

## RELATO

# ALÉM DOS MUROS DA UNIVERSIDADE: COMO AS PARCERIAS DA AGÊNCIA ESCOLA UFPR PROMOVEM A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Larissa Drabeski; [laridra@gmail.com](mailto:laridra@gmail.com)<sup>1</sup>

Chirlei Kohls; [chirleidiana@gmail.com](mailto:chirleidiana@gmail.com)<sup>2</sup>

Paula Bulka Durães; [paulabulka@ufpr.br](mailto:paulabulka@ufpr.br)<sup>3</sup>

Lucas Daniel de Lima; [lucas.daniel@ufpr.br](mailto:lucas.daniel@ufpr.br)<sup>4</sup>

Chananda Lipszyc Buss; [chananda.lbuss@ufpr.br](mailto:chananda.lbuss@ufpr.br)<sup>5</sup>

Cecilia Sizanowski Sanchez; [sizanowskicecilia@gmail.com](mailto:sizanowskicecilia@gmail.com)<sup>6</sup>

Isabela Simm Stanga; [Isassimm@gmail.com](mailto:Isassimm@gmail.com)<sup>7</sup>

## RESUMO

O objetivo deste relato é debater os meios para divulgação científica a partir da parceria da Agência Escola de Comunicação Pública da Universidade Federal de Paraná (UFPR) com a Associação Evangelizar É Preciso e com a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP). Os relatos demonstram que as parcerias favorecem a divulgação científica (BUENO, 2010) levando o conteúdo científico a novos públicos, ao mesmo tempo que possibilitam aos alunos da graduação em Jornalismo, bolsistas da Agência Escola UFPR, o contato mais próximo com o mercado de trabalho.

## PALAVRAS-CHAVE

Divulgação científica. Agência Escola UFPR. Jornalismo Científico. Experimentação. Públicos.

## 1. INTRODUÇÃO

A Agência Escola de Comunicação Pública (AE) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) tem como missão: “Criar e fortalecer relações acessíveis e informativas entre as pessoas e a ciência, rompendo barreiras entre a produção

<sup>1</sup> Mestre e doutoranda em Comunicação pela UFPR. Bolsista da Agência Escola UFPR.

<sup>2</sup> Doutoranda e mestra em Comunicação pela UFPR. Jornalista editora na Agência Escola UFPR.

<sup>3</sup> Graduanda de jornalismo UFPR. Bolsista de jornalismo na Agência Escola UFPR.

<sup>4</sup> Graduando de jornalismo UFPR. Bolsista de jornalismo na Agência Escola UFPR.

<sup>5</sup> Graduanda de jornalismo UFPR. Bolsista de jornalismo na Agência Escola UFPR.

<sup>6</sup> Graduanda de jornalismo UFPR. Bolsista de jornalismo na Agência Escola UFPR.

<sup>7</sup> Graduanda de jornalismo UFPR. Foi bolsista de jornalismo na Agência Escola UFPR.



REALIZAÇÃO



APOIO



de conhecimento e a sociedade”<sup>8</sup>. Para tanto, o trabalho é organizado em três eixos: “espaços de formação, experimentação e capacitação, com base na Comunicação Pública da Ciência”. A equipe é formada por um grupo interdisciplinar de bolsistas de graduação e pós-graduação, além de docentes, técnicos-administrativos e profissionais de comunicação, que atua para formar e capacitar na divulgação da ciência, com a produção de conteúdos para diversos públicos, formatos, meios e mídias.

Uma das formas adotadas pela Agência Escola para a popularização da ciência são as parcerias tanto com agentes internos da UFPR quanto agentes externos. Entre as parcerias externas destacamos neste relato a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP)<sup>9</sup> e o Portal IDE+<sup>10</sup>, da Associação Evangelizar É Preciso, que favorecem a difusão do conteúdo produzido pelos bolsistas da AE para novos públicos, indo além dos muros da universidade.

Nos tópicos a seguir, abordaremos o conceito de Comunicação Pública da Ciência (CPC), norteador do trabalho da AE. Na sequência, apresentaremos aspectos que demonstram como as parcerias contribuem para a formação dos bolsistas da AE e para a difusão da ciência.

## 2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA

O cidadão não especializado em ciência pode assumir uma postura de protagonismo científico - essa é a visão trazida pela Comunicação Pública da Ciência, na qual a pluralidade de saberes e culturas é estimulada (MANSO, 2015). Nesse sentido, a Comunicação Pública da Ciência exerce papel fundamental para o acesso ao conhecimento científico, ajudando ao mesmo tempo a democracia e o cidadão (CASTELFRANCHI, 2010; MANSO, 2015; HERNANDO, 2003). A partir desse conceito, emerge a relevância da reflexão

<sup>8</sup> [http://www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/?page\\_id=3398](http://www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/?page_id=3398) Acesso em: 17 de março de 2022.

<sup>9</sup> <https://aerp.org.br/> Acesso em: 17 de março de 2022.

<sup>10</sup> <https://www.idemais.com.br/home> Acesso em: 17 de março de 2022.



REALIZAÇÃO



APOIO



sobre o processo de formação desses sujeitos com postura informacional ativa, capazes de se transformar em divulgadores do conhecimento científico.

Para ampliar a circulação dos saberes produzidos no âmbito da universidade, a divulgação científica tem papel primordial de “democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica” (BUENO, 2010, p. 1). Para que essa democratização aconteça, existem fatores a serem considerados. Primeiro, com relação ao público que, *a priori*, é não iniciado, ou seja, não precisa necessariamente ter formação que o permita compreender os termos técnicos do conhecimento a ser veiculado. O discurso da divulgação científica também precisa estar alinhado a esse público, sem a utilização de jargões ou conceitos que prejudiquem a compreensão do público amplo. Já com relação aos canais, a divulgação científica pode se aproximar do jornalismo científico, com suas especificidades e ao fazer uso da imprensa como meio de veiculação de conteúdo relacionado à ciência (BUENO, 2010; TARGINO; TORRES, 2014). No entanto, quando se trata da divulgação científica a audiência pode ser ampla e heterogênea, portanto, não precisa estar restrita aos meios de comunicação de massa (BUENO, 2010). A descrição dos processos de divulgação experimentados pela Agência Escola reflete a visão de Bueno (2010) com relação ao público, à linguagem e aos canais adotados para a divulgação científica, com o atravessamento da Comunicação Pública da Ciência.

### 3. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS RÁDIOS DO INTERIOR

Através das ondas sonoras, o conteúdo de divulgação científica produzido pela Agência Escola da UFPR chega a públicos variados de cidades do interior do Paraná, graças à parceria estabelecida com a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP) desde agosto de 2021. Os conteúdos exclusivos produzidos em 2021 pelos bolsistas de Jornalismo da AE, sob supervisão de profissionais e professores, foram veiculados em 45 rádios de 38 cidades do Paraná, incluindo o interior do estado. Por meio da parceria, foram distribuídas



REALIZAÇÃO



APOIO



15 reportagens que abordaram diferentes áreas do conhecimento, reproduzidas 192 vezes em rádios associadas à Aerp.

Na percepção dos alunos de graduação envolvidos no projeto, a atividade possibilita o aprendizado da construção de reportagens para a rádio, levando em conta as especificidades do meio, em cenário também de convergência tecnológica (LOPEZ, 2010). A integração entre os estudantes de diferentes áreas torna o processo ainda mais rico, uma vez que o conteúdo produzido pela equipe de jornalismo tem a edição e finalização de bolsistas do curso de Música. Essa troca possibilita uma produção mais coletiva, que visa não só ao desempenho, mas também ao bom relacionamento e ao compartilhamento de conhecimento entre a equipe. Todo o processo de produção envolve o retorno da AERP e da Chirlei Kohls, jornalista editora da AE. Muitas vezes, essa é a primeira produção de reportagem radiofônica dos estudantes fora dos trabalhos curriculares da graduação, contribuindo para o processo de formação dos estudantes.

A parceria possibilita que a ciência produzida na UFPR seja divulgada com uma linguagem mais próxima do público, contribuindo para a sua popularização. A escolha da pauta é feita de forma conjunta pela equipe durante a reunião de pauta e busca focar em temáticas que demonstrem a contribuição da ciência para a sociedade. A pauta então é enviada para a AERP para aprovação ou sugestão de alterações. Os bolsistas são motivados a buscar uma linguagem simples e didática própria do jornalismo e da divulgação científica, um dos pilares do trabalho desenvolvido na AE. Pensar em como a sociedade recebe as informações também é importante, por isso, os alunos são incentivados não só a traduzir determinada pesquisa acadêmica ou produção interna da universidade, mas também a demonstrar a importância para a vida cotidiana das pessoas. Essas conexões são o que permitem aproximar e desmistificar a ciência para fora dos muros da UFPR.

Outro aspecto que contribui para o desenvolvimento dos estudantes é o próprio contato com as fontes para a produção do material. A troca de



REALIZAÇÃO



APOIO



informações e feedbacks dos pesquisadores é importante para que os estudantes possam transmitir a informação de maneira adequada e cumprir o papel de divulgadores científicos. O contato com as fontes é feito inicialmente a partir dos pesquisadores envolvidos no que será noticiado, e, quando são necessárias outras vozes, existe a troca de contatos entre os próprios integrantes da redação ou buscamos no Guia de Fontes da UFPR<sup>11</sup>. O Guia é uma plataforma de iniciativa da Agência Escola que oferece a possibilidade de encontrar pesquisadores da Universidade a partir de palavras-chave na barra de busca. Ele tem como objetivo ajudar qualquer jornalista ou outra pessoa que precise encontrar uma fonte ou que queira conhecer a produção científica da UFPR.

### 3. LEVAR CIÊNCIA PARA NOVOS PÚBLICOS

Outra parceria para veiculação dos conteúdos de divulgação científica produzidos pela Agência Escola UFPR é com o portal IDE+, da Associação Evangelizar É Preciso, fundada em 2005 pelo Padre Reginaldo Manzotti, com o objetivo de evangelizar pelos meios de comunicação. O principal formato adotado neste caso são as entrevistas pingue-pongue, que possibilita aos estudantes praticarem diferentes formatos de produção de conteúdo. A parceria também permite aos estudantes que atuam na AE terem trocas produtivas com profissionais já inseridos na rotina do mercado de trabalho. A interação vai desde a definição do tema até a própria definição das perguntas, sempre pensando em temas e abordagens relevantes para os públicos, tendo essa premissa de aproximar os assuntos das pessoas. A circulação do conteúdo científico para um público mais amplo faz com que os estudantes se sintam reconhecidos.

Além das entrevistas pingue-pong, a parceria entre a Agência Escola e o Portal IDE+ também compreende a replicação das matérias do site da AE<sup>12</sup> e a

<sup>11</sup> <https://guiadefontes.ufpr.br/> Acesso em: 17 de março de 2022.

<sup>12</sup> <http://www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/> Acesso em: 17 de março de 2021.



REALIZAÇÃO



APOIO



contribuição para pautas do Pergunte aos Cientistas<sup>13</sup>, ação da AE que promove a interação entre sociedade e cientistas. Nela, a população envia suas dúvidas sobre um tema pré-selecionado (como *fake news* e pandemia, vacinas contra a Covid-19 etc.), as quais são repassadas para cientistas da Universidade Federal do Paraná, que as respondem. Ao final, as respostas são publicadas no site da AE, mas também replicadas no IDE+. Esta é uma forma que encontramos de fazer a ciência sair dos muros da universidade e encontrar espaço entre as pessoas. Com o público do site da Evangelizar, não é diferente. Por vezes, o Pergunte aos Cientistas é o primeiro contato de um leitor com um cientista brasileiro. Poder perguntar e, assim, conversar com ele, faz com que se crie uma conexão — o que se relaciona intimamente com a proposta do IDE+.

Por fim, há o processo de monitorar os resultados através dos relatórios. As 14 matérias produzidas pelos bolsistas da Agência Escola de maio a dezembro de 2021 nessa parceria totalizaram 481 acessos por parte do público do portal religioso. Além do acompanhamento do número de acessos, os feedbacks dos leitores também são acompanhados. Um dos retornos positivos foi o relato de uma leitora que conseguiu fazer sua mãe se vacinar contra a Covid-19 graças a uma matéria do Pergunte aos Cientistas postada no IDE+. Assim, apesar de um número de visualizações não tão alto, percebemos que a parceria vem cumprindo seu objetivo: levar a ciência e sua importância para novos públicos, inserindo-a em seu cotidiano. Nesse sentido, os públicos, sendo múltiplos e móveis a partir de mudanças de percepções daquilo que os afeta (HENRIQUES, 2018), podem também se movimentar a partir do acesso ao conhecimento científico, afetado pelas lógicas de produção da Comunicação Pública da Ciência.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência das parcerias firmadas pela Agência Escola da UFPR com agentes externos demonstra um campo profícuo para levar a ciência para além

<sup>13</sup> <http://www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/?p=2013> Acesso em: 17 de março de 2021.



REALIZAÇÃO



APOIO



dos muros da universidade. Com relação à parceria com a AERP destacamos o potencial de circulação do conteúdo, já que as reportagens radiofônicas foram distribuídas por 45 rádios de 38 municípios do estado do Paraná, em 2021. Já a parceria com o IDE+ tem como diferencial importante o público, uma vez que o portal é direcionado para cristão católicos. Em ambos os casos, são possibilidades de difundir o jornalismo científico para além do público que normalmente acompanha as publicações oficiais da própria Universidade.

Além disso, todo o processo de produção e de troca entre os bolsistas e os jornalistas já atuantes no mercado de trabalho contribuem para um dos objetivos da Agência Escola, que é a formação de alunos de diferentes cursos para a reflexão crítica e prática profissional da Divulgação Científica e Comunicação Pública da Ciência em diferentes linguagens e formatos.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA UFPR. Plano de trabalho. Curitiba, 2021. Disponível em: [www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/wp-content/uploads/2021/10/Novo-Plano\\_Site.pdf](http://www.agenciacomunicacao.ufpr.br/site/wp-content/uploads/2021/10/Novo-Plano_Site.pdf) Acesso em mar. 2022

CASTELFRANCHI, Yuri. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? (Muitas respostas óbvias... mais uma necessária). In: MASSARANI, Luisa. **Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana**. Rio de Janeiro: Fiocruz, COC, Museu da Vida, 2010.

BUENO, Thaísa Cristina. Entrevista pingue-pongue: tipos usuais no jornalismo brasileiro. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 8, n. 18, p. 266-291, 2020.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010.

HENRIQUES, Márcio Simeone. Promoção do interesse e projeção da experiência: a formação dos públicos na interação com as organizações. In: FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula (Orgs.). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

HERNANDO, Manuel Calvo. **Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud**. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.



REALIZAÇÃO



APOIO



LOPEZ, Debora Cristina. *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: LabCom Books, 2010.

MANSO, B. L. C. A comunicação pública da ciência luz da ciência aberta: repensando o cidadão como sujeito informacional. XVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO. XVI ENANCIB, João Pessoa, 2015. Disponível em <<http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/3093/1122>> Acesso em mar. 2022

TARGINO, Maria das Graças; TORRES, Názia Holanda. Comunicação Científica Além da Ciência. **Revista Ação Midiática**, n. 7, Curitiba, 2014.