

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

Andressa Cocco

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS
UNIVERSIDADES: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM
REDE DA UFSM**

Santa Maria, RS.
2019

Andressa Cocco

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS
UNIVERSIDADES: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA
UFSM**

Trabalho de conclusão de curso apresentada ao curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Jaqueline Quincozes Kegler.

Santa Maria, RS.
2019

Andressa Cocco

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS UNIVERSIDADES:
UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM**

Trabalho de conclusão de curso apresentada ao curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas.**

Aprovado em _____ :

Jaqueline Quincozes Kegler, Dra. (UFSM)
(Presidente/ Orientadora)

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dr^a. (UFSM)

Bruno Kegler, Dr. (UNISC)

Santa Maria, RS.
2019

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais Heriberto José Cocco e Neusa Rosa da Silva, pela educação exemplar e pelo apoio em minhas decisões;

Aos meus irmãos Anderson José Cocco e Ariane Cocco pelo carinho e amor;

Meus avós pelos ensinamentos;

À minha família, principalmente aqueles que se fizeram presentes nessa etapa da vida, especialmente minha prima Itamara Cocco Pagini.

Àqueles que já não estão entre nós, mas que fizeram parte das minhas escolhas e que estariam orgulhosos da minha caminhada, que continuem iluminando meus passos em busca algo melhor;

Dedico, também, ao meu namorado Rodrigo Parcianello Cipolatto, que esteve comigo boa parte dessa caminhada, que me motivou nos momentos em que precisei e esteve ao meu lado sendo meu apoio;

Aos meus amigos, que fiz nessa jornada e os de sempre.

E, à minha mestra, Jaqueline Quincozes Kegler, pelo apoio, inspiração e confiança.

Obrigada!

RESUMO

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS UNIVERSIDADES: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM

AUTORA: Andressa Cocco

ORIENTADOR (A): Jaqueline Quincozes Kegler

O objetivo geral deste estudo é fazer uma análise do processo de conexão em rede da Universidade Federal de Santa Maria, com base nos conceitos de Comunicação Pública e Divulgação Científica a fim de, apresentar a rede de comunicação, compreender o fluxo de relacionamento entre ela e identificar os agentes envolvidos. Este trabalho se faz importante para a área de Relações Públicas visto que contribui para o entendimento e apresentação da rede da instituição e, pensar na melhoria do relacionamento entre os agentes envolvidos com seus públicos de interesse. A metodologia parte de uma pesquisa exploratória com técnica de pesquisa documental, partindo de um levantamento bibliográfico dos conceitos de Comunicação Pública, Divulgação Científica e Redes de Comunicação além de, expor de forma geral exemplos que estimulem a compreensão da ciência, tecnologia e inovação produzida na instituição. A base reflexiva desta pesquisa está dividida em três capítulos, o primeiro é sobre a conceituação de Comunicação Pública nas universidades públicas, para isso utilizamos como referência os autores Jorge Duarte e Elizabeth Pazito Brandão a fim de, compreender como a reflexão crítica deste conceito servirá para analisar o processo em rede da Universidade Federal de Santa Maria e suas relações. No segundo capítulo, é sobre a conceituação de Divulgação Científica e Comunicação Científica do autor Wilson da Costa Bueno, além da apresentação dos micros lócus presentes na UFSM, que servirão como base para a análise do processo em rede da instituição. No terceiro capítulo teórico, é sobre a conceituação de Redes de Comunicação, a fim de compreendermos qual tipologia de rede iremos abordar e representar neste trabalho. Para isso, utilizamos o conceito de Maria Helena Weber (2017). No capítulo quatro, será sobre a análise do processo de conexão em Rede da UFSM, com objetivo de representar e apresentar a rede, compreender o fluxo de relacionamento ou não existente entre ela, pensar na melhoria no relacionamento entre ela. Por fim, apresenta-se os principais resultados e encaminhamentos para novas investigações.

Palavras-chave: Comunicação Pública. Divulgação Científica. Conexão em Rede.

ABSTRACT

PUBLIC COMMUNICATION AND SCIENTIFIC DIVULGATION IN UNIVERSITIES: AN ANALYSIS OF THE UFSM NETWORK CONNECTION PROCESS

AUTHOR: Andressa Cocco

ADVISOR: Jaqueline Quincozes Kegler

The general objective of this study is to analyze the networking process of the Federal University of Santa Maria, based on the concepts of Public Communication and Scientific Dissemination in order to present the communication network, understand the relationship flow between it and identify the agents involved. This work is important for the Public Relations area as it contributes to the understanding and presentation of the institution's network and to think about improving the relationship between the agents involved with their stakeholders. The methodology starts from an exploratory research with documentary research technique, starting from a bibliographical survey of the concepts of Public Communication, Scientific Dissemination and Communication Networks, besides presenting, in general, examples that stimulate the understanding of science, technology and innovation produced in the literature. The reflexive basis of this research is divided into three chapters, the first is about the conceptualization of Public Communication in public universities, for this we use the authors Jorge Duarte and Elizabeth Pazito Brandão as reference, in order to understand how the critical reflection of this concept will serve to analyze the network process of the Federal University of Santa Maria and its relations. In the second chapter, it is about the conceptualization of Scientific Dissemination and Scientific Communication of the author Wilson da Costa Bueno, besides the presentation of the micro loci present at UFSM, which will serve as a basis for the analysis of the institution's network process. In the third theoretical chapter, it is about the conceptualization of Communication Networks, in order to understand which network typology we will approach and represent in this work. For this, we use the concept of Maria Helena Weber (2017). In chapter four, it will be about analyzing the UFSM Networking process, with the purpose of representing and presenting the network, understanding the relationship flow or not between it, thinking about improving the relationship between it. Finally, we present the main results and referrals for further investigations.

Keywords: Public Communication. Scientific divulgation. Networking

LISTA DE GRÁFICOS

FIGURA 1. NÚMEROS DE PROCESSOS VIGENTES NA UFSM..	20
FIGURA 2. PROCESSOS PROTOCOLADOS NA AGITTEC, CONSIDERANDO OS CENTROS DA UFSM.	21
FIGURA 3. SITE OFICIAL DA AGITTEC (AGÊNCIA DE INOVAÇÃO E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA).....	21
FIGURA 4. REPOSITÓRIO DIGITAL DA UFSM.	22
FIGURA 5. MAPA UFSM PARA ALÉM DOS ARCOS.	24
FIGURA 6. SITE OFICIAL DA UFSM.....	28
FIGURA 7. AGENTES ENVOLVIDOS COM TEMAS DE INTERESSE PÚBLICO.	11
FIGURA 8. REPRESENTAÇÃO DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM. .	30
FIGURA 9. SITE OFICIAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)	33
FIGURA 10. SITE OFICIAL DA UNILA.....	35
FIGURA 11. SITE OFICIAL DA UFC.	36
FIGURA 12. SITE OFICIAL DA UFPI	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABJC	Associação Brasileira de Jornalismo Científico
ACS	Assessoria de Comunicação Social
AGITTEC	Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CT&I	Ciência, Tecnologia e Inovação
IFES	Universidades Federais de Ensino Superior
IFes	Instituto Federal do Espírito Santo
IFSul	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
INCT-CPCT	Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
NIT	Núcleo de Inovação e Transferência de Tecnologia
PROPLAN	Pró-reitoria de Planejamento
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFCA	Universidade Federal do Cariri
UFES	Universidade Federal do Espírito Santo
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul
UFPI	Universidade Federal do Piauí
UFSB	Universidade Federal do Sul da Bahia
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
UNIFESP	Universidade Federal de São Paulo
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana
UNIPAMPA RS	Universidade Federal do Pampa

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	1
2.	COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS UNIVERSIDADES	4
2.1	ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS	5
2.2	COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS	6
2.3	COMUNICAÇÃO PÚBLICA PARA ANÁLISE DO PROCESSO EM REDE DA UFSM ..	8
2.4	CONCEITO DE COMUNICAÇÃO EM REDE.....	10
3.	DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E A APRESENTAÇÃO DOS MICRO LÓCUS DA UFSM	14
3.1	CONCEITO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA	15
3.2	APRESENTAÇÃO DOS MICROS LÓCUS DA UFSM	19
a)	Indicadores de Propriedade Intelectual	20
b)	Grupos de Pesquisa	22
c)	Programa de Educação Tutorial (PET)	23
d)	Projetos de Extensão	23
e)	Empresas Juniores (EJs)	24
f)	Incubadoras Tecnológicas	25
g)	Incubadora Social da UFSM (IS-UFSM)	25
h)	Servidores/ Pesquisadores	26
3.3	APRESENTAÇÃO DO MICRO LÓCUS: COMUNICAÇÃO DA UFSM.....	26
4.	ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM	29
4.1	ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM	30
a)	Rede de Comunicação Científica	31
b)	Rede de Comunicação Midiática	32
5.	CONCLUSÃO	39
6.	REFERENCIAS	42

1. INTRODUÇÃO

A temática desta pesquisa é em torno dos conceitos de Comunicação Pública e Divulgação Científica nas universidades- públicas. A motivação para este trabalho se deu a partir do questionamento referente a uma notícia divulgada pela UNIFESP¹, Universidade Federal de São Paulo, no dia 16 de abril de 2019, no qual apresentou o resultado de um relatório, *Research in Brazil*², disponibilizado pela *Clarivate Analytics*³ à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), afirmando que a maior parte de todo o conhecimento científico produzido no Brasil vem das universidades públicas.

Partindo desse resultado, mais de 95% das publicações científicas referem-se às universidades públicas, federais e estaduais. Neste sentido, a problemática é referente à Divulgação Científica das universidades públicas que produzem ciência, mas o que acontece no processo de comunicação que as informações não chegam até o conhecimento da sociedade?

Atualmente, quando a ciência e tecnologia passam a ter um novo peso no processo de acumulação de capital, as universidades, que são centros privilegiados do saber, voltam a ser objeto de interesse e disputa na sociedade.

Em vista disso, a delimitação desta pesquisa parte da análise do processo de conexão em rede da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) que, conforme o resultado do relatório citado acima, está posicionada em décimo quinto lugar no que diz respeito ao desempenho em pesquisas. Localizada no interior do estado do Rio Grande do Sul, a UFSM é uma instituição de ensino superior pública e federal brasileira, considerada a primeira universidade do interior do estado. Atualmente, com base nos dados da plataforma institucional UFSM em números, ela conta com 27.549 alunos, 266 cursos, 2.047 docentes e 2.681 Técnicos Administrativos em Educação, conforme análise do 2º semestre do ano de 2019.

O interesse em analisar o processo de conexão em rede da UFSM, com base nos conceitos de Comunicação Pública e Divulgação Científica, se faz importante tanto para o campo da comunicação quanto aos públicos de interesse. A emergência para a divulgação da ciência pelas

¹<https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/universidades-publicas-produzem-quase-todo-conhecimento-cientifico-do-brasil-3tohjbzjkjramid2g6l933rr5w/> (Copyright © 2019, Gazeta do Povo. Todos os direitos reservados). Acesso em 21/11/2019.

² <https://www.capes.gov.br/images/stories/download/diversos/17012018-CAPES-InCitesReport-Final.pdf>. Acesso em 21/11/2019.

³ A *Clarivate Analytics* é uma empresa que possui e opera uma coleção de serviços baseados em assinatura focados principalmente em análises, incluindo pesquisa científica e acadêmica, análises de patentes, padrões regulatórios, proteção de marcas comerciais, inteligência farmacêutica e de biotecnologia, proteção de marcas de domínio e gerenciamento de propriedade intelectual.

universidades não é um tópico relevante apenas aos dias de hoje, por muito tempo procurou-se compreender a sua importância e rever suas formas de atuação e de interação com a realidade que a rodeia e às exigências decorrentes da atualidade. Esse vínculo é essencial que aconteça e a divulgação científica tem que extrapolar os muros das universidades e instituições e tornar-se pauta recorrente para a população em geral.

Neste sentido, pesquisas como a *Wellcome Global Monitor*⁴, apontam que globalmente 28% das pessoas dizem que recentemente procuraram informações sobre ciência. Quase dois terços das pessoas em todo o mundo (62%) dizem estar interessadas em aprender mais sobre ciência. Esses são alguns dos resultados do que mostram uma forte relação entre o conhecimento auto avaliado da ciência e o nível educacional.

Em todas as regiões, as pessoas com níveis mais baixos de escolaridade são menos propensas a dizer que entenderam 'tudo' ou 'alguns' da definição de 'ciência' e 'cientistas' oferecidas no início da pesquisa. Além disso, é mais provável que as pessoas busquem informações científicas quanto mais avaliam seu próprio conhecimento da ciência. No geral, 72% das pessoas em todo o mundo confiam nos cientistas. Mais da metade (57%) da população mundial não acha que sabe muito - se é que há alguma coisa - sobre ciência.

Com base nesses resultados, esta pesquisa se justifica pelo interesse que a sociedade apresenta em saber mais sobre ciência e a importância das instituições públicas, neste caso as universidades, em divulgar o que elas produzem não só sobre ciência, mas de tecnologia e inovação. A comunicação tem um papel importante na difusão destes conhecimentos e com a legitimação das universidades perante seus públicos de interesse.

Há, também, um interesse pessoal em pesquisar sobre a Comunicação Pública e Divulgação Científica nas universidades pois, o primeiro contato que tive com a temática foi através da disciplina de Assessoria na Revista Arco, uma publicação, em formato de revista impressa e digital, de jornalismo científico e cultural. A revista possui como objetivo “traduzir” o conhecimento científico para uma linguagem acessível e tem como princípio apresentar reportagens a respeito das pesquisas e estudos desenvolvidos na Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, a partir de um visual atraente, visando democratizar o acesso ao conhecimento e viabilizando um espaço de diálogo entre a instituição de ensino e a sociedade.

O objetivo de estudo para este trabalho está centrado em analisar o processo de conexão da rede na instituição (UFSM). Propomos, de forma mais específica, apresentar a rede e sua representação, compreender seu fluxo de relacionamento, bem como seus eixos e áreas,

⁴ <https://wellcome.ac.uk/sites/default/files/wellcome-global-monitor-2018.pdf>. Acesso em 21/11/2019.

identificar os agentes envolvidos além de, pensar na melhoria no processo de comunicação que esteja comprometido com a difusão de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) e, por fim, apresentar uma solução para que o fluxo aconteça de forma espontânea e eficiente.

Para isso, utiliza-se a pesquisa exploratória com técnica de pesquisa documental. Exploratória porque não haverá uma delimitação criteriosa a respeito de áreas do conhecimento, ou seja, o apanhado será amplo e aleatório a partir de observação não participante proporcionada pelo estágio curricular realizado na Pró-reitoria de Planejamento (PROPLAN) na Universidade Federal de Santa Maria.

Então, servirão como exemplos casos de ciência, tecnologia, artes, desportos e inovação, ligados a ações de ensino e pesquisa e extensão e que estimulem a compreensão do que é produzido na instituição.

Sob esta ótica, o marco teórico responsável por estabelecer e guiar a base reflexiva desta pesquisa está estruturado em três seções, que ocorre a partir da leitura e análise do acervo constituído na pesquisa documental, além de um capítulo de análise e, por fim, a conclusão:

1. Conceituação de Comunicação Pública na universidade pública, para isso utilizamos como referência os autores Jorge Duarte e Elizabeth Pazito Brandão a fim de, compreender como a reflexão crítica deste conceito servirá para analisar o processo em rede da Universidade Federal de Santa Maria e suas relações. Ainda, iremos apresentar a conceituação de Redes de Comunicação a fim de, compreendermos qual tipologia de rede iremos abordar e representar neste trabalho. Para isso, utilizamos o conceito de Redes de Comunicação da autora Maria Helena Weber (2017).
2. No próximo capítulo, traremos a conceituação de Divulgação Científica e Comunicação Científica do autor Wilson da Costa Bueno, além da apresentação dos micros lócus presentes na UFSM, que servirão como base para a análise do processo em rede da instituição.
3. No capítulo quatro, traremos a análise do processo de conexão em Rede da UFSM, com objetivo de representar e apresentar a rede, compreender o fluxo de relacionamento ou não existente entre ela, pensar na melhoria no relacionamento entre ela.

Por fim, apresenta-se os principais resultados e encaminhamentos para novas investigações.

2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS UNIVERSIDADES

Neste capítulo, objetivamos apresentar o conceito de Comunicação Pública, com ênfase nas universidades públicas, compreender como a reflexão crítica deste conceito servirá para analisar o processo em rede da Universidade Federal de Santa Maria e suas relações.

Queremos, neste momento, apresentar a conceituação de Comunicação Pública que servirá para compreender a sua importância nas universidades públicas. Para isso, utilizamos as reflexões teóricas dos autores Elizabeth Pazito Brandão (2007) e Jorge Duarte (2007) no qual, ambos buscam compreender seus usos e significados, entre outros estudiosos do campo.

Na segunda parte, a fim de refletir sobre a Comunicação Pública nas universidades, trazemos como referência os autores Graça Caldas, que analisa o papel do Estado no processo de popularização da ciência, bem como políticas de comunicação e estratégias de divulgação científica em organizações de fomento, entidades científicas e instituições produtoras de ciência e tecnologia, para a democratização do conhecimento e o exercício da cidadania.

Corroborando com Graça, trazemos o autor Maurício Lara, com o tema *O Comunicador Público Entre o Mar e o Rochedo*, que trata do aumento do tamanho e da importância da área da comunicação na esfera municipal, estadual e federal.

Para concluir este capítulo, buscamos apontar a análise do conceito de Comunicação Pública a fim de, compreender como a reflexão crítica deste conceito servirá para analisar o processo em rede da Universidade Federal de Santa Maria e suas relações. Para isso, utilizamos como referência a autora Maria Helena Weber (2007) que, como pesquisadora, aborda questões sobre, como identificar o espaço da comunicação pública como aquele constituído pela circulação estratégica de temas de interesse público, por sistemas públicos e privados.

Com o propósito de refletir sobre a comunicação pública no contexto das universidades públicas, faz-se pertinente o debate sugerido neste capítulo para compreendermos a sua importância e, também, identificar o papel que os comunicadores assumem. É importante que, ao abordar o papel da comunicação no âmbito público, precisa-se entender o conceito de comunicação pública, pensando-a como detentora e divulgadora de informação de interesse coletivo.

Cabe ressaltar que toda e qualquer informação referente a instituições, serviços e contas públicas é um direito assegurado ao cidadão. Quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é informativo, abre espaço para que exista diálogo e participação.

2.1 ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS

Segundo Elizabeth Brandão a expressão ‘Comunicação Pública’ vem sendo usada em múltiplos sentidos ou, que ainda “está em construção” como diz Graça França Monteiro. Para Elizabeth, “... a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada. Pelo menos por enquanto, 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, 2007, p.1).

Heloiza Matos (1997) entende a Comunicação Pública como debate que se dá na esfera pública entre Estado, Governo e sociedade, sobre temas de interesse coletivo. Um processo de negociação através da comunicação, próprio das sociedades democráticas.

Jorge Duarte (2007), também destaca que a Comunicação Pública está ligada a defesa do interesse público, cujo processo de redemocratização, o desenvolvimento tecnológico, a Constituição de 1988, a atuação dos movimentos sociais, entre outros fatores, foi determinante para a criação de mecanismos de participação e pressão por parte do cidadão na relação com o Estado. No entanto, o autor ressalta que as mudanças não geraram uma valorização coletiva da cidadania. Apesar das conquistas, o cidadão precisava apropriar-se dos mecanismos de forma a garantir o exercício pleno da cidadania.

Nesse sentido, o conceito de comunicação pública “remete ao processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade: um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país” (MATOS, 1999, p. 33).

Graça Monteiro (2007, p. 40), também salienta que “importa que elas (as mensagens) sejam portadoras do interesse coletivo; que elas coloquem o interesse público à frente do interesse particular. (...) Importa que elas sejam fruto do debate público e propiciem o debate público”. Complementando a ideia exposta, Matos (2007, p. 53) entende que “o interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública”.

Para enfatizar essa linha teórica sobre a comunicação pública, buscamos referência em Jorge Duarte (2007, p. 64):

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo.

De acordo com Zémor (1995), “espera-se da comunicação pública que sua prática contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público”.

Assim, podemos entender que não basta apenas a divulgação das informações das instituições públicas, fazendo-se necessário propiciar uma troca, um debate em torno de assuntos de interesse e relevância pública.

Após apresentar alguns conceitos reflexivos sobre a Comunicação Pública, no próximo tópico iremos trazer com o ponto de vista da aplicação nas universidades públicas e sua importância.

2.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS

A fim de apontar sobre a Comunicação Pública da Ciência, buscamos como referência Graça Caldas (2004) que, encarrega-se de discutir a abordagem junto ao papel da mídia na formação do imaginário social e na construção da memória coletiva sobre CT&I. Inclui, também, reflexão sobre a percepção pública da ciência e da tecnologia entre mídia, sociedade e cientistas, além de destacar o papel de jornalistas e cientistas no processo de popularização da ciência.

Graça faz reflexões quanto ao público que acompanha nas mídias os avanços que ciência e tecnologia vem desenvolvendo em um cenário nacional e internacional. Preocupa-se em compreender se este público seria capaz de assimilar os conteúdos científicos dos mais diversos temas que são veiculados nas mídias. Além de, identificar qual o papel de instituições como escolas, centros de ciência e da mídia no processo de divulgação crítica do conhecimento científico para formar cidadãos capazes de entender a informação veiculada e compreender o processo de produção da ciência, seu contexto, limites e interesses que a envolvem.

Para a autora, “apesar de louvável e indispensável o esforço conjunto da mídia, do Estado e da comunidade científica no aperfeiçoamento da percepção pública da ciência, ele ainda é insuficiente, face do impacto da C&T na sociedade”. (CALDAS, 2004, p.30)

Mesmo com os avanços, segundo ela, “há muito por se fazer”. Caldas coloca que as instituições de ensino possuem um papel importante, quando se fala de analfabetismo científico, referindo-se à compreensão dos conteúdos, descreve, ainda:

“(…)não se trata apenas de promover o aprimoramento da educação científica, bem como estimular o marketing científico. (...) é imprescindível intervir na formação da cultura científica, numa perspectiva crítica, para que o usuário e consumidor da ciência e da tecnologia possa, efetivamente, participar das decisões que envolvam a política científica do país, por meio de suas diferentes representações sociais”. (CALDAS, 2004, p.31)

Caldas aponta que tem crescido a curiosidade pública sobre a ciência e que vem ampliando as ações da mídia, das escolas, dos centros de ciência, em diferentes pontos. Porém, para ela, o que importa é se os conteúdos transmitidos pela mídia são absorvidos pelos públicos. Neste sentido, Graça (2004, p. 30), afirma que:

“Trata-se de ir além, de melhorar a capacidade de entendimento analítico da sociedade, para que possa acompanhar as transformações por que passa a natureza; entender os avanços da medicina, da biotecnologia e dos polêmicos organismos geneticamente modificados, para verificar se podem ou não interferir na saúde das pessoas e/ o prejudicar o meio ambiente”.

Para que essas questões sejam debatidas nos espaços públicos, segundo a autora Graça, “(...) é necessário desenvolver mudanças culturais profundas no processo de aprendizado da ciência e da tecnologia, nas escolas (do ensino primário ao universitário), nos centros de ciência e na divulgação científica nos meios de comunicação(...)”. (CALDAS, 2004, p. 31)

Corroborando com Graça, trazemos o autor Maurício Lara, com o tema *O Comunicador Público Entre o Mar e o Rochedo*, que trata do aumento do tamanho e da importância da área da comunicação na esfera municipal, estadual e federal. Para o autor, o profissional de comunicação das esferas públicas, tem que tomar consciência de que trabalha “entre o mar e o rochedo, mas não pode vestir a carapuça do marisco”. Em outras palavras, “o comunicador encontra a grandeza de seu papel quando consegue identificar o ponto de equilíbrio entre o direito da sociedade à informação e a formação da imagem da instituição”. (CAMARGOS, 2004, p. 148)

Para Maurício, “se há mais interesse do cidadão, aumenta a responsabilidade de quem lida com a comunicação governamental”, e, “(...) para o cidadão, o que deveria prevalecer é a informação como um direito inalienável, fundamental, básico. Em última instância, a verdade dos fatos”. (CAMARGOS, 2004, p. 149)

Portanto, as relações entre Estado, Mídia e Sociedade só tem sentido se a comunicação for pensada como possibilidade do outro, o que tem valor inestimável para a democracia e resgata a preocupação com o bem público e com a noção de coletividade.

Para as universidades públicas, pela sua origem, tem um compromisso com a transformação da sociedade, com o exercício da crítica livre, com a preservação do conhecimento, com a construção de um novo saber, com a beleza, com as artes, com a cultura, mas baseados em valores da ética da democracia, da justiça e da igualdade, que nortearam a sociedade humana.

Segundo a legislação brasileira a universidade tem como característica a indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e extensão, suas funções básicas. BELLONI (1989) defende que "A educação é um serviço ou bem público não só porque recebe recursos públicos, mas principalmente porque seus benefícios (profissionais qualificados, cidadãos conscientes, conhecimento produzido e disseminado) atingem toda a sociedade". (p.55)

A Comunicação Pública busca a melhor qualidade na relação entre instituições e cidadãos, a fim de que a população em geral perceba e veja resultados do retorno do investimento feito por todos os cidadãos nas instituições públicas, principalmente as de ensino. Como resultado de uma demanda da população por maior transparência no setor público, a Comunicação Pública nas universidades públicas federais tem a responsabilidade no atendimento ao direito do cidadão, para mantê-los informados sobre os mais diversos assuntos de interesse coletivo.

2.3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA PARA ANÁLISE DO PROCESSO EM REDE DA UFSM

A partir da análise do conceito de Comunicação Pública, buscamos, nesta parte do estudo, compreender como a reflexão crítica deste conceito servirá para analisar o processo em rede da Universidade Federal de Santa Maria e suas relações. Para isso, utilizamos como referência a autora Maria Helena Weber (2007), para identificar o espaço da comunicação pública como aquele constituído pela circulação estratégica de temas de interesse público, por sistemas públicos e privados (redes).

Ao levar em conta que a produção de conteúdos que circulam nesse meio (universidades) e que são de interesse público, segundo Maria Helena Weber (2007, p. 23) "(...) os sistemas de comunicação propiciam a criação de uma rede de comunicação pública, cuja extensão será proporcional aos interesses dos poderes (públicos e privados) envolvidos". Neste sentido, a autora ainda coloca "assim se denomina a rede de comunicação pública constituída por sistemas que geram, debatem, repercutem temas públicos, temas vitais à vida e às relações em sociedade". (WEBER, 2007, p. 24)

As universidades públicas, como detentoras do *saber*, despertam interesse e disputa de grupos distintos, mas que podem estar conectados pelo interesse do conhecimento gerado nessa ambiência. Voltam a ser objeto de interesse e disputa para a sociedade, por outro lado para os empresários, que lutam cada vez mais pela apropriação privada do saber, por outro pelos que acreditam que o saber deve ser de acesso a todos e de boa qualidade, como uma das condições para a democratização do país.

A compreensão do conceito de Comunicação Pública, se faz importante para este estudo pois, está condicionado à ideia de que o conhecimento produzido nessa ambiência, que são de interesse público e, também, constituído a partir da circulação desses temas abordados por diferentes sistemas de comunicação estruturados nas instituições públicas e privadas. Existe, enfim, uma rede de comunicação que está atrelada a instituições e informações que são relevantes a sociedade.

Para Maria Helena Weber (2007, p. 24), a Comunicação Pública:

“(…) tornou-se o termo utilizado pelas habilitações do campo comunicacional (relações públicas, marketing, jornalismo, comunicação), no sentido de entender ou justificar as interferências e a delimitação entre o público e o privado, entre a comunicação governamental e a política, a comunicação do terceiro setor e a sociedade, o marketing e a propaganda, etc. Especialmente quando se discute sistemas de comunicação, mídias, cuja criação e funcionamento dependem do Estado, governos, legislativos, sociedade e organizações diversas”.

Neste sentido, ainda segundo Weber, “(…) a comunicação pública ela não pode ser determinada, a partir de legislação ou estruturas, mas é configurada pela circulação de temas de interesse público, nos modos de debater e repercutir estes temas, sem controle direto”. Portanto, se faz importante analisar a difusão de informações pelas universidades públicas, como instituição detentora de construção de conhecimento, cuja imagem e reputação está diretamente associada com a resposta da sociedade sobre o que ela absorve da comunicação realizada pela mesma.

Partindo do entendimento de que as universidades públicas possuem conteúdos e informações que são do interesse coletivo, ela precisa estar conectada com a rede privada de divulgação do mesmo para a sociedade (veículos de comunicação/ imprensa), para Maria Helena Weber, o que interessa é entender o poder de sujeitos e instituições, cujo “poder reside na capacidade do sistema de comunicação de tornar visível suas versões (estratégias de visibilidade) e contagiar as demais redes em torno do tema, repercutir e mobilizar a opinião pública e a opinião de públicos”. (WEBER, 2007, p. 25)

Ainda, para a autora Maria Helena Weber, sobre o processo em rede para a comunicação pública:

“Entende-se que cada rede tem sua própria complexidade no modo e no interesse específico de abordar temas de interesse público e a repercussão destes é proporcional aos interesses (públicos e privados) de outras redes. São, então, tecidos os debates no espaço público e desencadeados ataques, pactos e defesas em torno de temas essenciais à sociedade a partir de perspectivas tão públicas quanto privadas.” (WEBER, 2007, p. 25)

Enfim, a comunicação é ferramenta importante para o processo de difusão de conhecimentos de interesse público, e a comunicação pública é configurada pela circulação

desses conhecimentos, que são produzidos nas universidades e que perpassam por diversas instâncias até chegar ao conhecimento da sociedade. Todo esse entrelaçamento é configurado por um processo em rede, ora livre de um modelo, mas que acontece de forma autônoma e que não está explícito. Porém, a análise desse processo, assume um papel importante não apenas para o campo da comunicação e sim para pensar em como gerenciar esse processo, a fim de que o mais importante, que é a difusão do conhecimento produzido nessa ambiência, cumpra seu papel de forma mais estratégica e que o resultado seja um impacto positivo para a imagem das universidades públicas perante a sociedade e seus públicos.

2.4 CONCEITO DE COMUNICAÇÃO EM REDE

Após apresentar os micros lócus existentes na instituição, neste momento, se faz importante apontar a base teórica da Comunicação em Rede, cuja reflexão irá nortear para fazer a análise do processo de conexão em rede na instituição (UFSM) e sua representação. Para isso, utilizamos como referência a autora Maria Helena Weber (2017), que escreve sobre a comunicação pública, os temas, as redes e os públicos.

Ao abordar os conceitos de Comunicação Pública, podemos identificar que ela é capaz de fazer circular informações, opiniões e movimentos em torno de temas sensíveis e vitais para a sociedade, indivíduos e Estado.

Segundo Maria Helena Weber (2017), o conceito de comunicação pública está circunscrito:

“(...) à existência de um espaço onde possam circular temas de interesse público gerados por sistemas e redes, assim entendidos por debaterem valores vitais para o Estado, a sociedade e indivíduos, tanto na instância de produção, quanto naquelas de recepção. São os temas que possuem capacidade para tencionar argumentos, repercutir e exigir resposta pública”. (WEBER, 2017, p. 43)

Como já vimos, as universidades públicas, são lugares que concentram saberes e temas que são de interesse público que, atrelado à Divulgação Científica, devem chegar até o conhecimento da sociedade. Neste aspecto, Weber coloca que, “pode-se identificar o movimento realizado pelas instituições em torno da sua visibilidade e desses temas, quando abordados e debatidos com a sociedade, concomitante ao plano de investimento para a formação e aferição da Imagem Pública”. E, cujo processo é realizado pela comunicação.

A autora coloca, também, que “(...) o interesse público é definidor dos movimentos das instituições do Estado e da sociedade. Nessa perspectiva, o debate é instituinte da Comunicação Pública, considerando a circulação de temas que afetam a sociedade, os indivíduos, as instituições públicas e organizações privadas (...)”. (WEBER, 2017, p. 44)

Nesse sentido, a autora refere-se que, “(...) no modo planejado ou espontâneo o debate público é desencadeado em redes de comunicação vinculadas a instituições e públicos com movimentações contínuas e estratégicas (...), dependendo do tema em questão”. (WEBER, 2017, p. 44)

Ao fazer uma reflexão geral sobre os temas de interesse público, os debates, apresentamos a seguir, uma breve explicação sobre “As redes”, abordado pela autora Maria Helena Weber, para auxiliar na compreensão de seu significado e aplicação, a fim de, compreendermos e representarmos o processo de conexão em rede, voltada para a Divulgação Científica da UFSM.

Falar sobre as redes de comunicação e apresentar seu conceito, segundo Maria Helena Weber (2017), se faz importante para analisar o processo de conexão em rede da UFSM. Para isso, em um primeiro momento, buscamos representar, conforme reflexões sobre algumas informações sobre temas, instituições e redes, abaixo, de forma macro o que é relevante para facilitar a compreensão de quem está envolvido com os temas de interesse público. Para a autora, “são espaços onde trafegam pactos e disputas de poder na medida em que se movimentam em direção à obtenção de visibilidade, apoio, mudanças, leis e votos que exigem negociações e decisões políticas”. (WEBER, 2017, p. 45)

Figura 7 - Agentes envolvidos com temas de interesse público;

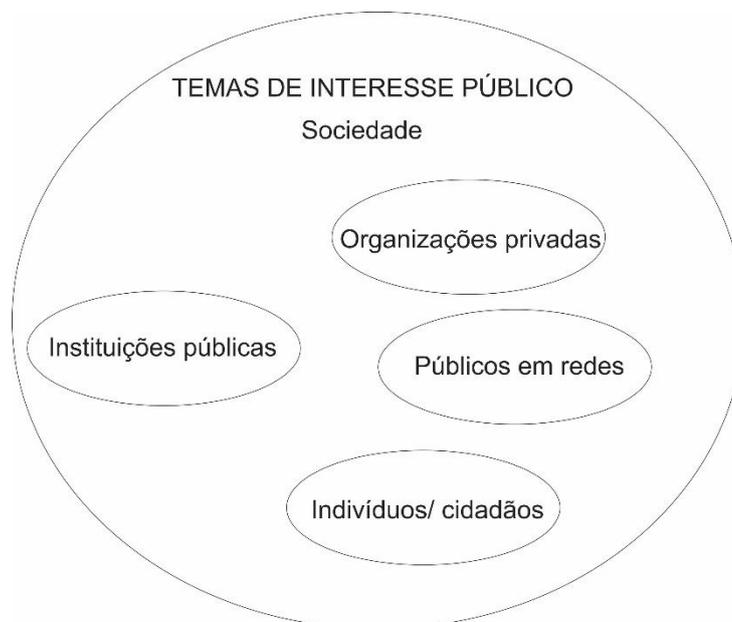


Figura 1. Agentes envolvidos com temas de interesse público. Fonte: Andressa, 2019.

A partir das dimensões da comunicação pública é possível identificar diferentes âmbitos operacionais considerando a hipótese de que ela é desencadeada por temas e acontecimentos de interesse público. A fim de esclarecer, Weber (2007) coloca que:

“[...] o tensionamento e a repercussão de fatos de interesse público dependem da argumentação necessária para saber, denunciar, justificar, defender, promover atores em lugares privilegiados, por representação (eleitos ou indicados), legitimidade (competência e reconhecimento). São eles, os ordenadores da valoração de fatos num continuum no qual a contestação e apoio se alternam, dependendo dos interesses em jogo e, naturalmente podem ser borrados os limites entre interesses públicos e interesses privados, entre poderes maiores ou menores, pois importa obter credibilidade associada à disputa da verdade, à escolha das versões mais convenientes que concorrem para a construção das opiniões individuais e da opinião pública. (...) A abordagem do tema de interesse público e sua conseqüente importância obedecerá à complexidade dos campos e à argumentação mantida pelos emissores, autores institucionais e as competências na tradução da mensagem”. (Weber, 2007, 30-31)

Para a autora “Planejado ou espontâneo, o debate é acionado e os públicos se organizam para se manifestar, sendo que a disparidade no formato de participação está garantida, considerando a capacidade de cada público utilizar dispositivos de visibilidade e de comunicação com as competências de relações públicas, marketing, jornalismo e propaganda”. (Weber, 2017, p. 43)

É relevante representar para compreender a complexidade de informações referentes às redes, e, Maria Helena Weber, esclarece sobre as redes que:

“A rede é uma metáfora utilizada em larga escala exatamente pela facilidade de entender os nós, conexões e a extensão de uma linha sobre todas as demais. As redes de comunicação permitem a circulação de informações e ações, com significados e interpretações passíveis de acolhimento e rejeição por outras redes. As redes são adequadas para defender a ideia da circulação de informações e opiniões que fortalecem determinados arranjos sociais e sua mobilização. O poder de algumas sobre as outras é determinante para o fortalecimento das demais, como as redes, vinculadas ao Estado ou as redes de comunicação massiva”. (WEBER, 2017, p. 45)

Além disso, Maria Helena Weber coloca ainda que, “as redes são espaços de poder devido a sua natureza e à pluralidade dos públicos que, mesmo com interesses particulares, se mantem ligados, com dinâmicas, protocolos, acordo e distúrbios próprios”. (WEBER, 2017, p. 45)

Ainda, para falar sobre a tipologia de rede que iremos abordar, Weber explica que “pode-se pensar na comunicação pública, em redes constituídas por públicos organizados com proximidades ideológicas, interesses comuns, interesses particulares, representação ou pela singularidade de sua natureza e ação”. (WEBER, 2017, p. 46)

De forma mais específica, iremos abordar o conceito da autora sobre *Redes de Comunicação Científico- educacional*. Para ela:

“Estas redes são formadas por atores e organizações que detém o poder sobre a formação dos cidadãos e sobre a produção de conhecimento científico. As pesquisas, teses, dissertações, publicações permitem contestar, endossar ou formular proposições

sobre temas de interesse público e contribuem na formulação de argumentos. Da mesma maneira, as mobilizações das instituições educacionais intervêm nas rotinas sociais e causam enfrentamentos políticos. Os sistemas que se interligam nas redes Comunicação Científico- educacional são formados por organizações privadas e instituições governamentais, com a singularidade que lhes é atribuída pelo campo científico, pelo campo da educação com procedimentos e ritos próprios.” (WEBER, 2017, p. 52)

O que ela se refere é que as redes de comunicação científico- educacionais possuem, a capacidade de ratificar e contestar os temas de interesse público. Para Maria Helena, “Ao mesmo tempo, educação e ciência são temas de interesse público associados ao desenvolvimento do país e do indivíduo, vinculado às questões de segurança e violência, por exemplo.” (WEBER, 2017, p. 52)

Ao mesmo tempo, para cumprir o papel de difusão de informação, ela precisa do suporte das *Redes de Comunicação Midiática*, que dão suportes e abrangem diferentes tipos de comunicação identificáveis como mídias que circulam em suportes como rádio, televisão, internet, mas “sem o caráter pessoal das *mídias sociais*”. Para a autora, essa rede,

“(…) são poderosas e necessárias à demanda das outras redes, assim como dos poderes, pois se constituem no espaço privilegiado da visibilidade e repercussão. O poder destas redes está na sua autonomia enquanto organização e nos princípios que regem o jornalismo expressos nos enquadramentos de fatos, e na sua capacidade de entreter, com engajamento, ou não. Qualquer que seja o ângulo pelo qual se analisa seu poder, seu papel é fundamental ao debate público sobre qualquer que seja o tema”. (WEBER, 2017, p. 52)

O que justifica esse trabalho, apontando a autora Weber (2017), é que:

“Relações e processos de comunicação permeiam todas as instituições e as teias que as ligam à sociedade e indivíduos. (...) ao criar a tipologia das redes para identificar a circulação de opiniões e ações em torno de temas de interesse público, defende-se o poder destas instancias e sua capacidade e necessidade de intervenção nas coisas da vida.” (WEBER, 2017, p. 54)

As pesquisas permitem formular uma tipologia de redes considerando seu grau de autonomia, seus pontos de interesse comum, seu grau de envolvimento com o tema em questão, a credibilidade dos cidadãos envolvidos e seus objetivos. Cada grupo de redes pode ser ampliado de acordo com o objeto de pesquisa em estudo. Neste sentido, a relação de redes sofreu pequenas mudanças (Weber, 2007) em relação à sua primeira formulação porque importa entender de que modo temas de interesse público podem suscitar debate público. Um dos aspectos mais importantes é identificar o poder das redes em relação ao tema em questão. Embora seja possível integrar diferentes redes na condição de cidadão, alguns temas evocam mais diretamente.

Segundo a autora, a denominação redes de comunicação delimita que o estudo sobre o debate público, temas de interesse público e poder das instituições e públicos está sediado nos

processos de comunicação desenvolvidos pelas instituições e públicos. São as seguintes redes que entendemos capazes de desencadear, desenvolver e incidir sobre decisões de interesse público, com variáveis contextuais quanto ao seu poder de deliberar, em três âmbitos com poderes específicos: âmbito do Estado (poder legal de governar e intervir); âmbito da sociedade (poder passional, científico e ideológico de organização e manifestação); os sistemas de comunicação mediática (poder de visibilidade e centralização).

Portanto, para a Comunicação Pública, é preciso ter como ênfase o interesse público e deve ser exercida com responsabilidade de expor temas de interesse público que propicie o debate que deve ser compreendida pela sociedade.

Já as Redes de Comunicação Científica- educacional são formadas pelas instituições de Ensino, que detém o poder do saber e no qual a produção científica deve extrapolar seus muros e gerar debates e levar temas de interesse coletivo para a sociedade.

Para isso, ela depende, também, das Redes de Comunicação Midiática, que se constitui por sistemas de comunicação midiáticos, que possui poder de difusão, legitimidade no qual outras redes buscam por visibilidade e credibilidade.

3. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E A APRESENTAÇÃO DOS MICRO LÓCUS DA UFSM

Após a apresentação do conceito de Comunicação Pública e de compreensão de seu compromisso com a sociedade, neste capítulo, iremos expor o conceito de Divulgação Científica e, de forma geral, apresentar os micros lócus da Universidade Federal de Santa Maria.

Neste estudo, denominamos “micro lócus”, alguns exemplos de conhecimentos produzido na instituição (UFSM) e, apresentamos de forma ampla e sem definição de critérios de escolha dos mesmos, para auxiliar no entendimento do processo de comunicação em rede da própria instituição. Adiantamos que se torna impossível abordar todas as informações sobre ciência, tecnologia e inovação presentes na UFSM. A abordagem destes exemplos foi possibilitada com base em uma análise exploratória não participativa, proporcionada pelo estágio final de graduação na Pró-Reitoria de Planejamento (PROPLAN) na instituição.

Se a questão que permeia esta pesquisa é em relação à divulgação do conhecimento produzidos nas universidades públicas para a sociedade, que por alguma razão esse público não identifica essas informações ou não as reconhece, é imprescindível deixar de explicar o conceito de Divulgação Científica e a diferença entre ela e a Comunicação Científica. É através destes conceitos que a produção científica extrapola os muros das instituições de ensino e chega até seu público de interesse, a sociedade.

Para tratar destas conceituações, apresentamos as reflexões teóricas do Jornalista, Wilson da Costa Bueno (2009), especialista em Jornalismo Científico. Através desta explanação, iremos esclarecer a diferença entre Comunicação Científica e Divulgação Científica. Em seguida, de forma aleatória, expor os micros lócus identificados na instituição, que são apresentados como exemplos do conhecimento produzido na instituição e que servirão como base para a análise do processo em rede da UFSM.

3.1 CONCEITO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

Quando nos referimos que as universidades públicas produzem ciência, e que essa afirmação está presente em resultados de pesquisas como o relatório *Research in Brazil*, disponibilizado pela *Clarivate Analytics* à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), já apresentado neste trabalho, buscamos compreender o que acontece com o processo de divulgação científica que estas informações não são do conhecimento da sociedade e, conforme apresentado no capítulo anterior, essas instituições produzem conhecimento que é do interesse coletivo, se faz importante para este estudo, analisar os conceitos que permeiam esta problemática.

Segundo notícia divulgada no dia primeiro de julho, deste ano, pela redação Galileu5, no âmbito digital, apesar de interesse pela ciência, jovens no Brasil não sabem nomes de cientistas e, que pesquisa do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia - INCT-CPCT, entrevistou pessoas de 15 a 24 anos, que mostraram simpatia pelo setor e defenderam investimentos.

O resultado aponta que jovens se interessam bastante por ciência e tecnologia, um índice que até supera o de apreço por assuntos relacionados a esportes, por exemplo. Ainda assim, a maioria não sabe citar o nome de um cientista brasileiro ou de uma instituição.

O estudo foi feito entre abril e março deste ano e entrevistou 2.206 pessoas, entre 15 e 24 anos, de diversas regiões do país. A análise também envolveu etapas cognitivas e qualitativas, para saber a opinião dos entrevistados sobre a ciência e a tecnologia. O resultado mostra que os jovens têm confiança nas ciências e apoiam investimentos no setor. Também têm uma imagem positiva de cientistas e acreditam que homens e mulheres têm a mesma capacidade para atuar na área. No total, 67% colocaram o tema como importante, número que supera os de esportes

⁵ <https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2019/07/apesar-de-interesse-pela-ciencia-jovens-no-brasil-nao-sabem-nomes-de-cientistas.html> acesso em 21/11/2019.

(62%) e arte e cultura (58%). A ciência e tecnologia só aparece atrás de meio ambiente (80%), medicina e saúde (74%) e religião (67%).

Ainda assim, a maioria dos entrevistados, mesmo os que frequentam o ensino superior, não souberam mencionar o nome de um cientista (93%) ou de uma instituição de pesquisa brasileira (87%). A dúvida também é expressa em temas mais controversos, como a vacinação de crianças: 25% acham a medida perigosa. Já 54% avaliam que cientistas exageram sobre os efeitos das mudanças climáticas, e 40% discordam que seres humanos tenham evoluído ao longo do tempo, descendendo de outros animais.

Outro ponto que chama a atenção é a dificuldade relatada por jovens em confiar nas informações que circulam na grande mídia e na internet. Segundo eles, está cada vez mais difícil diferenciar notícias falsas de verdadeiras. Essa insegurança se mostra maior entre jovens mais engajados politicamente, de maior escolaridade, e que consomem mais frequentemente informação científica.

Neste sentido, observa-se que o papel de divulgação do que é produzido por estas instituições, se faz cada vez mais relevante e que o comunicador possui a responsabilidade de analisar estes resultados e buscar meios para trabalhar tanto com a imagem e reputação destas instituições, quanto com o compromisso de difusão de informações relevantes para a sociedade.

Há aspectos que precisam ser analisados sobre o disparo destas informações e, que são abordados de forma mais clara pelo autor Wilson da Costa Bueno (2009) como, “o perfil do público, o nível de discurso, a natureza dos canais ou ambientes utilizados para sua veiculação e mesmo a intenção explícita de cada processo em particular”. (BUENO, 2009, p. 102)

Neste sentido, não é apenas disponibilizar os conteúdos e sim pensar em todo o processo até essas informações serem do conhecimento coletivo. De forma mais clara, o que distingue Comunicação Científica de Divulgação Científica é o público a que se refere. O público de interesse da Comunicação Científica são seus pares, ou seja, “tem uma percepção nítida das especificidades do método científico e não ignora o fato de que a produção da ciência está respaldada em um processo cumulativo, que se refina ao longo do tempo pela ação daqueles que a protagonizam”. (BUENO, p. 102).

Além disso, ele ainda coloca que “o público da Comunicação Científica frequenta espaços, ambientes ou acessa veículos especializados (congressos ou periódicos científicos, por exemplo) com desenvoltura e está continuamente empenhado em assimilar termos, processos ou conceitos novos.” (BUENO, p. 103)

Já a Divulgação Científica é o que mais nos interessa, enquanto no primeiro caso é uma comunicação voltada para especialistas, a divulgação da ciência é voltada para o público leigo,

“ele é, prioritariamente, um não iniciado, quer dizer, não tem, obrigatoriamente, uma formação técnico-científica, que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou mesmo compreender conceitos que respaldam esse processo singular de circulação de informação especializada”. (BUENO, p.102)

O autor ainda apresenta que a Divulgação Científica compreende a “utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovação ao público leigo” (BUENO, 2009, p.162).

Para isso, a comunicação de instituições públicas, devem estar alicerçadas em uma divulgação de informações, portanto, é preciso compreender como é que esse processo acontece hoje e propor melhorias para uma comunicação mais efetiva.

É neste sentido, que este trabalho é centrado, com foco em analisar o processo em rede da UFSM, uma universidade pública que está entre as 15 universidades públicas brasileiras que mais produzem ciência (60%) no país, de acordo com o relatório, já citado, da empresa *Clarivate Analytics*.

O conhecimento científico tem que ser divulgado para a sociedade para que possa ser útil, por isso, a divulgação científica é caracterizada pela veiculação de informações científicas e tecnológicas através dos meios de comunicação. Para Wilson da Costa Bueno (1988), registra três dimensões envolvidas na veiculação: divulgação, difusão e disseminação. BUENO (1988, p. 22), define a difusão científica:

“A extensão do conceito permite abranger periódicos especializados, banco de dados, os sistemas de informação acoplados aos institutos e centros de pesquisa, os serviços de alerta das bibliotecas, as reuniões científicas (congressos, simpósios e seminários), as seções especializadas das publicações de caráter geral, as páginas de ciência e tecnologia dos jornais e revistas, os programas de rádio e televisão dedicados à ciência e tecnologia, o cinema dito científico e até mesmo os chamados colégios invisíveis. Neste sentido, a difusão incorpora a divulgação científica, a disseminação científica e o próprio jornalismo científico. [...] A difusão pode ser pensada em pelo menos dois níveis, segundo a linguagem em que as informações são escritas e segundo o público a que estas se destinam: 1) difusão para especialistas e 2) difusão para o público em geral. No primeiro caso, a difusão confunde-se com a disseminação da ciência e tecnologia; no segundo, refere-se, exatamente, à divulgação científica.

Para que haja Comunicação Científica e Divulgação Científica, é preciso compreender os canais de utilização de cada um pois, eles possuem características distintas, mesmo que possuam algo em comum que é a difusão de ciência.

Como a divulgação científica é voltado ao público leigo ou, aquele público que não possui uma percepção nítida das especificidades dos métodos científicos, a imprensa é um dos canais mais utilizados para sua viabilização. Bueno, fala sobre sua especificidade e o papel que cumpre no processo de alfabetização científica:

“Na prática, a Divulgação Científica não está restrita aos meios de comunicação de massa. Evidentemente, a expressão inclui não só os jornais, revistas, rádio, TV ou mesmo o jornalismo on-line, mas também os livros didáticos, as palestras de ciência ou pesquisadores abertas ao público leigo, o uso de histórias em quadrinhos ou de folhetos para veiculação de informações científicas (encontráveis com facilidade na área de Saúde/ Medicina), determinadas campanhas publicitárias ou de educação, espetáculo de teatro com a matemática de ciência e tecnologia (relatando a vida de cientistas ilustres) e mesmo a literatura de cordel, amplamente difundidas no Nordeste brasileiro”. (BUENO, 2009, P.162)

Portanto, segundo o autor Jorge Duarte (2003), “o que se entende hoje por Comunicação Científica engloba uma variada gama de atividades e estudos cujo objetivo maior é criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade, ou seja, 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, p. 47)

O uso dos meios e estratégias de comunicação é determinante e está voltado para o processo de informar para a cidadania, para a melhoria das condições de vida da população. Ao estar voltado para o interesse público, a comunicação de universidades públicas está interligada com os princípios de Comunicação Pública. Segundo Elizabeth Pazito Brandão, “a produção e difusão do conhecimento científico incorpora preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura e que obrigaram as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do círculo de seus pares.” (BRANDÃO, p. 4)

Ainda, aponta alguns horizontes da divulgação científica, que são:

“(…) a preocupação com o papel social da ciência na sociedade; o aumento da competitividade entre equipes e instituições de pesquisa no âmbito nacional e internacional; os altíssimos investimentos em dinheiro, tempo e capacitação dos pesquisadores; a premissa que o acesso às informações de ciência e tecnologia é fundamental para o exercício pleno da cidadania; a necessidade de posicionar a ciência e os cientistas de modo a influenciar as decisões políticas e econômicas e se legitimar perante a sociedade, o que significa despertar o interesse da opinião pública, dos políticos, da sociedade organizada e, principalmente, da mídia.” (BRANDÃO, p.4)

Para Duarte (2003), tornou-se crucial que o campo científico e o campo da mídia estivessem cada vez mais próximos, pois, “a atuação da mídia, independentemente de qualquer julgamento de valor, além de ser aspecto relevante do ponto de vista da abrangência, certamente pode ser incluída em pelo menos dois atributos do novo modo de produção científica: heterogeneidade/diversidade organizacional e responsabilidade social”. (DUARTE, 2003)

Com o crescimento da importância da ciência junto à opinião pública, cresce, também, o papel do comunicador na divulgação científica. Para Brandão, “(...) os serviços prestados por estes profissionais abarcam a noção de compromisso público e de prestação de contas à população, o que também explica sua identificação com a área de Comunicação Pública.” (BRANDÃO, p.5)

Após apresentar os conceitos de Comunicação Científica e Divulgação Científica, seus públicos de interesse e características, traremos no próximo tópico exemplos de produção científica, que facilitam para compreender o processo em rede da UFSM. Considerados micro lócus, esses exemplos serem para conseguirmos pensar como acontece hoje a divulgação científica da instituição, bem como, identificar uma forma estratégica e inovadora para obter mais difusão de informações para a sociedade.

3.2 APRESENTAÇÃO DOS MICROS LÓCUS DA UFSM

Na Universidade Federal de Santa Maria, existem canais e meios para que aconteça a divulgação do que se é produzido na instituição, mas ainda é tímido o esforço dos pesquisadores em entender a importância da divulgação científica e dos comunicadores em buscar formas de criar relacionamento com esses agentes, para haver maior difusão de informações e, juntos unir esforços para trabalhar com a legitimação da instituição perante a sociedade.

Neste contexto, buscamos trazer um panorama geral do que é produzido na UFSM e, que muitas vezes não é do conhecimento da sociedade ou, não é devidamente divulgada. De forma ampla existem atividades, pesquisas e extensões que, através de uma análise não participante, iremos fazer um apanhado geral que irá facilitar na análise do processo em rede da instituição.

Portanto, serão apresentadas algumas produções de ensino, pesquisa e extensão, bem como as Ciência, Tecnologias e Inovação (CT&I), que são os: Indicadores de Propriedade Intelectual, Grupos de Pesquisa, Programa de Educação Tutorial (PET), Projetos de Extensão, Empresas Juniores, Incubadoras Tecnológicas e Social, além de canais e agentes responsáveis pela comunicação na instituição.

Cada um dos tópicos a ser apresentado a seguir é denominado de “micro lócus”, estes são exemplos de lugares ou atividades da UFSM que iremos fazer uma breve contextualização. Esta análise se justifica para pensar quem são os agentes envolvidos no processo de conexão em rede da UFSM.

a) Indicadores de Propriedade Intelectual

O primeiro micro lócus a ser apresentado são os Indicadores de Propriedade Intelectual, que é referente a matéria-base dos trabalhos desenvolvidos nas Instituições Científicas e Tecnológicas por meio dos Núcleos de Inovação Tecnológica. Na UFSM, os indicadores podem ser consultados no site da Agittec ⁶(Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia) que, em sua última atualização, no dia 14 de junho de 2019, disponibilizou os seguintes números que estão expostos na imagem abaixo:

Figura 1 – Dados referentes aos números de processos vigentes na UFSM;

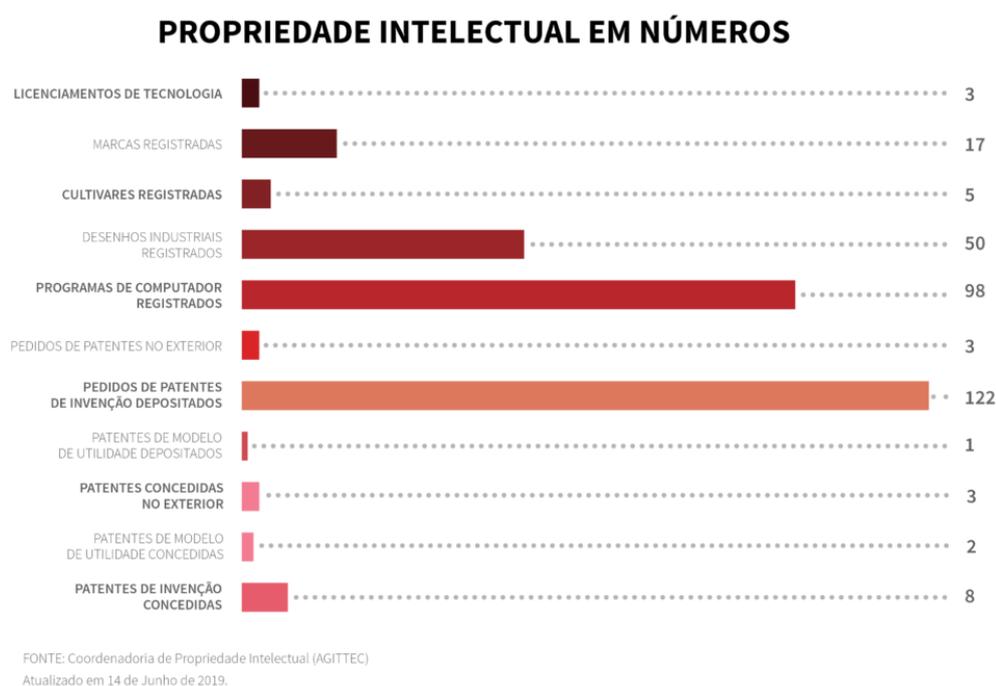


Figura 2. FONTE: Coordenadoria de Propriedade Intelectual (AGITTEC), referente aos números de processos vigentes na UFSM. Coletado no dia 09/09/2019.

Estes indicadores são referentes ao total de tecnologias protegidas na UFSM, ou seja, desde a criação do Núcleo de Inovação e Transferência de Tecnologia - NIT (em 2005) até o momento atual. Na próxima imagem, pode-se analisar os processos protocolados na Agittec (em trâmite para depósito ou depositados no INPI e MAPA), considerando os centros da UFSM, cujo total de processos de propriedade intelectual é de 305.

Figura 2 – Dados referente aos Processos protocolados na Agittec (em trâmite para depósito ou depositados no INPI) considerando os centros da UFSM;

⁶ <https://www.ufsm.br/orgaos-executivos/agittec/indicadores-de-propriedade-intelectual/>

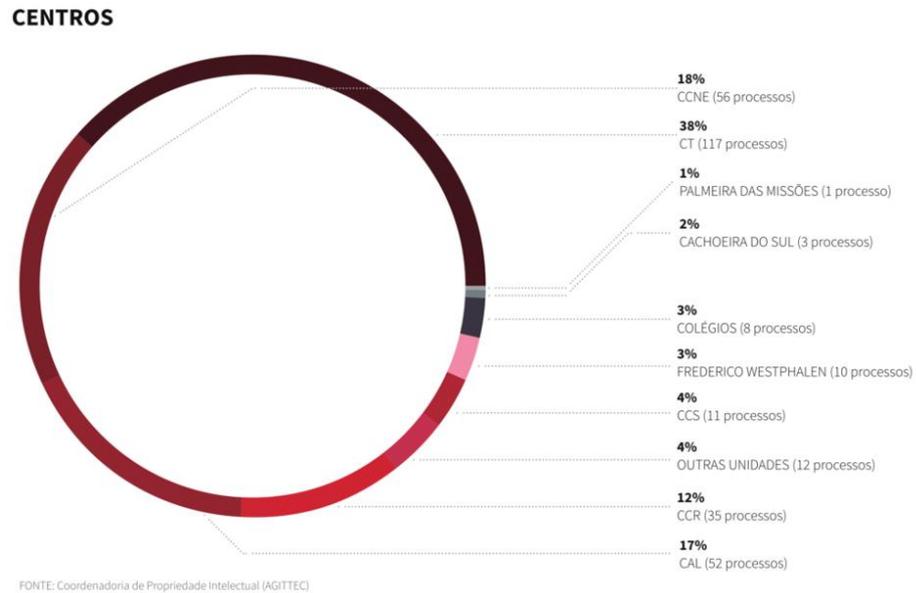


Figura 3. FONTE: Coordenadoria de Propriedade Intelectual (AGITTEC), referente aos Processos protocolados na Agittec, considerando os centros da UFSM. Coletado no dia 09/09/2019.

Esses dados nos mostram o resultado de um esforço da comunidade pertencente a UFSM, na atuação e no desenvolvimento de soluções voltadas para tecnologia, inovação e empreendedorismo além de, proporcionar pesquisas e resultados para a sociedade.

Abaixo, pode-se observar que esses dados estão hospedados em um site oficial da instituição, estando assim, disponíveis para consulta e conhecimento da sociedade e interessados.

Figura 3 – Site oficial da Agittec disponível para acesso;



Figura 4. Site oficial da Agittec (Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia), disponível no canal oficial da UFSM. FONTE: Coordenadoria de Propriedade Intelectual (AGITTEC). Coletado no dia 09/09/2019.

b) Grupos de Pesquisa

Um dos micros lócus mais conhecidos é o Diretório dos Grupos de Pesquisa, projeto desenvolvido no CNPq desde 1992, constitui-se em bases de dados que contêm informações sobre os grupos de pesquisa em atividade no País. O Diretório mantém uma base corrente, cujas informações são atualizadas continuamente pelos líderes de grupos, pesquisadores, estudantes e dirigentes de pesquisa das instituições participantes, e o CNPq realiza Censos bi-anuais, que são fotografias dessa base corrente.

Os Grupos de Pesquisas estão localizados em universidades, instituições isoladas de ensino superior, institutos de pesquisa científica, institutos tecnológicos e laboratórios de pesquisa. As informações contidas nessas bases dizem respeito aos recursos humanos constituintes dos grupos (pesquisadores, estudantes e técnicos), às linhas de pesquisa em andamento, às especialidades do conhecimento, aos setores de aplicação envolvidos, à produção científica e tecnológica. No que se refere à sua utilização pela comunidade científica e tecnológica no dia-a-dia do exercício profissional, é um eficiente instrumento para o intercâmbio e a troca de informações. As bases de dados têm cada vez mais um importante papel na preservação da memória da atividade científico-tecnológica no Brasil.

A UFSM possui a seguinte base de Grupos de Pesquisas divididos por áreas: Ciências Agrárias (119), Ciências Biológicas (28), Ciências da Saúde (98), Ciências Exatas e da Terra (61), Ciências Humanas (140), Ciências Sociais Aplicadas (164), Engenharias (70), Linguísticas, Letras e Artes (50). Existem, portanto, um total de 730 Grupos de Pesquisa na instituição, produzindo ciências, melhorias, tecnologias, entre outras soluções ou pesquisas relevantes para a sociedade.

Figura 4 – Captura de imagem do site oficial Manancial da UFSM;

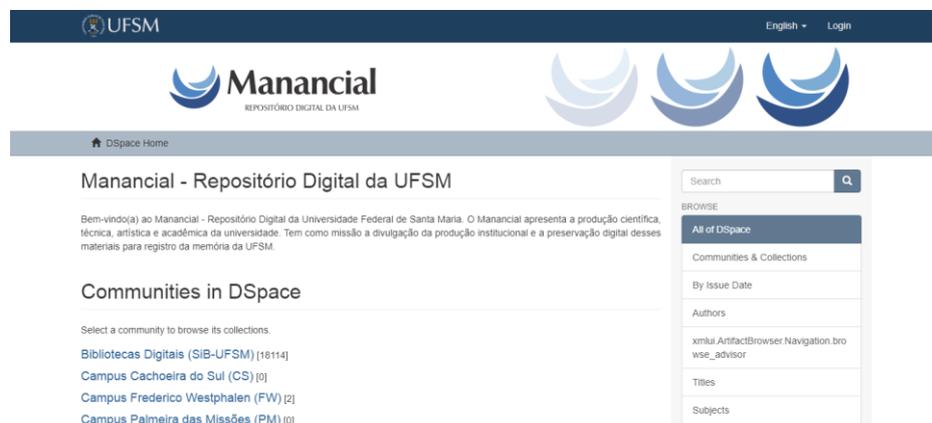


Figura 5. FONTE: capturada do site oficial Manancial - Repositório Digital da UFSM no dia 05/11/2019, às 19h.

Todas as informações inerentes às produções científicas, técnica, artística e acadêmica da universidade estão disponíveis para acesso público, e tem como missão a divulgação da produção institucional e a preservação digital desses materiais para registro da memória da UFSM.

c) Programa de Educação Tutorial (PET)

Um programa institucional oferecido pelo MEC, onde estudantes de graduação, orientados por um docente, buscam aprimorar os cursos de graduação trabalhando na tríade de ensino, pesquisa e extensão. Os grupos PET tem como alguns de seus objetivos: promover uma formação multidisciplinar, interação entre bolsistas e corpos docente e discente, promover o trabalho e ganho de conhecimento coletivo, além de desenvolver características como proatividade, postura e oratória. Alguns trabalhos são realizados dentro da instituição e, impactam de forma direta a vida de algumas pessoas, áreas ou regiões, carregam consigo o nome da instituição e buscam atender ao desenvolvimento do acadêmico envolvido.

d) Projetos de Extensão

Outro micro lócus que tem impacto na realidade social de comunidades e da população são os projetos de extensão da UFSM, estes, promovem não só o desenvolvimento do acadêmico, mas, também, um impacto para a vida de muitas pessoas. Os projetos de extensão visam fortalecer a relação Universidade-Comunidade e tem a missão de articular os diversos conhecimentos, gerando soluções inovadoras para o desenvolvimento regional sustentável. Abaixo, pode-se observar um mapa de abrangência em que estão posicionados todos os projetos de extensão, divididos em categorias que são: Tecnologia e Produção, Educação, Saúde, Meio Ambiente, Cultura, Comunicação, Direitos Humanos e Justiça, Trabalho.

Figura 5 – Captura de imagem do site oficial do Google Maps dos Projetos de Extensão da UFSM;



Figura 6. FONTE: Captura de imagem registrada no dia 05/11/2019, às 19h, mapa UFSM para além dos arcos.

e) Empresas Juniores (EJs)

Outro micro locus de impacto além das salas de aulas e da instituição são as Empresas Juniores (EJs). Elas são associações civis, geridas por estudantes matriculados nos cursos de graduação da UFSM, com finalidades educacionais e de execução de projetos e prestação de serviços que contribuem para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos estudantes, buscando a excelência do aprendizado.

As EJs são atividades de extensão que promovem experiências de mercado aos alunos de graduação, ao mesmo tempo em que, oferecem serviços de qualidade a baixo custo ao mercado, auxiliando micro e pequenas empresas e contribuindo para o desenvolvimento do empreendedorismo e da região.

As atividades das EJs têm o acompanhamento e a orientação de professores das respectivas áreas do conhecimento. Ao total são 18 empresas que atuam ativamente na instituição, que são: Automatiza Jr. Base Jr. Caduceu Jr. Compact Jr. Ecológica Jr. Floresta Jr. F5 Jr. Grammatos Jr. Mederi Jr. Meta + Engenharia Jr. Motora Jr. Nuvem Jr. Objetiva Jr. Projep Jr. Projetar Jr. TecAli Jr. TechVet Jr. e Visão Jr.

Cada uma destas empresas escolhe de maneira autônoma seu posicionamento e sua divulgação perante os públicos. Elas realizam trabalhos para a sociedade e prestam serviços dentro da instituição, além disso, há uma preocupação dessas empresas em se apresentar como pertencentes à UFSM, auxiliando na imagem e percepção da sociedade sobre a instituição. Porém, não há um critério de divulgação dos conteúdos, como já mencionado elas atuam de forma autônoma e cada uma é responsável por suas divulgações.

f) Incubadoras Tecnológicas

As Incubadoras Tecnológicas desempenham papéis importantes na instituição, auxiliando empreendedores a desenvolverem o seu trabalho que irá beneficiar toda a sociedade. Na UFSM existem a Incubadora Tecnológica de Santa Maria (ITSM) e a PULSAR, são incubadoras de empresas de base tecnológica da UFSM, sendo geridas pela AGITTEC (Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia). Elas selecionam, abrigam e dão suporte a empresas de cunho inovador, frutos de projetos, de pesquisa e desenvolvimento científico e tecnológico de membros da comunidade da UFSM. São responsáveis pela organização dos programas de pré-incubação e Incubação, além de todas as outras atividades que vêm sendo desenvolvidas e amplamente divulgadas à comunidade santamariense ao fomento da cultura empreendedora.

As incubadoras têm como objetivo estimular e operacionalizar a visão empreendedora da comunidade da UFSM por meio dos Programas de pré-incubação, incubação além de outros diversos eventos organizados com seus parceiros. (COLOCAR TOTAL DE EMPRESAS INCUBADAS) informação no e-mail. Assim, como outros micros lócus da instituição, cada uma das empresas incubadas é responsável pela divulgação de seus trabalhos, a forma e o meio que essas difusões de informações acontecem.

g) Incubadora Social da UFSM (IS-UFSM)

A Incubadora Social da UFSM (IS-UFSM) tem como finalidade articular a execução de projetos concebidos a partir de demandas locais/regionais na perspectiva da sustentabilidade socioambiental, visando à geração de trabalho e renda para coletivos em situação de vulnerabilidade social e em processo de organização solidária.

A IS-UFSM conta com uma gestão colegiada, composta por representantes da comunidade interna e externa à universidade, com igual autoridade para discutir e deliberar sobre os assuntos que lhe competem, tendo como princípios norteadores a participação, a solidariedade, a

autonomia, a autogestão e a sustentabilidade socioambiental (social, ambiental, cultural e econômica).

h) Servidores/ Pesquisadores

Há, na instituição, em torno de 2.047 docentes e 2.681 Técnicos Administrativos em Educação, conforme análise do 2º semestre do ano de 2019, eles são atuam em suas áreas e muitos destes números realizam pesquisas e produzem ciência. Neste sentido, eles são peças-chave para a análise do processo de conexão em rede pois, sem eles não haveriam resultados ou temas relevantes para apresentar. Porém, eles estão dispersos na instituição e não há um relacionamento próximo entre estes produtores com a comunicação, que é responsável pela difusão do trabalho deles para a sociedade.

Não há, também, um canal que contenha informações sobre esses servidores, em caso de solicitação da imprensa para fazer uma divulgação sobre algum assunto relevante para a sociedade.

Os exemplos citados acima, fazem parte de um apanhado geral da UFSM, a fim de, apresentar de forma aleatória a produção como exemplos práticos de produção científica.

3.3 APRESENTAÇÃO DO MICRO LÓCUS: COMUNICAÇÃO DA UFSM

Após identificação abrangente dos micros lócus produtores de conhecimento na instituição, apresentamos, a seguir, os agentes e áreas que trabalham com a comunicação e que estão comprometidos com a divulgação de informações da instituição.

Existem, portanto, comunicadores e canais de comunicação, redes sociais, sites oficiais e o objetivo desta análise está em compreender o fluxo de comunicação existente na instituição e entre os micros lócus apresentados, com a visão voltada à Divulgação Científica.

Como apresentado na introdução deste trabalho, existem, atualmente, 27.646 acadêmicos, 2.067 docentes e 2.680 Técnicos Administrativos em Educação, que produzem ou podem vir a produzir conhecimento científico na instituição, além de todos os micros lócus apresentados e os não citados. É um número expressivo para a comunicação gerir e pensar estratégias para trabalhar com a Divulgação Científica.

Portanto, mapear todos esses lugares que produzem não só no âmbito da instituição, mas junto a sociedade, fazem parte da justificativa para analisar a rede de conexão da UFSM e, assim, pensar em uma estratégia para torna-la mais eficiente e que esteja comprometido com a divulgação do conhecimento da instituição.

Na busca por qualquer informação oficial sobre a Universidade Federal de Santa Maria, um primeiro passo é entrar no site oficial da instituição. Nele contém informações importantes para quem estiver acessando e para toda a comunidade pertencente à instituição.

Para que todas as informações estejam disponíveis no site, existe uma equipe preparada para pensar os conteúdos, atender demandas da comunidade acadêmica, atendimento externo e a produção em si das informações.

Atualmente existem, no âmbito da comunicação da instituição, a Coordenadoria de Comunicação, Agência de Notícias, Unidade de Comunicação Integrada, Núcleos de Divulgação Institucional, Unidades de Produção Pedagógica, além da TV Campus, UniFM 107.9, Rádio Universidade 800 AM, Revista Arco. A comunicação conta, também, com a Política de Comunicação, lançada em 2018, tem como propósito instituir diretrizes e princípios de Comunicação no âmbito da Universidade Federal de Santa Maria. Objetiva integrar as atividades, fluxos e processos entre todos os setores que atuam na comunicação da instituição.

A Comunicação da UFSM compreende diversos setores: Coordenadoria de Comunicação (Unidades de Produção e Divulgação de Conteúdos); Unidade de Comunicação Integrada; Núcleos de Divulgação Institucional (Unidades de Assessoramento e Gestão) e Unidades de Produção Pedagógica, como já citado acima.

A Coordenadoria de Comunicação atua por meio de unidades de produção e divulgação de conteúdo. Instituída em 1998, reúne a estrutura de difusão de conteúdos da Universidade, mas a história dos órgãos de imprensa ligados à UFSM é mais antiga do que isso. Rádio Universidade 800 AM: foi o primeiro veículo, inaugurado em 1968 anos. É a quarta rádio universitária criada no Brasil. UniFM 107.9: criada em 2017, é o mais novo veículo de Comunicação da UFSM. TV Campus: inaugurada em 1995, é pioneira entre as TVs universitárias no país instituídas com a Lei da TV a cabo, que criou os canais de utilização gratuita.

Unidade de Comunicação Integrada, instituída junto com o lançamento da Política de Comunicação em 2018, tem como objetivo articular e acompanhar o Planejamento Estratégico de Comunicação da UFSM de forma integrada com todos os setores de comunicação da Universidade.

Núcleos de Divulgação Institucional, cada Unidade de Ensino (colégios, centros de ensino e campi) possuem núcleos comunicação destinados a atender as especificidades de comunicação do setor. Além disso, a Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor é responsáveis por levar à comunidade todas as atividades e agendas vinculadas à gestão da UFSM.

Unidades de Produção Pedagógica são os laboratórios didáticos ligados ao Departamento de Ciências da Comunicação do campus de Santa Maria e do Departamento de Ciências da Comunicação do campus de Frederico Westphalen.

E, a Agência de Notícias, responsável pelo site da UFSM, com mais de 20 mil acessos diários. Atua desde 1990, sendo hoje o principal canal de difusão de notícias da UFSM, Além disso, a Agência é responsável pela atualização e interação nas mídias sociais oficiais da UFSM, pelo relacionamento com a imprensa e pela Revista Arco, publicação de jornalismo científico e cultural.

Como citado acima, o site da UFSM é o canal oficial e mais utilizado para a divulgação de informações. Nele estão hospedadas todas as informações relevantes para toda a sociedade e para a comunidade da instituição. Existem, também, os perfis nas redes sociais, que são canais estratégicos informacionais e de divulgação de conteúdos relevantes.

Figura 6 – Captura de imagem do site oficial da UFSM;

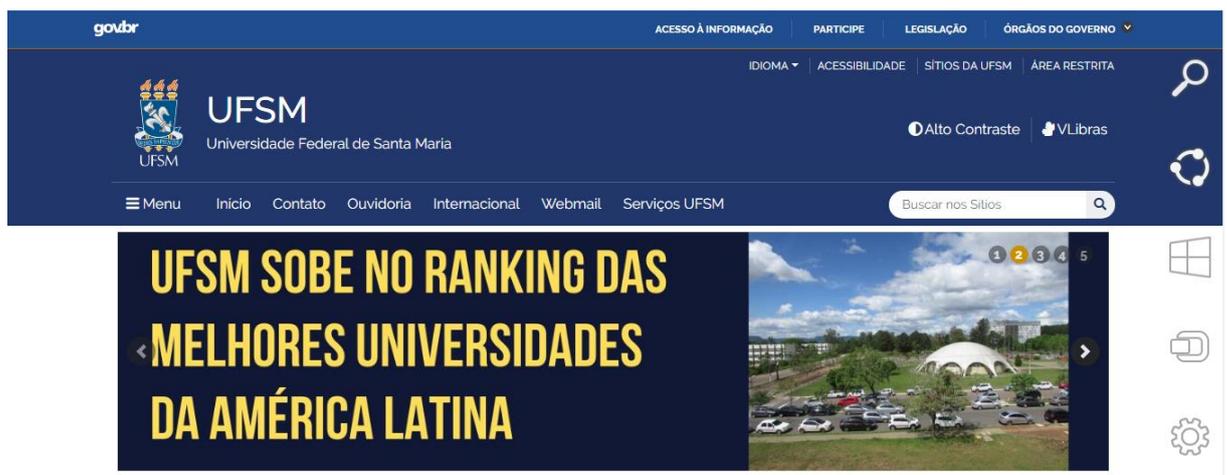


Figura 7. FONTE: Captura de imagem registrada no dia 05/11/2019, às 19h, site oficial da UFSM.

A preocupação deste trabalho está na Divulgação Científica da instituição, atualmente, se há a procura por parte da imprensa por uma fonte para falar sobre um tema específico, não existe nenhum local em que a Assessoria de Imprensa consiga repassar as informações de forma ágil e eficiente. Está, tudo desconectado. E, a ideia de apresentar uma pequena parte do conhecimento produzido é, justamente, para compreendermos a complexidade que é atrelar a comunicação institucional, a Comunicação Pública e a Divulgação Científica.

Por fim, o que cada um desses micro lócus possuem em comum? Elas estão dentro de uma universidade pública e as informações a respeito de cada um desses micros lócus devem ser de conhecimento da sociedade em geral. Elas produzem um resultado que, muitas vezes, é de

impacto para a sociedade, mas há uma falha na comunicação que estas pessoas não reconhecem esses micros lócus como produção científica da UFSM. E esse resultado tem impacto direto na opinião pública das pessoas e na imagem da instituição.

Até o momento, foi apresentado o conceito de comunicação pública da instituição, a diferença entre comunicação científica e divulgação científica, além de expor de forma geral, exemplos para facilitar o entendimento da complexidade de atividades existentes na UFSM. Agora, para centralizar na análise da conexão em rede a ser apresentada, precisa-se apresentar o conceito de comunicação em rede, a fim de, compreender a base reflexiva da temática em questão.

4. ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM

A partir da leitura e análise bibliográfica dos conceitos de Comunicação Pública, Divulgação Científica e Comunicação Científica, além do conceito de Redes de Comunicação da autora Maria Helena Weber (2017), neste capítulo, iremos analisar o processo de conexão em rede da instituição de ensino superior, federal, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), a fim de, apresentar a rede e sua representação, compreender seu fluxo de relacionamento, bem como seus eixos e áreas, identificar os agentes envolvidos, além de pensar na melhoria no processo de conexão que esteja comprometido com a difusão de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) e, por fim, apresentar uma solução para que o fluxo aconteça de forma espontânea e eficiente.

Como exposto acima, há duas redes que fazem parte do processo de conexão da UFSM, as Redes de Comunicação Científico- Educacionais e Redes de Comunicação Midiática. Há conexão com outras redes apresentadas pela a autora na instituição, porém, com o foco na Divulgação Científica, iremos analisar a partir destas duas.

Como nosso problema está centrado em identificar porque as informações científicas das universidades públicas, neste caso a UFSM, não chegam até a sociedade e, a área da comunicação, como apresentada no conceito de Comunicação Pública, precisa estar atenta em pensar estratégias inovadoras para atender essa demanda.

Abaixo, iremos apresentar a representação do processo de conexão em rede da instituição e identificar os agentes e suas responsabilidades.

4.1 ANÁLISE DO PROCESSO DE CONEXÃO EM REDE DA UFSM

A UFSM, como Rede de Comunicação Científica, que produz saber e que têm legitimidade social, para difundir os temas de interesse coletivos e informações relevantes para a sociedade, precisa estar atrelada junto às Redes de Comunicação Midiática. Abaixo, iremos apresentar a representação do processo de conexão em rede da instituição e identificar os agentes e suas responsabilidades, para compreender como acontece o seu relacionamento e propor uma forma de torna-lo mais eficiente e acessível.

Figura 8 - Representação do processo de conexão em rede da UFSM;

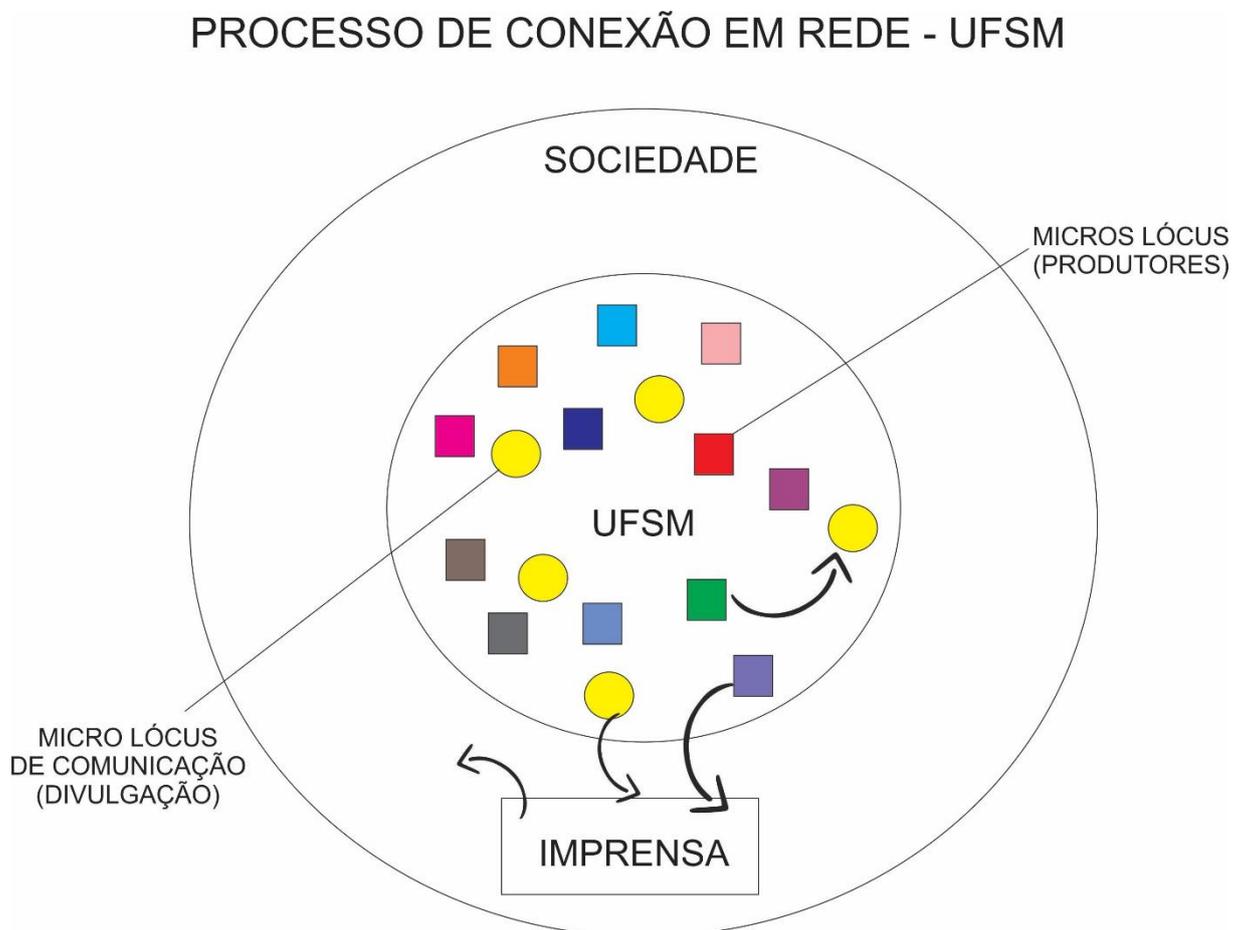


Figura 8. Representação do processo de conexão em rede da UFSM. Fonte: Andressa, 2019.

Na figura acima, pode-se observar que existem três grandes esferas a Sociedade, a Universidade Pública (UFSM) e a Imprensa (Mídia/ veículos), no qual duas delas estão diretamente conectadas que são as duas principais redes de comunicação apresentadas neste estudo.

Representado na figura acima, estão os micros lócus produtores, (quadrados coloridos) pois, representam a diversidade de produção de conhecimentos na instituição e, sua conexão com os micros lócus de difusão de informação (círculos amarelos), que são os agentes de comunicação e com a imprensa. Há, também, conexão da comunicação com as redes midiáticas e vice-versa.

Essa é uma representação macro que serve para identificarmos os envolvidos e pensar como acontece essa conexão. Ela é de forma espontânea, o mediador desse relacionamento, deveria ser as Redes de Comunicação Científica, mas nem sempre acontece dessa forma. Os veículos acabam procurando algumas fontes estratégicas (que estão sempre dispostas a falar) para trabalhar com determinado tema de interesse coletivo. Não oportunizando outros temas, outros argumentos por não haver uma conexão direta com a Assessoria de Imprensa da instituição.

A Assessoria de Imprensa da instituição, não está, atualmente, preparada para atender as demandas dos veículos, não havendo um controle sobre que fonte pode falar e o que falar. Resultando em um afastamento dos veículos midiáticos.

A seguir, iremos detalhar as Redes e seus respectivos agentes, situando a razão de importância de cada uma delas para a Divulgação Científica.

a) Rede de Comunicação Científica

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – universidade pública- nela encontram-se os micros- lócus apresentados no segundo capítulo deste trabalho. Dentre servidores que produzem conhecimento científico, até o apanhado geral de exemplos citados que, de certa forma, produzem conhecimento a partir do Ensino, Pesquisa e Extensão, cujos temas e ações são do interesse coletivo. Estes são considerados *produtores de conteúdo*.

Para haver uma Divulgação destes conteúdos, todos os agentes devem reconhecer os micros lócus da comunicação como *difusores de informações* para a sociedade, cumprindo o seu papel em pautar veículos e repassar informações através dos canais institucionais.

Para isso, é preciso haver uma sensibilização em torno do conceito de Divulgação Científica para os produtores de conteúdos para que aconteça de forma espontânea o repasse de informações para as áreas de comunicação.

Esse é um ponto em que está rede não se encontra conectada pois não existe esse caminho de forma clara e espontânea, os agentes de comunicação que procuram identificar pautas e localizar as fontes para que esse relacionamento aconteça.

b) Rede de Comunicação Midiática

Neste tópico apresentamos a disputa por conteúdos de interesse coletivo que esteja atrelado com os princípios da noticiabilidade, mas não desassociados aos interesses corporativos das empresas de mídia. Aqui, iremos esclarecer como acontece esse relacionamento com as universidades públicas, em busca de fontes e temas com ênfase na Divulgação Científica.

Normalmente o contato é direcionado a Assessoria de Imprensa das universidades públicas, portanto, fizemos uma análise das Universidades Federais de Ensino Superior (IFES), que possuem um canal de relacionamento com a imprensa com ênfase na Divulgação Científica. Em primeiro lugar foram mapeadas 101 instituições e, destas, apenas 12 possuem um Guia de Fontes ou um Banco de Fontes para auxiliar os veículos a encontrarem fontes dispostas em falar sobre determinado tema ou assunto de interesse coletivo.

Abaixo, apresentamos a análise destas instituições, para compreender como é o relacionamento entre os agentes de comunicação das Redes de Comunicação Científica com as Redes Midiáticas.

Na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA RS), existe um Guia de Fontes Científicas - A criação, manutenção e suporte do documento desenvolvido é responsabilidade da Assessoria de Comunicação Social da Universidade. Pra fazer qualquer alteração ou para participar deve entrar em contato, através dos canais: E-mail: acs@unipampa.edu.br / Fone: (55) 3430.9870 – ramal 2029 / (55) 9646 5380.

Assessoria de Comunicação Social (ACS) abriu nova etapa de cadastramento e revisão de pesquisadores da Unipampa para o Guia de Fontes Científicas a partir do dia 15 de dezembro de 2014 e o prazo era até o dia 30 de janeiro de 2015, para os pesquisadores cadastrarem seus dados no formulário online. A função principal do Guia de Fontes Científicas é servir como um subsídio para pautas de diversos veículos de comunicação, da mídia tradicional aos blogs, ajudando a tornar mais conhecidos os pesquisadores especializados em diversas áreas do conhecimento. A própria ACS também se beneficia dessa compilação, tanto no relacionamento com a imprensa quanto para produzir material institucional. Além disso, a comunidade acadêmica poderá consultar de forma rápida os nomes, contatos e áreas de expertise dos colegas de outros campi, o que pode facilitar a criação de parcerias para ensino, pesquisa e extensão. Na primeira edição, a adesão ao cadastro foi pequena (a versão atual do Guia de Fontes Científicas pode ser consultada em <http://sites.unipampa.edu.br/acs/imprensa/guia-de-fontes-cientificas>). Com a ampliação do cadastro, o documento se tornará mais útil para os profissionais das redações, o que conseqüentemente aumenta as chances de mídia espontânea

para os projetos e as equipes da instituição. Os servidores docentes e técnicos que já integram o Guia podem atualizar suas informações, dentre elas as formas de contato, novas áreas sobre as quais podem falar e os endereços de sites e blogs os quais mantêm. As informações repassadas via formulário serão compiladas e analisadas pela ACS, que poderá entrar em contato para sanar dúvidas. Abaixo, pode-se observar como ele fica disponível no site da Unipampa.

Figura 9 - Captura de imagem do Guia de Fontes Científicas coletada do site oficial da Universidade Federal do Pampa (Unipampa).



Figura 9. Captura de imagem do site oficial da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), no dia 04/11/2019 às 15hs;

No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense (IFSul), o banco de fontes existe desde 2017 e é voltado principalmente à imprensa. Nele, estão reunidas informações sobre professores e técnicos-administrativos do instituto que podem contribuir com pautas específicas relacionadas às suas áreas de pesquisa e atuação. É possível ver a formação acadêmica do profissional, sua área de atuação, sobre quais temas está mais apto a falar e para quais plataformas de comunicação se sente mais confortável para contribuir. As fontes cadastradas podem ser buscadas por áreas do conhecimento. Para solicitar o contato de qualquer uma das fontes cadastradas no banco de fontes da instituição é preciso que a imprensa entre em contato com a Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) do IFSul pelo e-mail ccs@ifsul.edu.br ou pelo telefone (53) 3026.6053.

A Diretoria de Comunicação da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) disponibiliza no site da instituição, a partir do dia 3 de julho de 2012 o Guia de Fontes, que é um instrumento

que compila a relação dos professores da instituição, áreas de atuação e experiências em pesquisa e extensão, com o objetivo de atender os jornalistas que procuram fontes para suas matérias e aos demais interessados.

Guia de Fontes da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC): Onde e como achar informações científicas. Lançada pela Agecom (Agência de comunicação), em 2010, ela reúne em um documento informações sobre os pesquisadores da instituição. As informações foram coletadas do Currículo Lattes e, o arquivo ainda é de 2010, o que pode significar que muitos contatos estejam desatualizados.

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) - Guia de fontes. O objetivo do Guia de Fontes da Ufes é facilitar o trabalho dos profissionais de imprensa na localização de especialistas no âmbito da Universidade e, ao mesmo tempo, divulgar a produção dos profissionais da Instituição, responsável por boa parte das pesquisas produzidas no estado. Ele foi uma recomendação da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), e permite aos profissionais da mídia selecionar as fontes de acordo com suas necessidades.

O catálogo fornece dados de profissionais, entre docentes e pesquisadores, que, antecipadamente, se dispuseram a colaborar com as demandas da imprensa dentro de suas áreas de conhecimento. Os jornalistas da Ufes estão em contato permanentemente com os pesquisadores para uma constante atualização das informações. O Guia de Fontes foi elaborado pelo jornalista Jorge Lellis Medina.

Guia de Fontes da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), foi publicado no dia 14/11/2018 e sua última modificação foi no dia 21/01/2019. O Guia de Fontes da UNILA foi criado com o intuito de facilitar o trabalho dos profissionais de imprensa no que se refere à busca de especialistas para conceder entrevista sobre os mais variados temas. Esta ferramenta conta com uma base de dados acerca de pesquisadores da UNILA. No campo de busca podem ser digitados o tema ou nome do pesquisador. A base de dados acerca de pesquisadores com temáticas de diferentes áreas do conhecimento. Após encontrar a fonte de seu interesse, o jornalista deve entrar em contato com a Divisão de Assessoria de Imprensa da Universidade para agendar a entrevista: +55 (45) 3576-7372 ou, pelo e-mail: imprensa@unila.edu.br. Abaixo, pode-se analisar como funciona o Banco de Fontes:

Figura 10 - Captura de imagem do site oficial da UNILA.

The screenshot shows the 'Portal de Documentos' website of UNILA (Universidade Federal da Integração Latino-Americana). The page features a navigation menu with links to Home UNILA, Editais, Concursos públicos, Boletins de Serviço, Contratos, Licitações, Convênios Nacionais, and Convênios Internacionais. Below the menu is a section titled 'Guia de fontes' with a descriptive paragraph and a search box labeled 'Buscar nome ou assunto'. The search box includes 'Aplicar' and 'Limpar' buttons. Below the search box is a grid of names organized in three columns:

Cristiano Ferrari Siqueira	Dinéia Ghizzo Neto Fellini	Elton Gomes da Silva
Abraão Jessé Capistrano de Souza	Abraão Jessé Capistrano de Souza	Alessandra Cristiane Sibim
Alessandra Cristiane Sibim	Alessandra Cristiane Sibim	Alessandra Cristiane Sibim
Alexandre Aguiar Lopes	Alexandre Aguiar Lopes	Alvaro Barcellos Onofrio
Ana Sílvia Andreu da Fonseca	Analia Chernavsky	Anaxsuell Fernando da Silva
Andrea Ciacchi	Andréia Cristina Furtado	Andréia da Silva Moassab
Angela Maria de Souza	Antonio de la Peña García	Antonio Machado Felisberto Junior
Antonio Rediver Guizzo	Barbara Maisonnave Arisi	Bernardo Teodorico Costa Souza
Breno Viotto Pedrosa	Bruna Macedo de Oliveira	Bruna Otani Ribeiro
Bruno Lóez Petzoldt	Carmen Justina Gamarra	Carolina Leão Oderich

Figura 10. Captura de imagem do site oficial da UNILA, no dia 04/11/2019, às 15hs10.

No Instituto Federal do Espírito Santo (IFes), existe um Guia de Fontes Jornalísticas, que reúne a relação de pesquisadores e especialistas da instituição, para facilitar o acesso da imprensa aos temas que estão sendo estudados nas diversas áreas do conhecimento, e que são de interesse social para ganharem mais visibilidade por meio de jornais, revistas, programas de rádio e de TV ou pela internet. O guia também é uma base de dados para outros pesquisadores, instituições e empresários que mantenham relacionamento com o Ifes ou que tenham interesse neste sentido. De modo geral, trata-se de uma ferramenta de divulgação para a comunidade externa das pesquisas e do conhecimento desenvolvidos dentro da instituição. A ferramenta inclui dados de profissionais, docentes, técnicos administrativos, pesquisadores, extensionistas ou especialistas que se dispuseram a colaborar com as demandas da imprensa dentro de suas áreas de conhecimento. Para solicitar o contato de qualquer uma das fontes listadas no site, é preciso entrar em contato com a Assessoria de Comunicação Social do Ifes pelo telefone 27 3357-7526 ou pelo e-mail noticias@ifes.edu.br. Caso, a pessoas seja uma fonte jornalística e tenha interesse em conceder entrevistas à imprensa, deve preencher o formulário de inscrição. O Guia é em formato de listas na própria matéria publicada.

Na Universidade Federal do Ceará (UFC), existe um Guia de Fontes, onde identifica as fontes de informação na UFC, facilitando o trabalho dos jornalistas que buscam subsídios para enriquecer suas matérias. No Guia de Fontes estão cadastrados os docentes que se propuseram colaborar com a imprensa, socializando, através dela, seus conhecimentos. Instituição pública, a UFC cultiva a transparência e enxerga nos veículos de comunicação um aliado, colaborando na discussão das grandes questões da atualidade. Para acessar basta clicar em um link, conforme a imagem abaixo ilustra.

Figura 11 - Captura de imagem do site oficial da UFC.



Figura 11. Captura de imagem do site oficial da UFC no dia 04/11/2019, às 15h20.

O Guia de Fontes Científicas da Universidade Federal do Piauí (UFPI), possui nomes, contatos e informações sobre linhas de pesquisa desenvolvidas por docentes da instituição. A proposta é colaborar com o trabalho de jornalistas piauienses e de outros estados em obter fontes qualificadas para conceder entrevistas, esclarecendo ao público temas diversos tratados na imprensa. A participação de pesquisadores da Universidade no Guia de Fontes é voluntária. Quem não se sentir à vontade em ter seus telefones pessoais disponibilizados aos jornalistas pode informar apenas os telefones em que pode ser encontrado na UFPI (gabinete, secretaria, departamento ou laboratórios). Abaixo, apresento a imagem para analisar como é o funcionamento do Guia de Fontes, pode-se observar que eles deixam disponibilizado para os servidores preencherem o banco de fontes, porém, os jornalistas que entrarem no site institucional não terão acesso a nenhum documento e, não há nenhuma orientação de como proceder para entrar em contato e conseguir as informações necessárias.

Figura 12 - Captura de imagem do site oficial da UFPI.



Figura 12. Captura do site oficial da UFPI, realizada no dia 04/11/2019, às 15h30

Em tempos de questionamentos sobre a importância e o impacto das universidades públicas no desenvolvimento da sociedade, a Universidade Federal do Cariri (UFCA) lança o Guia de Fontes científicas, com o objetivo de apresentar cada pesquisador – docente ou técnico-administrativo – de acordo com as áreas de conhecimento, as pesquisas e os projetos desenvolvidos. A ideia é aproximar a academia do público em geral, a fim de fomentar a divulgação científica e prestar contas com a sociedade do investimento realizado na instituição. Localizada no sul do Ceará, a UFCA é uma instituição pública federal de ensino, pesquisa, extensão e cultura da região. Possui pesquisadores, entre docentes e técnico-administrativos, vindos de todo Brasil, capacitados a se tornarem referência – local, regional e nacional – nas temáticas pesquisadas. Além disso, atua local, regional e nacionalmente, contribuindo na construção de conhecimento científico em benefício da sociedade, nas mais diferentes dimensões. As informações foram catalogadas pela equipe da Coordenadoria de Jornalismo Institucional, da Diretoria de Comunicação da UFCA. Os dados ficarão disponibilizados nesta plataforma digital à disposição da comunidade acadêmica, dos veículos de comunicação e da sociedade em geral. A atualização será anual, de forma a alcançar, cada vez mais, informações de um número maior de pesquisadores da instituição. Dúvidas e sugestões podem ser enviadas

para o e-mail jornalismo.dcom@ufca.edu.br. Está disponível abaixo desta informação um link para fazer download do documento.

Na Universidade Federal do Sul da Bahia (UFSB), a Assessoria de Comunicação coletou todas as fontes oficiais de pesquisadores e colaboradores disponíveis na Universidade para a criação de um Guia de Fontes. Esse guia tem o objetivo de facilitar o encontro de especialistas de acordo com cada área de conhecimento, tornando possível o contato entre imprensa ou outras mídias com docentes e pesquisadores habilitados para expor fatos sobre sua especialidade, ajudando na construção e fortalecimento da Universidade e divulgando suas contribuições para a sociedade. Sua atualização será sempre contínua, de forma a alcançar todos os docentes ou pesquisadores da instituição. Dúvidas e sugestões serão sempre bem-vindas através do e-mail acs@ufsb.edu.br. Ele é um documento que fica disponível para *download* no site oficial.

O Banco de Fontes é um instrumento essencial para a expansão da marca IF Baiano em assuntos relacionados à Educação, Ciência e Tecnologia. Seu objetivo é estimular a divulgação do Instituto pelos veículos de comunicação, agilizar o atendimento à imprensa e expandir a participação de servidores (de preferência, pesquisadores), enquanto fonte institucional, em entrevistas para jornais, sites e programas de rádio e televisão. Para isso, a Coordenação de Comunicação Social da Reitoria responsabiliza-se por receber informações dos profissionais do IF Baiano (lotação, vínculo, projetos desenvolvidos, premiações, publicações realizadas) com o intuito de gerar um banco de dados a partir do preenchimento de formulário por docentes, técnicos-administrativos, estudantes (ex-estudantes) e aposentados. Toda a comunidade do IF Baiano está habilitada a conceder entrevistas. No caso de pessoas inexperientes, aconselhamos procurar a Coordenação de Comunicação Social/Reitoria, por e-mail ascom@ifbaiano.edu.br ou telefone 71 3186-0045, para receber orientações. Existe um formulário para quem tem interesse em participar do Banco de Fontes, porém, não está disponível caso a imprensa acesse essa informação.

Com base nesta análise, há uma preocupação das instituições de ensino público em pensar no relacionamento com as Redes Midiáticas, é preciso estar preparado para atender as demandas solicitadas destes veículos para divulgar a produção de conhecimento da instituição para a outra dimensão apresentada na figura do processo de conexão em rede da UFSM: a sociedade.

5. CONCLUSÃO

A reflexão proposta referente à Divulgação Científica das universidades públicas que produzem ciência, mas tais informações não chegam até o conhecimento da sociedade e, através da análise do processo de conexão em rede da UFSM, buscamos apresentar o resultado desta análise e a representação da rede, a fim de, forma mais específica, apresentar a rede e sua representação, compreender seu fluxo de relacionamento, bem como seus eixos e áreas, identificar os agentes envolvidos, além de pensar na melhoria no processo de comunicação que esteja comprometido com a difusão de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I).

Neste sentido, compreender o conceito de Comunicação Pública nas universidades públicas, se fez importante para compreender como a reflexão crítica deste conceito serve como norteador para a área da comunicação de instituições públicas. A comunicação é ferramenta importante para o processo de difusão de conhecimentos de interesse público, e a comunicação pública é configurada pela circulação desses conhecimentos, que são produzidos nas universidades e que perpassam por diversas instâncias até chegar ao conhecimento da sociedade. Todo esse entrelaçamento é configurado por um processo em rede, ora livre de um modelo, mas que acontece de forma autônoma e que não está explícito. Porém, a análise desse processo, assume um papel importante não apenas para o campo da comunicação e sim para pensar em como gerenciar esse processo, a fim de que o mais importante, que é a difusão do conhecimento produzido nessa ambiência, cumpra seu papel de forma mais estratégica e que o resultado seja um impacto positivo para a imagem das universidades públicas perante a sociedade e seus públicos.

No segundo capítulo, foi apresentado a conceituação de Divulgação Científica e Comunicação Científica e os micros lócus presentes na UFSM, eles nos proporcionaram pensar como acontece o relacionamento e o fluxo de informações sobre ciência para ser divulgada. Os micros lócus estão dentro de uma universidade pública e as informações a respeito de cada um desses micros lócus devem ser de conhecimento da sociedade em geral. Elas produzem um resultado que, muitas vezes, é de impacto para a sociedade, mas há uma falha na comunicação que estas pessoas não reconhecem esses micros lócus como produção científica da UFSM. E esse resultado tem impacto direto na opinião pública das pessoas e na imagem da instituição.

No terceiro capítulo teórico, foi apresentado a conceituação de Redes de Comunicação, no qual foi representado o fluxo do processo de conexão entre ela. Identificamos, então, duas redes que fazem parte do processo de conexão da UFSM, as Redes de Comunicação Científico-

Educacionais e Redes de Comunicação Midiática. Como nossa problemática está centrada em identificar porque as informações científicas das universidades públicas, neste caso a UFSM, não chegam até a sociedade e, a área da comunicação, como apresentada no conceito de Comunicação Pública, precisa estar atenta em pensar estratégias inovadoras para atender essa demanda.

Por fim, na figura representativa do processo de conexão em rede da UFSM, os micros lócus produtores, (quadrados coloridos), representam a diversidade de produção de conhecimentos na instituição e, sua conexão com os micros lócus de difusão de informação (círculos amarelos), que são os agentes de comunicação e com a imprensa. Há, também, conexão da comunicação com as redes midiáticas e vice-versa.

Essa é uma representação macro que serve para identificarmos os envolvidos e pensar como acontece essa conexão. Ela é de forma espontânea, o mediador desse relacionamento, deveria ser as Redes de Comunicação Científica, mas nem sempre acontece dessa forma. Os veículos acabam procurando algumas fontes estratégicas (que estão sempre dispostas a falar) para trabalhar com determinado tema de interesse coletivo. Não oportunizando outros temas, outros argumentos por não haver uma conexão direta com a Assessoria de Imprensa da instituição.

A Assessoria de Imprensa da instituição, não está, atualmente, preparada para atender as demandas dos veículos, não havendo um controle sobre que fonte pode falar e o que falar. Resultando em um afastamento dos veículos midiáticos.

Neste sentido, trazendo uma metáfora para esclarecer o fluxo de relacionamento do processo de conexão em rede. Digamos que o comunicador da UFSM seja um ceramista modelador. Os micros lócus representam os produtores de conhecimento da instituição, eles seriam o barro e a argila (matéria prima) que precisa chegar a um resultado final (o vaso). O ceramista modela essa informação (traduz o conhecimento bruto transmitido), vai transformando o barro em algo compreensível. Quando estiver finalizado, ele vai enviar o produto (informação de interesse coletivo) para a venda (imprensa), ela vai manusear, deixar mais “vendível” e vai divulgar para toda a sociedade (recepção), que pode ou não saber o que fazer com aquele produto.

Para que isso aconteça, é preciso que os produtores de conteúdos identifiquem a comunicação como estratégica, para que se cumpra o propósito de divulgar o conhecimento produzido na instituição. Mas, esse fluxo, atualmente não está claro, é preciso uma sensibilização e até mesmo um esclarecimento do papel da comunicação.

Ao mesmo tempo, a comunicação é o mediador desse resultado, ela, enquanto área, precisa buscar meios para tornar esse relacionamento mais acessível, como um Banco de Fontes, por

exemplo, que articule o relacionamento entre as Redes Midiáticas e os micros lócus da instituição.

Por fim, essa análise se fez importante para identificar, de forma macro, as grandes áreas e redes que estariam envolvidas com a Divulgação Científica. Como apresentado, existem duas grandes redes e a sociedade, que é o caminho final no qual a informação deve chegar. Neste estudo não se analisou a recepção dessas informações, apenas, identificamos que a rede da UFSM é composta principalmente pela comunicação, como mediadora, a imprensa, como Rede Midiática, responsável pela difusão de conhecimento produzido na instituição e os micros lócus existente que, precisam ser sensibilizados quanto ao repasse de informações (temas de interesse coletivo) para a comunicação trabalhar nelas e divulgar para além de seus muros.

A reflexão do resultado final é que um canal em que conectasse o micro lócus com a comunicação e, conseqüentemente com a imprensa, como abordado na análise do relacionamento com a imprensa de outras universidades públicas, iria facilitar na divulgação científica da instituição.

6. REFERENCIAS

BELLONI, I. Avaliação da universidade: por uma proposta de avaliação consequente e compromissada política e cientificamente. In: VIEIRA, Sofia Lerche, et al. **A universidade em questão**. São Paulo: Cortez, 1989.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico**: revisitando o conceito. In: VICTOR, Cilene; CALDAS, Graça; BORTOLIERO, Simone (Org.). *Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: All Print, 2009, p.157-178.

BUENO, W. da C. **Jornalismo Científico no Brasil: Aspectos Teóricos e Práticos**. São Paulo: ECA - USP, 1988.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

CALDAS, G. Comunicação Pública e Ciência Cidadã. In: OLIVEIRA, M. J. C. (Org.). **Comunicação pública**. São Paulo: Alínea, 2004.

CAMARGOS, M, L. O Comunicados Público Entre o Mar e o Rochedo. In: OLIVEIRA, M. J. C. (Org.). **Comunicação pública**. São Paulo: Alínea, 2004.

DUARTE, J. Instrumento de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MATOS, H. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MATOS, H. **Comunicação pública, democracia e cidadania**: o caso do legislativo. *Líbero*, Faculdade Cásper Líbero, a. II, n. 3-4, p. 32-37, 1999.

MATOS, H. **Desafios da comunicação pública no processo de democratização no Brasil**. *Revista Comunicações e Artes*, v. 17, n. 30, p. 22-30, 1997.

MONTEIRO, G. F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: Marja Pfeifer Coelho e CARLOS Locatelli (Org.). **Comunicação Pública e Política**: pesquisa e prática. Florianópolis: Insular, 2017.

ZÉMOR, P. **La communication publique**. Paris: PUF, 1995. Trad. livre e res. de Elizabeth Brandão. Disponível em: . Acesso em: 17 dez. 2009.