que o seu trabalho é uma construção realizada ao longo de anos de dedicação.

A Pesquisadora C descreveu fatores que a desencorajam como os relacionados aos episódios astronômicos como chuva de meteoros, eclipses, que são demandados pela imprensa e pelo público geral. Segundo ela, são situações que variam conforme as condições do clima, da visibilidade do céu e que ela prefere não realizar para não gerar frustração no público, implicando em repercussão negativa para o CCPP.

Apesar de ser uma pergunta direta sobre os empecilhos para a divulgação científica, os pesquisadores indicaram situações pontuais baseadas em fatos anteriores vivenciados por eles. Essa situação se torna mais evidente quando se trata do relacionamento deles com a imprensa, de modo geral.

#### **f) Relações com a imprensa**

Neste aspecto procurou-se observar as avaliações que os pesquisadores fazem sobre o trabalho da imprensa. É possível perceber que a diferença de entendimento sobre as atividades com ritmos e objetivos de trabalho distintos, ocasionando ruídos e frustração de expectativas, como no caso da validação do texto antes da publicação.

Hans Peters (1995) já havia identificado pontos de vista opostos entre jornalistas e cientistas quanto a esse aspecto. “Os especialistas podem considerar a verificação da matéria antes de sua publicação como uma forma eficiente de evitar erros e de aumentar a precisão” (p. 153).

Então é mais isso que eu sinto falta. Às vezes eu coloco coisas essenciais ali e na edição esse essencial ficou cortado. Então a minha sugestão para isso é que depois que aquilo está completo, “faltou algum ponto importantíssimo que a gente acabou cortando e fazendo uma limpeza que não deveria?” Eu sinto falta de uma outra revisão. (PESQUISADORA B, 2019)

A Pesquisadora C segue a mesma linha de raciocínio quando afirma que, na tentativa de tornar a informação compreensível, ocorre uma transposição de maneira muito abreviada, sucinta, que talvez dê margem para interpretações equivocadas. Ela atribui isso à restrição de tempo, em que as matérias sobre ciência têm menos duração do que as que abordam tragédias, violência e política, por exemplo.

Entretanto, ela avalia que o papel dos jornalistas é importante para o desenvolvimento de suas atividades, sobretudo pela linguagem, a forma como a notícia é gerada.

O que significa identificar essa espécie? O que significa isolar esse fármaco? Que é que isso vai impactar, quantos anos de trabalho, e como se soma com outros estudos ou complementa outros estudos? Ou, que leque de possibilidades se abrem para outros estudos serem desenvolvidos? Ah, eu acho que isso aí é do pesquisador para o jornalista, né? E do jornalista vai vir mais “como é que eu apresento para tornar isso uma notícia, para despertar o interesse nas pessoas, para que entendam significado de tudo isso? Eu acho que precisa haver mais é esse entendimento para não ficar só no “olha, eu fiz isso, divulga aí para mim”. (PESQUISADORA C, 2019)

O Pesquisador A também relatou já ter tido problemas com distorção de informações, quando por exemplo, concedeu uma entrevista e as aspas de uma outra fonte foram atribuídas a ele. Na época, ele não teve acesso ao material publicado, mas ficou sabendo por uma colega depois que o episódio já havia circulado por grupos de WhatsApp de pesquisadores da área que criticavam a postura dele como pesquisador.

#### **g) Contribuições da Ascom**

A Assessoria de Comunicação da Uepa representa um elo entre os pesquisadores e a imprensa. No caso do Pesquisador A, que é mais autônomo e relacionado no meio jornalístico essa intermediação é mais sutil. Por um lado, isso facilita o trabalho da imprensa, que pode ir direto na fonte, mas por outro dificulta o acompanhamento do que sai no Clipping institucional. A solução adotada foi estar em constante diálogo com o professor para ficar por dentro das pautas.

Para a Pesquisadora B a parceria também é importante:

Olha desde que eu comecei a trabalhar para criar o espaço e que a Ascom começou a perceber e a atrair os professores com essa proposta a Ascom sempre esteve ao meu lado. E muitos dos nossos eventos que primeiro eles começaram bem pequenininhos, lá a Ascom tava fotografando, filmando, entrevistando. Eu até digo que aqui essa parceria inicial com a Ascom foi muito boa, muito positiva e sempre me escutando porque eu sempre fui

fofoqueira e bocuda de falar que “isso aqui tá errado, isso não podia ser assim, e a Ascom sempre ali me escutando e tentando fazer uma propaganda, uma propaganda de trabalho, né? Uma propaganda do que a gente estava fazendo. Eram os alunos que apareciam. Então nesses momentos assim, aqui no Hall, tudo isso a Ascom estava. “Ah, quando a gente ia lá para a 1º de Dezembro para a Escola de Educação Física. Estava a Ascom também. Então aqui como assessoria de comunicação foi uma grande parceira porque eu não acesso todo dia as páginas da Uepa, mas eu sei que os colegas, sim. Então aparecer nesses espaços “olha a gente viu lá a exposição tal, ou um professor que estava no interior mas que viu isso pela Assessoria. (PESQUISADORA B, 2019)

Na fala da Pesquisadora C percebeu-se que a Ascom desempenha um papel importante, até pela posição institucional também ocupada pela cientista. Assim, ela ressalta que quando recebe uma demanda de imprensa orienta ao veículo alinhar antes com o setor responsável, e ao mesmo tempo, se manifesta acessível para as demandas que chegam por meio da Ascom.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O modo de agir identificado nos pesquisadores também norteia as ações da observadora. É a condição profissional na Ascom da Uepa que permite compreender as tensões existentes entre pesquisadores e profissionais de imprensa, que implicam na divulgação científica.

Do mesmo modo como Latour e Woolgar apresentam a noção de investimento e retorno na atividade científica, isso está presente também na relação deles com a comunicação. A diferença aqui encontrada está nas moedas de câmbio. Para o pesquisador A, o retorno está em visibilidade; para a Pesquisadora B, está no controle; e para a Pesquisadora C, reside na “normalidade” institucional.

Entre os entraves sobre a divulgação científica está a própria noção do termo que é heterogênea. Compreender a diferença entre comunicação entre pares para a comunicação para leigos e a importância desta última é fundamental para diminuir o gargalo da relação ciência e mídia.

O crescimento das mídias sociais digitais é um benefício para a divulgação científica, uma vez que os pesquisadores se relacionam diretamente com os seus públicos de interesse criando novas redes de interação entre ciência e sociedade. Facebook, Instagram e WhatsApp aparecem como novas formas de comunicação com a imprensa, quando posts de pesquisadores

despertam o interesse para pautas e também são utilizadas para apuração e realização de entrevista, reduzindo dificuldades logísticas como deslocamento e disponibilidade de horários.

Por outro lado, é um entrave para o relacionamento com a imprensa quando se prioriza a divulgação por meio das mídias sociais, preterindo as matérias produzidas por jornalistas. A mediação da imprensa torna-se uma barreira para o pesquisador que deseja o controle da informação a respeito de sua pesquisa.

A diferença do *modus operandi* da imprensa e da ciência também é um empecilho. O ritmo acelerado da imprensa conflita com o tempo do pesquisador que leva anos para realizar a sua pesquisa. O pesquisador tão habituado a revisar tantas vezes a sua pesquisa, salvo raras exceções, não pode receber o texto jornalístico antes de ser publicado.

Este artigo se propôs, a discutir, via estudo de caso, as principais questões que habitam o cotidiano de pesquisadores, observando aspectos que os estimulem e/ou os intimidem a compartilhar seus trabalhos por meio da mídia. Para tanto, foi utilizada bibliografia referente aos conceitos que perpassam o jornalismo científico e a aplicação de entrevistas semiestruturadas a três pesquisadores do Centro de Ciências Sociais e Educação da Universidade do Estado do Pará.

A universidade como ambiente de produção de conhecimento deve ser agregadora e estar aberta à sociedade, observando seus problemas e promovendo estudos que auxiliem na resolução deles. Deve debruçar-se em esforços quanto à democratização da ciência a partir de preocupações sociais, políticas e econômicas, sendo fundamental para o exercício pleno da cidadania.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. L. ; SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação da ciência e redes sociais: um olhar sobre o uso do Facebook na divulgação científica. In: Helena Pires; Manuel Curado; Fábio Ribeiro; Pedro Andrade. (Org.). *Cibercultura: Circum-navegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamento*. 01ed. Famalicão, Portugal: EDIÇÕES HÚMUS, 2017, v. , p. 279-289.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1989.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 15, n. 1esp, p. 1-12, dez. 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em 10 de julho de 2018.

CALDAS, Graça. Mídia e políticas públicas para a comunicação da ciência. In: PORTO, CM., BROTAS, AMP., and BORTOLIERO, ST., orgs. *Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 19-36. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/y7fvr/pdf/porto-9788523211813-02.pdf> Acesso em 14 de janeiro de 2018.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq). **Currículo Lattes**. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/> Acesso em: 20 de dezembro de 2018.

IVANISSEVICH, Alicia. A mídia como intérprete. In: VILAS BOAS, Sérgio (org.). *Formação e Informação Científica*. São Paulo: Summus, 2005.

LATOUR, Bruno; WOOLGAR, Steve. **A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

KROPF, Simone; FERREIRA, Luiz Otávio. A prática da ciência: uma etnografia no laboratório. *Livros & Redes*. Nov-1997-Fev. 1998 p. 589 a 597.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, Ideias, Práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

PETERS, Hans Peter. A interação entre jornalistas e especialistas científicos: cooperação e conflito entre duas culturas profissionais. In: MASSARANI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs.). **Terra incógnita: a interface entre ciência e público**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent: UFRJ, Casa da Ciência: FIOCRUZ, 2005. P. 139-160