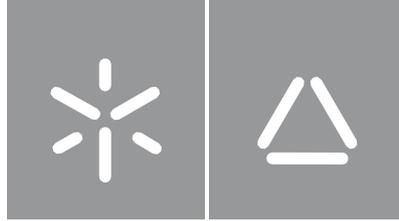




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Júlia Consentino Souza

**Práticas e percepções sobre comunicação de
ciência: um estudo de caso na Universidade de
Brasília**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Júlia Consentino Souza

Práticas e percepções sobre comunicação de ciência: um
estudo de caso na Universidade de Brasília

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Ciências da Comunicação
Ramo de Investigação

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Anabela Simões de Carvalho

Dezembro de 2021

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial
CC BY-NC

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Agradecimentos

Aos meus pais, Maria e Paulo, por sempre terem me incentivado a estudar e a correr atrás da realização dos meus sonhos;

À professora Anabela, que tornou possível a concretização deste trabalho por meio de suas orientações precisas e esclarecedoras;

Aos amigos queridos que conquistei durante o mestrado e com quem compartilhei muitas alegrias e angústias, em especial Rick, Lore e Liu;

A cada professor da UnB que tirou um pouco de seu tempo para responder o questionário;

Aos amigos e colegas de ofício que me apoiaram de alguma forma;

Por fim, a Deus, que me permitiu esta conquista e por chegar até aqui com saúde, sorrisos e a certeza de suas bênçãos.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Práticas e percepções sobre comunicação de ciência: um estudo de caso na Universidade de Brasília

Resumo

As investigações científicas que as universidades produzem precisam ser divulgadas, o que compõe relevante parte da comunicação de ciência. Gerar, compartilhar e divulgar pesquisas integram as atividades cotidianas dessas instituições, além de ser estratégico para elas prosperarem na missão de retribuir os investimentos financeiros que recebem, de alargar debates científicos na sociedade e de consolidar suas imagens como importantes produtoras de conhecimento. A levar tais pressupostos em consideração, é importante entender como os setores de comunicação dessas instituições estabelecem o relacionamento com um público imprescindível: os pesquisadores. É fundamental compreender como eles percebem e realizam comunicação de ciência e, como institucionalmente a universidade, por meio de seu setor de comunicação, realiza as divulgações científicas e conduz o relacionamento com este público interno. É com essa finalidade que o presente estudo de caso se desenvolve em relação à Universidade de Brasília, sua Secretaria de Comunicação e os seus pesquisadores. Para sua consecução, foi realizado o levantamento e análise das divulgações científicas online da UnB, assim como a aplicação de questionário aos pesquisadores-docentes e posterior avaliação dos resultados. Com o cruzamento dos dados obtidos e da observação participante, foi possível aferir condições que precisam ser criadas ou desenvolvidas em prol de uma melhor comunicação de ciência, mais equilibrada, participativa, próxima e efetiva em seus propósitos. Espera-se que os resultados encontrados possam contribuir para a construção de um relacionamento mais produtivo entre comunicadores e pesquisadores em ambientes organizacionais, auxiliar na valorização da comunicação de ciência como um todo e, especificamente, nas universidades públicas brasileiras.

Palavras-chaves: comunicação de ciência, divulgação científica, comunicadores, pesquisadores, professores, universidade, Universidade de Brasília.

Practices and perceptions about science communication: a case study at the University of Brasília

Abstract

The scientific research that universities produce need to be disseminated, which is a relevant part of science communication. Generating, sharing and disseminating research are part of the daily activities of these institutions; in addition, this is strategic for them to prosper in the mission of repaying the financial investments they receive, to broaden scientific debates in society and consolidate their images as important producers of knowledge. If one takes these assumptions into account, it is important to understand how the communication sectors of these institutions establish a relationship with an essential audience: the researchers. It is crucial to understand how they perceive and perform science communication, how universities, institutionally, through their communication sectors, implement science dissemination and manage the relationship with researchers. In order to examine how all this works out in a specific context, the present case study took place at the University of Brasília, more specifically focusing on its Communication Department and its researchers. The research presented here is based on analysis of the online science communication of the University of Brasília, as well as on a survey to its researchers-professors and the subsequent evaluation of its results. Via the triangulation of those data and the author's participant observation, it was possible to assess the conditions that need to be created or developed to promote more appropriate forms of science communication, that are more balanced, participatory, closer and effective in its purposes. This study hopes to contribute to the construction of a more productive relationship between communication professionals and researchers in organizational environments, assist in the valorization of science communication as a whole and, specifically, in Brazilian public universities.

Keywords: science communication, science dissemination, communication professionals, researchers, scientists, professors, university, University of Brasília.

Índice

INTRODUÇÃO	1
1. CONTEXTUALIZAÇÃO	3
1.1. UNIVERSIDADE E CIÊNCIA NO BRASIL.....	3
1.2. A UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA.....	11
1.3. A SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UNB.....	16
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	18
2.1. O SURGIMENTO DA COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA.....	18
2.2. UTILIZAÇÕES ADVERSAS DA CIÊNCIA.....	22
2.3. A IMPORTÂNCIA DE COMUNICAR CIÊNCIA.....	25
2.4. MOTIVAÇÕES NÃO DESINTERESSADAS.....	28
2.5. PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO E PESQUISADORES.....	31
2.6. IMAGEM INSTITUCIONAL DAS UNIVERSIDADES.....	38
2.7. A COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA NA UNB.....	41
2.8. PROBLEMÁTICA DA INVESTIGAÇÃO.....	44
2.9. OBJETIVOS E QUESTÕES DE PESQUISA.....	46
3. METODOLOGIA.....	48
3.1. O ESTUDO DE CASO.....	50
3.2. INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS.....	50
3.2.1. Observação participante.....	51
3.2.2. Pesquisa documental.....	51
3.2.3. Inquérito por questionário.....	52
3.3. TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS.....	53
3.3.1. A análise de conteúdo.....	53
3.3.2. Análise do questionário.....	56
4. ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS.....	57
4.1. UNB NOTÍCIAS.....	58
4.2. UNB CIÊNCIA.....	64
4.3. REDES SOCIAIS: FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM.....	72
4.3.1. Facebook.....	73
4.3.2. Twitter.....	75
4.3.3. Instagram.....	78
4.4. O PERFIL COMUNICATIVO.....	80
5. INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO.....	85
5.1. APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....	85
5.2. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	106
6. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	113
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121

ANEXOS	128
ANEXO 1 - PLANILHA UNB NOTÍCIAS	128
ANEXO 2 - PLANILHA UNB CIÊNCIA.....	133
ANEXO 3 - PLANILHA FACEBOOK.....	136
ANEXO 4 - PLANILHA TWITTER.....	146
ANEXO 5 - PLANILHA INSTAGRAM	159
ANEXO 6 - MODELO DO QUESTIONÁRIO APLICADO	170
ANEXO 7 - RESPOSTAS À QUESTÃO 24 (ABERTA).....	178

Índice de figuras

FIGURA 1: DADOS DO PORTAL DA TRANSPARÊNCIA (WWW.PORTALTRANSPARENCIA.GOV.BR)	8
FIGURA 2: OS 600 GRUPOS DE PESQUISA DA UNB DISTRIBUÍDOS PELAS GRANDES ÁREAS NO DIRETÓRIO DE GRUPOS DE PESQUISA DO CNPQ. ATUALIZADO NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2021	15
FIGURA 3: <i>PRINTSCREEN</i> DA PÁGINA INICIAL DO PORTAL DA UNB (WWW.UNB.BR)	59
FIGURA 4: <i>PRINTSCREEN</i> DO SITE UNB NOTÍCIAS (WWW.NOTICIAS.UNB.BR)	60
FIGURA 5: <i>PRINTSCREEN</i> DO SITE UNB CIÊNCIA (WWW.UNBCIENCIA.UNB.BR)	65

Índice de gráficos

GRÁFICO 1: DIVISÃO DAS MATÉRIAS PUBLICADAS NO UNB NOTÍCIAS POR GRANDES ÁREAS TEMÁTICAS	61
GRÁFICO 2: MATÉRIAS DO UNB NOTÍCIAS COM PEDIDO EXPLÍCITO DE (MAIS) FINANCIAMENTO.....	61
GRÁFICO 3: MENÇÃO NA NOTÍCIA SE MAIS PESQUISADORES ESTÃO ENVOLVIDOS NA PESQUISA	62
GRÁFICO 4: DIVISÃO DOS PESQUISADORES DAS MATÉRIAS DO UNB NOTÍCIAS POR GÊNERO.....	63
GRÁFICO 5: DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO UNB NOTÍCIAS DE ACORDO COM A FASE DA PESQUISA	64
GRÁFICO 6: MATÉRIAS DO UNB CIÊNCIA PUBLICADAS POR ÁREAS DE CONHECIMENTO DEFINIDAS PELA SECOM	67
GRÁFICO 7: MATÉRIAS DO UNB CIÊNCIA COM PEDIDO EXPLÍCITO DE (MAIS) FINANCIAMENTO	68
GRÁFICO 8: MENÇÃO NA MATÉRIA DO UNB CIÊNCIA SE MAIS PESQUISADORES DESENVOLVEM A PESQUISA.....	69
GRÁFICO 9: DIVISÃO DOS PESQUISADORES DAS MATÉRIAS DO UNB CIÊNCIA POR GÊNERO	70
GRÁFICO 10: DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO UNB CIÊNCIA DE ACORDO COM A FASE DA PESQUISA	71
GRÁFICO 11: <i>POSTS</i> DO FACEBOOK POR ÁREAS DE CONHECIMENTO DEFINIDAS PELA SECOM/UNB	74
GRÁFICO 12: NÚMERO DE PESSOAS NO FACEBOOK QUE RECEBEU O CONTEÚDO DOS <i>POSTS</i> X NÚMERO DE PESSOAS QUE TEVE ALGUMA INTERAÇÃO COM OS <i>POSTS</i> (ENGAJAMENTO)	74
GRÁFICO 13: INTERAÇÕES DOS SEGUIDORES COM OS 57 <i>POSTS</i> RELACIONADOS À DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA PÁGINA DA UNB NO FACEBOOK.....	75
GRÁFICO 14: PORCENTAGEM DOS <i>TWEETS</i> POR ÁREAS DE CONHECIMENTO DEFINIDAS PELA SECOM/UNB	76
GRÁFICO 15: NÚMERO DE PESSOAS QUE RECEBEU O CONTEÚDO DOS <i>TWEETS</i> X NÚMERO DE PESSOAS QUE INTERAGIU COM ESSES <i>TWEETS</i> (ENGAJAMENTO)	77
GRÁFICO 16: INTERAÇÕES DOS SEGUIDORES COM OS <i>TWEETS</i> DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA	78
GRÁFICO 17: PUBLICAÇÕES NO INSTAGRAM POR ÁREAS DE CONHECIMENTO DEFINIDAS PELA SECOM/UNB.....	79
GRÁFICO 18: NÚMERO DE PESSOAS NO INSTAGRAM QUE RECEBEU O CONTEÚDO DOS <i>POSTS</i> DO <i>FEED</i> E DOS <i>STORIES</i> X NÚMERO DE PESSOAS QUE TEVE ALGUMA INTERAÇÃO COM ESSES CONTEÚDOS (ENGAJAMENTO)	79
GRÁFICO 19: INTERAÇÕES DOS SEGUIDORES COM AS PUBLICAÇÕES DO <i>FEED</i> E DOS <i>STORIES</i> RELACIONADAS À DIVULGAÇÃO DE PESQUISAS NO INSTAGRAM DA UNB	80
GRÁFICO 20: NÚMEROS TOTAIS DE ACESSO OU ALCANCE DAS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS DA SECOM	81

GRÁFICO 21: DIVISÃO DAS ÁREAS TEMÁTICAS DE PESQUISA POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO ONLINE ADMINISTRADOS PELA SECOM.....	82
GRÁFICO 22: MATÉRIAS COM MAIS ACESSOS E ALCANCE TANTO NOS SITES QUANTO NAS REDES SOCIAIS	84
GRÁFICO 23: DISTRIBUIÇÃO DOS INQUIRIDOS POR GÊNERO.....	86
GRÁFICO 24: PERFIL DOS PESQUISADORES POR FAIXAS ETÁRIAS	87
GRÁFICO 25: ATUAÇÃO DOS PESQUISADORES POR ÁREAS DE PESQUISA	87
GRÁFICO 26: TEMPO QUE OS PESQUISADORES REALIZAM PESQUISA NA UNB	88
GRÁFICO 27: QUANTIDADE DE PROJETOS DE PESQUISA SENDO DESENVOLVIDOS PELO INQUIRIDO.....	89
GRÁFICO 28: QUANTIDADE DE PROJETOS DE PESQUISA CONCLUÍDOS	89
GRÁFICO 29: AVALIAÇÃO DOS PESQUISADORES SOBRE A FAMILIARIDADE COM COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA.....	90
GRÁFICO 30: AVALIAÇÃO DO INTERESSE DOS PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA	91
GRÁFICO 31: PRINCIPAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELOS PESQUISADORES PARA SE COMUNICAREM COM O PÚBLICO NÃO ESPECIALISTA	91
GRÁFICO 32: FREQUÊNCIA QUE COMUNICA COM NÃO ESPECIALISTAS	92
GRÁFICO 33: AVALIAÇÃO DOS MOTIVOS PARA NÃO COMUNICAR CIÊNCIA	93
GRÁFICO 34: MEIOS QUE OS PESQUISADORES UTILIZAM PARA SE INFORMAR SOBRE ASSUNTOS DA UNIVERSIDADE ..	94
GRÁFICO 35: MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PARA ACOMPANHAR AS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS DA UNB....	94
GRÁFICO 36: FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS PESQUISADORES AO WWW.NOTÍCIAS.UNB.BR	95
GRÁFICO 37: FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS PESQUISADORES AO WWW.UNBCIENCIA.UNB.BR	96
GRÁFICO 38: FREQUÊNCIA DE INTERAÇÃO (LIKES/GOSTOS) COM AS REDES SOCIAIS DA UNB	96
GRÁFICO 39: FREQUÊNCIA QUE OS PESQUISADORES COMPARTILHAM CONTEÚDOS DAS REDES SOCIAIS DA UNB	97
GRÁFICO 40: FREQUÊNCIA QUE PESQUISADORES COMENTAM EM PUBLICAÇÕES DAS REDES SOCIAIS DA UNB.....	98
GRÁFICO 41: AVALIAÇÃO DO CONHECIMENTO SOBRE O TRABALHO DA SECOM.....	98
GRÁFICO 42: FREQUÊNCIA QUE OS PESQUISADORES ENVIAM INFORMAÇÕES PARA A SECOM DIVULGAR.....	99
GRÁFICO 43: FREQUÊNCIA QUE A SECOM DIVULGA AS INFORMAÇÕES ENVIADAS PELOS PESQUISADORES	100
GRÁFICO 44: NÍVEL DE CONFIANÇA NAS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS DA SECOM/UNB.....	100
GRÁFICO 45: SATISFAÇÃO COM AS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS DA SECOM/UNB.....	101
GRÁFICO 46: SUGESTÕES DE MELHORIA PARA A SECOM	104
GRÁFICO 47: PERCEPÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UNB	104
GRÁFICO 48: AVALIAÇÃO DA CONFIANÇA DA SOCIEDADE NAS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS DA UNB	105
GRÁFICO 49: AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA NA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UNB.....	106
GRÁFICO 50: AVALIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA NA MELHORIA DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UNB.....	106

Índice de tabelas

TABELA 1: DIVISÕES UTILIZADAS PELA SECOM PARA MATÉRIAS DO UNB CIÊNCIA	67
TABELA 2: AS CINCO MATÉRIAS MAIS ACESSADAS DO UNB NOTÍCIAS ENTRE SETEMBRO/20 E FEVEREIRO/21	83
TABELA 3: AS CINCO MATÉRIAS MAIS ACESSADAS DO UNB CIÊNCIA ENTRE SETEMBRO/20 E FEVEREIRO/21	83

INTRODUÇÃO

A história mostra que, por meio de descobertas científicas, o homem tem conseguido resolver inúmeros problemas que o desafiam. Seja para a manutenção dos resultados, a busca por novas soluções ou para que os processos científicos continuem existindo, a transmissão do saber, a comunicação é primordial. E comunicar ciência não pode ser um ato isolado, restrito a poucos e desconexo da realidade, mas sim frequente, abrangente e assertivo a cada um de seus públicos. Uma boa definição sobre o que ela representa e um bom relacionamento entre cientista e comunicador são fundamentais para nortear a execução e efetividade de ações comunicativas em qualquer contexto. Quando associado a organizações, esse mutualismo ajuda a refletir em uma imagem positiva delas, consolidando-as como legítimas produtoras e propagadoras de conhecimento.

“Outra instituição de grande importância para o progresso do conhecimento científico, a universidade moderna, que hoje em dia se apresenta como um dos expoentes da actividade científica em qualquer país do mundo, apenas influencia o panorama do desenvolvimento da ciência a partir dos princípios do século XIX, no refluxo das transformações políticas que se seguiram à Revolução Francesa” (Caraça, 2001, p.85). O mérito das universidades na disseminação da ciência, apesar de mais recente, foi fundamental no panorama da expansão científica. No Brasil, não é diferente. As universidades, em especial as públicas, são uma das principais fontes de produção científica. O propósito finalístico de todas é o mesmo: por meio da ciência, contribuir para o desenvolvimento e progresso da nação. As bases para isso foram definidas na década de 1960, quando, por lei¹, caracterizaram essas instituições pela indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. A partir desse momento, elas assumiram oficialmente a missão como instituições de pesquisa, que é realizada principalmente em suas pós-graduações. E, ao longo das últimas décadas, as universidades foram se tornando elementos-chave para o desenvolvimento científico nacional.

De acordo com relatório realizado pela *Clarivate Analytics* em 2019², quinze universidades públicas foram apontadas como responsáveis por 60% da produção científica no país. A levar isso em consideração, é de grande relevância que a produção científica dessas instituições seja

¹ Lei 5.540/68, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5540compilada.htm

² Disponível em <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/15-universidades-publicas-produzem-60-da-ciencia-brasileira/>

acompanhada por uma comunicação efetiva. No relatório mencionado e em diversos rankings nacionais, qualitativos e quantitativos, a Universidade de Brasília (UnB) se destaca entre as dez melhores, inclusive em desempenhos de produção científica. Para conseguir alcançar tal patamar, conta com centenas de grupos de pesquisas e mais de 2.500 docentes-pesquisadores. Consequentemente, espera-se que sua comunicação seja atuante e eficiente em transmitir à sociedade os processos e os resultados relacionados à ciência que produz.

Pinto e Carvalho (2011) afirmaram notar uma crescente atitude mais proativa dos cientistas no contacto com os públicos, através dos media e noutros espaços, assim como uma melhoria das suas competências comunicativas, coadjuvados por gabinetes de comunicação e relações públicas, cada vez mais frequentes nas instituições de investigação. Esses gabinetes aos quais as autoras se referem, também chamados de secretarias ou assessorias nas universidades brasileiras, realizam um papel essencial na comunicação com a sociedade. Neste contexto, pouco se conhece se a comunicação destes setores é realizada também de forma a estimular uma atitude mais proativa dos cientistas ou como se dá o processo comunicativo entre comunicador e cientista. Diante da lacuna referida e do fato de a autora da pesquisa trabalhar na Secretaria de Comunicação da UnB e ter podido observar indícios de que um estudo de caso poderia contribuir para a comunicação de ciência entre comunicadores e pesquisadores, esta dissertação relaciona esses referidos elementos. É objeto de estudo deste trabalho, portanto, analisar a comunicação de ciência da Universidade de Brasília por meio de divulgações de sua Secretaria de Comunicação, como os pesquisadores da instituição interagem com elas e quais são as percepções e práticas deles relativas à comunicação de ciência.

A construção de uma imagem positiva e valorizada da ciência e dos cientistas só acontece com uma comunicação eficaz, é o que defende Ruão (2018). Para tal eficácia acontecer, é preciso começar justamente dentro da própria organização na qual o pesquisador possui o vínculo. Portanto, averiguar de forma sistemática como a Secom têm trabalhado a divulgação científica no portal da instituição, nas redes sociais, seu relacionamento com os pesquisadores e a percepção deles em relação ao trabalho da Secom e à comunicação de ciência em geral, ajuda a identificar como é possível melhorar a comunicação de ciência da própria instituição.

Para apresentar o estudo, a dissertação foi dividida em seis capítulos. O primeiro traz uma contextualização sobre a ligação das universidades e a ciência no Brasil, apresenta a Universidade de Brasília e a sua Secretaria de Comunicação. O segundo engloba todo o enquadramento teórico,

com um breve apanhado sobre o surgimento da comunicação de ciência, sua importância, a relação entre pesquisadores e comunicadores, a relevância da imagem institucional para as universidades e dados iniciais sobre a comunicação de ciência na UnB. Encerra o capítulo a apresentação da problemática de investigação, os objetivos e questões de pesquisa.

O capítulo 3 gira entorno da metodologia, sendo estudo de caso o método utilizado para a consecução dos objetivos identificados. As técnicas de recolha de dados são a observação participante, a pesquisa documental e o inquérito por questionário. A pesquisa documental materializou-se em um levantamento das divulgações científicas feita pela Secom no período de seis meses (setembro 2020 a fevereiro 2021). O inquérito foi direcionado a todos os docentes-pesquisadores do quadro permanente da UnB e aplicado entre outubro e novembro de 2021. A partir dos dados recolhidos foram feitas análises de conteúdo e estatísticas. As análises das divulgações compõem o capítulo 4, e a dos questionários, o capítulo 5. Por fim, no capítulo 6 são apresentadas a conclusão e as considerações finais a respeito do conjunto de resultados encontrados na pesquisa.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1. Universidade e ciência no Brasil

As universidades modernas se expandiram com o objetivo de propagar o ensino, principalmente, entre os jovens que terminavam o secundário e buscavam saber especializado e voltado para o mercado de trabalho. É comum, então, que as pessoas frequentem a universidade para desenvolver competências relevantes para o seu futuro exercício profissional. Porém, a missão dessas instituições vai muito além da educação voltada a um ofício. No mundo todo, as universidades agregaram a missão de solucionar problemas da sociedade e, assim, tornaram-se grandes produtoras de pesquisas e inovações. Isso não é diferente no Brasil, onde grande parte dos pesquisadores desenvolvem seus trabalhos nessas instituições ou em parceria com elas. Inclusive, importantes empresas privadas costumam contar com essas parcerias para desenvolvimento de projetos.

As principais organizações que produzem ciência no país são universidades públicas, ou seja, aquelas mantidas pelo governo, seja o executivo federal ou o estadual. Isso pode ser

facilmente constatado pelos números divulgados pelas próprias instituições em seus relatórios anuais de gestão, por consultorias externas e *rankings* nacionais e internacionais que levam em consideração, entre outros pré-requisitos, quantidade de publicações científicas. Estes meios ajudam a constatar que é no ensino superior, em especial o público, que a produção científica cresce abundantemente e se desenvolve. O ganho de notoriedade vem não apenas devido aos números de grupos de pesquisa e de publicações, outrossim pela qualidade e comprometimento do trabalho, que muitas vezes não tem reconhecimento suficiente ou lucro como principal motivador.

No Brasil, a produção de ciência nos ambientes universitários é majoritariamente desenvolvida em mestrados e doutorados³. Há dois tipos de pós-graduação: a *stricto sensu*, representada por mestrados e doutorados, e a *lato sensu*, que engloba as chamadas especializações e MBAs (*Master Business Administration*). O Ministério da Educação (MEC) os distingue em seu portal⁴ pela carga horária (*stricto sensu* acima de 420 horas-aula e *lato sensu*, 360 horas-aula), pelo tipo de documento obtido ao fim do curso (diploma e certificado, respectivamente) e há uma observação que mais informações podem ser encontradas na lei que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Entretanto, a referida norma não traz uma distinção clara entre os programas, apenas afirma:

Art. 44. A educação superior abrangerá os seguintes cursos e programas:

(...)

III - de pós-graduação, compreendendo programas de mestrado e doutorado, cursos de especialização, aperfeiçoamento e outros, abertos a candidatos diplomados em cursos de graduação e que atendam às exigências das instituições de ensino; (Lei nº 9.394, 1996)

Demais definições, a própria lei deixa a cargo das instituições e, ainda de acordo com o MEC, os programas de pós-graduação *stricto sensu* devem observar as orientações provenientes da agência reguladora de Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Nesse sentido, há um consenso de que os programas de pós-graduação *lato sensu* são voltados à prática

³ No Brasil usa-se o termo “doutorado” e em Portugal, “doutoramento”.

⁴ <http://portal.mec.gov.br/>

profissional, e os *stricto sensu*, direcionados à carreira acadêmica, seja para aqueles que querem ensinar e/ou desenvolver pesquisas e projetos científicos.

Mesmo a pesquisa tendo suas características próprias, que devem ser seguidas independente do ambiente onde é produzida, é inegável que, dentro da universidade, ela agrega a partilha de conhecimento entre professores e alunos como um de seus fundamentos. Assim, “a pesquisa científica dentro da universidade desempenha papel importante não só na produção de novos conhecimentos, mas também na sua capacidade de tornar acessíveis aos seus estudantes os avanços contínuos do saber” (Meis e Leta, 1996, p.33). Avanços esses buscados em uma perspectiva mais didática, ainda assim, desafiadora. O aspecto comercial pode aparecer; afinal universidades também registram patentes, por exemplo. Porém, dificilmente o retorno financeiro é o principal objetivo, como é normal em laboratórios e empresas privadas.

De acordo com a Constituição federal brasileira, a educação é um direito social, mas livre à iniciativa privada, desde que se cumpram as normas gerais estabelecidas pelo poder público. O Ministério da Educação (MEC) é o órgão que gere todo o sistema educacional do país, desde a educação infantil à superior. Portanto, é responsável pelo repasse de verba às Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), que incluem universidades federais. Ainda conforme a constituição, é responsabilidade do Estado promover e incentivar o desenvolvimento científico, a pesquisa, a capacitação científica e tecnológica e a inovação. O órgão encarregado desta tarefa é o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

Como o intuito precípua das universidades é o ensino, nem sempre a pesquisa esteve ligada a elas. As bases para a aproximação e conexão direta foram definidas na década de 1960, quando a Lei de Reforma Universitária⁵ caracterizou as instituições públicas de ensino superior pela indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. A partir de então, assumiram formalmente a missão de desenvolver pesquisas para ampliar o progresso técnico-científico e social do país. Ademais, a referida lei foi um marco em diversos sentidos como a autonomia didático-científica, disciplinar, administrativa e financeira das universidades.

A realização de pesquisa científica na universidade pública, além de ser uma forma de aprendizado entre professores e alunos como já pontuado, é um retorno à sociedade que a financia

⁵ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5540compilada.htm

por meio de impostos. A Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional⁶, inclusive, determinou percentuais e orientações no sentido de integrar as universidades como instituições de pesquisa:

Art. 69. A União aplicará, anualmente, nunca menos de dezoito, e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, vinte e cinco por cento, ou o que consta nas respectivas Constituições ou Leis Orgânicas, da receita resultante de impostos, compreendidas as transferências constitucionais, na manutenção e desenvolvimento do ensino público.

(...)

Art. 86. As instituições de educação superior constituídas como universidades integrar-se-ão, também, na sua condição de instituições de pesquisa, ao Sistema Nacional de Ciência e Tecnologia, nos termos da legislação específica. (Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional, 1996)

Como há vultosa quantidade de dinheiro público envolvida na manutenção do ensino, das pesquisas e a considerar que as vagas para ingressar nos cursos são limitadas, promover estudos que possam beneficiar a sociedade é uma forma mais abrangente de retribuir os altos investimentos.

Assim como em diversos países, o financiamento da ciência e tecnologia no Brasil também é majoritariamente proveniente do orçamento estatal. Consequente, oscilações econômicas e governamentais têm impacto direto na área. Com o cenário econômico favorável, a educação e a ciência receberam quantias volumosas na primeira década dos anos 2000. Isso possibilitou a ampliação e criação de universidades e institutos federais. Tal expansão possibilitou mais pesquisas e “serviu como um catalisador para a formação de novos cientistas e esta, por sua vez, levou a um crescimento exponencial da ciência brasileira” (Souza, Filippo & Casado, 2018, p.130). Foi um período bastante significativo para o desenvolvimento das pesquisas dentro dos mestrados e doutorados:

O Brasil tornou-se uma potência emergente situando-se entre as sete maiores economias do planeta e as exigências impostas pela globalização e a premência de integração ao sistema econômico global passaram a demandar do Ministério de Educação (MEC) reformas e mudanças no SUB⁷. Já é possível afirmar, com certeza, que hoje em dia as universidades

⁶ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm

⁷ Sistema Universitário Brasileiro.

públicas constituem o principal suporte institucional para a pesquisa e para a formação de pesquisadores e são, portanto, indispensáveis ao país. (Velloso, Lannes & Meis citado em Souza et al., 2018, p.130-131)

A expansão veio associada a um alto custo de manutenção que, obviamente, perdura em bons e maus momentos da economia.

A elaboração do orçamento das universidades federais é responsabilidade das áreas financeiras das próprias instituições. As previsões orçamentárias são realizadas para o ano seguinte, encaminhadas para o MEC, que faz ajustes, caso necessário, daí são incluídas em um Projeto de Lei Orçamentária Anual (PLOA) e encaminhadas ao Congresso Nacional. Deputados e senadores, tendo as leis orçamentárias como balizadoras de suas decisões, determinam, por meio de votação, quanto a educação pública (de forma global) vai receber no ano seguinte, respeitadas as porcentagens definidas na Constituição Federal. Ocorre que, uma boa parte desse valor não pode ser usado para investir em iniciativas de ensino, pesquisa e extensão, os três pilares das universidades públicas no Brasil. As despesas estão divididas em duas categorias: obrigatórias e discricionárias. Por lei, o pagamento da remuneração dos servidores públicos que compõem o quadro funcional das universidades, técnicos-administrativos e professores (ativos e aposentados) se enquadra nas “despesas obrigatórias”. A lei impede que haja cortes nas despesas obrigatórias e, com o aumento do número de universidades, cursos e alunos, conseqüentemente essas despesas aumentaram. Essa é uma das principais despesas das instituições. De acordo com o Portal da Transparência⁸, nos últimos cinco anos, em média, mais de 50% do orçamento anual da Educação é gasto com pagamento de pessoal, ativo e inativo. Além da remuneração, há outras despesas obrigatórias como água, energia e limpeza.

Com um alto comprometimento orçamentário anual, seria esperado que a quantia destinada às investigações fosse limitada. Entretanto, não há apenas esse aporte destinado a tal fim nas universidades. O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), que tem a missão de produzir conhecimento e, dentre suas competências, estão assuntos como políticas nacionais de pesquisa científica e tecnológica e de incentivo à inovação, destina parte de seu orçamento indiretamente às universidades. Para cumprir sua atribuição, o MCTIC possui entes

⁸ Dados retirados de <https://www.gov.br/cgu/pt-br/assuntos/transparencia-publica/portal-da-transparencia>, em julho de 2021.

vinculados que são dois dos três principais órgãos de fomento à pesquisa em nível federal: o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). O terceiro, vinculado ao MEC, é a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Juntas, as três são as principais entidades responsáveis pelos recursos que de fato sustentam as pesquisas desenvolvidas nas universidades federais brasileiras.

Mesmo com dois ministérios, entidades próprias de apoio e um senso comum que educação e pesquisa têm sido e são importantes para o desenvolvimento e progresso em diversos campos, o valor destinado a essas áreas vêm apresentando preocupantes decréscimos nos últimos anos. A tabela abaixo constata as reduções:

Orçamento do Governo Federal		
	Ciência e Tecnologia	Educação
2017	R\$ 8,05 bilhões	115,11 bilhões
2018	R\$ 7,66 bilhões	114,31 bilhões
2019	R\$ 7,40 bilhões	118,40 bilhões
2020	R\$ 7,43 bilhões	110,65 bilhões

Figura 1: dados do Portal da Transparência (www.portaltransparencia.gov.br) em 28/4/2021

A redução ficou mais acentuada no levantamento realizado pelo Jornal da USP⁹: em dez anos (2012-2021), os cortes no orçamento do MCTI chegaram a 84%. Por conseguinte, os três principais órgãos federais de fomento à pesquisa e à pós-graduação também sofreram redução orçamentária. O Relatório de Ciências 2021 da UNESCO¹⁰ sobre investimentos em pesquisa e desenvolvimento no mundo aponta que a média total nos cortes foi de 25%, com queda de 36% para o CNPq, de 38% para a Finep e de 5,6% para a Capes. Apesar de todas as dificuldades, conforme o boletim Panorama da ciência brasileira: 2015-2020¹¹, do Centro de Gestão e Estudos

⁹ Dados retirado de <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/dados-mostram-que-ciencia-brasileira-e-resiliente-mas-esta-no-limite>

¹⁰ Ver https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377250_por

¹¹ Ver https://www.cgge.org.br/documents/10195/734063/CGEE_Pan_Cie_Bra_2015-20.pdf

Estratégicos (CGEE), o país conseguiu se manter o 13º maior produtor de conhecimento científico no mundo.

Com o objetivo de amenizar a dependência exclusiva dos recursos governamentais, desburocratizar processos e aumentar a participação do setor privado no incentivo à pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I), algumas legislações foram criadas nos últimos anos. Em 2016, o governo federal promulgou o distinto Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação¹², que visava criar um contexto mais favorável à pesquisa, desenvolvimento e inovação não só nas universidades, mas em institutos públicos e empresas privadas. Para este fim, inclusive, alterou nove leis pregressas que versavam sobre assuntos conexos. Dois anos depois, por meio de um decreto¹³, dispositivos do Marco Legal que ainda demandavam regulamentação, ganharam sua plenitude para execução. Dentre outros feitos, a lei e o decreto conseguiram reduzir impostos, simplificar regras de licitação e de importação e viabilizar mais parcerias público-privadas. As expectativas de estimular contribuições financeiras e desburocratizar as atividades de pesquisa e inovação foram altas. Porém, em pesquisa recente¹⁴ do Conselho Nacional das Fundações de Apoio às Instituições de Ensino Superior e de Pesquisa Científica e Tecnológica (CONFIES), 79% dos pesquisadores entrevistados relataram que, em suas percepções, a burocracia aumentou ou permaneceu igual a antes. Benefícios provenientes do Marco também são difusos.

É válido pontuar que doações diretamente às universidades públicas não eram possíveis até 2017. A mudança veio com a alteração¹⁵, em 2017, da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que versava sobre o assunto. A nova escrita ficou a seguinte:

art. 53 (...)

§ 2º As doações, inclusive monetárias, podem ser dirigidas a setores ou projetos específicos, conforme acordo entre doadores e universidades.

§ 3º No caso das universidades públicas, os recursos das doações devem ser dirigidos ao caixa único da instituição, com destinação garantida às unidades a serem beneficiadas. (Lei Diretrizes e Bases da Educação Nacional, 2017)

¹² Ver http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm

¹³ Decreto nº 9.283, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9283.htm

¹⁴ <https://jornal.usp.br/universidade/marco-legal-de-ciencia-e-tecnologia-completa-5-anos-sem-reduzir-burocracia/>

¹⁵ Alteração provocada pela lei nº13.490/2017, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm

A atual redação permitiu às universidades públicas receberem doações diretas do setor privado e da sociedade, o que antes era ilegal. Porém, o *endowment* propriamente, como são chamados recursos diretos advindos de doações de pessoas físicas e/ou pessoas jurídicas, ainda não estava regulamentado, apenas permitido. A prática tornou-se viável em 2019, com a Lei dos Fundos Patrimoniais¹⁶. Enfim, já não há mais impedimentos legais, contudo, a cultura do *endowment* é pouco comum no país. É preciso um empenho coletivo para difundi-la e para que ela possa de fato ser uma fonte de renda significativa para as universidades.

A considerar que a “produção científica está entre as atividades de resultados de mais importância nas universidades federais brasileiras, supõe-se que através dela seja possível identificar e medir os resultados do conhecimento gerado pelos docentes e discentes dentro de cada instituição” (Souza et al., 2018, p.134), esses resultados seguem se mostrando positivos. Mesmo com um cenário de desinvestimento do governo e alternativas escassas ou pouco significativas de outros recursos, as publicações científicas aumentaram e “no que se refere à produção de conhecimento, acredita-se que uma forma adequada de mensurá-la é através das publicações de artigos científicos em periódicos indexados”. (Callon, Penan & Courtial citado em Souza et al., 2018, p.133). Conforme já apontado, de acordo com o boletim Panorama da ciência brasileira 2015-2020, a produção científica do país continuou crescendo e, no período de cinco anos, foram publicados 372 mil trabalhos. Esse resultado manteve o Brasil como 13º maior produtor de conhecimento científico do mundo. Em 2020, de acordo com o ranking do *Scimago Journal & Country Rank*¹⁷, de uma lista com 240 países, foi o 13º com mais documentos publicados e 14º em número de citações desses trabalhos, posições idênticas às de 2015. A diferença está na quantidade, que pulou de pouco mais de 71 mil para 100 mil publicações/ano.

É possível alinhar que o aumento no número de publicações se deve à expansão das universidades na última década. Dados divulgados pela CAPES, em seus Planos Nacionais de Pós-graduação, demonstram o crescimento dos números de mestrados e doutorados nos últimos dez anos. Conseqüentemente, houve o aumento de publicações científicas brasileiras indexadas em plataformas internacionais como o *Web of Science* (WoS). Mas, o que chama atenção é que mesmo com tal crescimento, a maior parte da produção científica segue concentrada em poucas

¹⁶ Ver http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13800.htm

¹⁷ Ver <https://www.scimagoir.com/>

universidades. De acordo com relatório da *Clarivate Analytics 2019*¹⁸, encomendado pela Capes, das 69 universidades públicas federais existentes, 12 destas e 3 estaduais foram apontadas como responsáveis por 60% da produção científica no país. Dessas 12 instituições, sete se repetem como as dez mais bem-avaliadas no Ranking de Universidades Folha (RUF), que levam o quesito *Pesquisa* em consideração.

A Universidade de Brasília (UnB) é uma das que aparece em ambos os levantamentos. Tanto no RUF, quanto no relatório da *Clarivate Analytics*, está como a oitava universidade federal em volume de produção científica. É a única instituição da região centro-oeste que aparece entre as dez mais bem classificadas. Diante desses dados, é possível presumir como é determinante para a UnB traduzir resultados em uma comunicação efetiva, que ajude a divulgar todo o empenho de seus cientistas para alcançar resultados e reconhecimento advindos de suas pesquisas.

1.2. A Universidade de Brasília

“Uma universidade transformadora, com a missão de produzir, integrar e divulgar conhecimento, formando cidadãos comprometidos com a ética, a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável”, assim a Universidade de Brasília (UnB) se apresenta em seu portal institucional¹⁹. A maior instituição de ensino superior da região centro-oeste possui aproximadamente de 50 mil alunos, quase três mil professores e pouco mais de três mil técnicos administrativos²⁰. A qualidade de ensino, pesquisas e atividades de extensão também são referência na região. É, constantemente, apontada entre as dez melhores universidades do país.

Inaugurada em 21 de abril de 1962, apenas dois anos após a inauguração de Brasília, a então nova capital do país, a UnB foi a primeira instituição de ensino superior do Distrito Federal, região administrativa que engloba Brasília. Surgiu com o propósito de provocar uma reinvenção da educação superior no país. Diferente da maioria das instituições de ensino daquela época, não foi criada apenas a partir de lei e de demanda por qualificação profissional. Suas premissas eram conjugar as diversas formas de saber e formar profissionais dispostos a transformar a realidade brasileira. Sua criação preconizava que ela havia sido “planejada à luz da experiência nacional e internacional. Destinada a cumprir funções específicas de assessoramento aos poderes públicos

¹⁸ Relatório disponível em <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/15-universidades-publicas-produzem-60-da-ciencia-brasileira/>

¹⁹ Trecho extraído de <https://www.unb.br/institucional/a-unb> em 30/05/2021.

²⁰ Dados retirados dos sistemas internos da UnB, Sigaa e Sippos, em março de 2021.

em todos os campos do saber. Voltada para o cultivo da ciência e da técnica. Comprometida com o estudo e a procura de soluções que afligem o nosso povo”. (Plano Orientador da Universidade de Brasília, 1962. p.5).

A concepção da UnB veio de um projeto pensado por renomados estudiosos daquele tempo: o antropólogo Darcy Ribeiro, que viria a ser o primeiro reitor, e o educador Anísio Teixeira. O primeiro definiu as bases institucionais e o segundo elaborou o modelo pedagógico. Além dos dois, um dos mais famosos arquitetos da escola moderna de arquitetura, Oscar Niemeyer, participou do projeto de construção da universidade. Responsável por vários monumentos e edifícios icônicos da nova capital, ele assinou a obra do Instituto Central de Ciências (ICC), maior prédio do primeiro campus da UnB. O ICC possui 120 mil metros quadrados de área, 720 metros de extensão e 70 metros de largura. Nessa estrutura há institutos, faculdades, laboratórios e diversas salas de aula.

As primeiras aulas começaram a ser ministradas antes mesmo da primeira obra ficar pronta, em um prédio provisório na Esplanada dos Ministérios. Eram apenas quatro cursos: direito, economia e administração, arquitetura e urbanismo e letras. Em 2021, esse número subiu para 138 cursos de graduação²¹ e 202 de pós-graduação, entre mestrados e doutorados. Até 2005 todos os cursos existentes se concentravam no único campus, situado na Asa Norte e que leva o nome de um dos seus fundadores, Darcy Ribeiro. Com a expansão populacional e a fim de democratizar o acesso à universidade, novos *campi* e cursos foram criados em outras localidades do Distrito Federal. A Faculdade de Planaltina (FUP) surge em 2006, e as Faculdades de Ceilândia (FCE) e do Gama (FGA), em 2008.

Por ter sido criada com grandes aspirações para mudar o cenário nacional e, por sua proximidade com os mais altos escalões do poder público brasileiro, em sua concepção, foram convidados a lecionar e a assumir direção dos cursos, cientistas, artistas e professores das mais tradicionais faculdades brasileiras da época. A instituição também foi criada como “fundação”, o que para a década de 1960 era algo relativamente novo, principalmente na área de ensino. Isso significava autonomia administrativa e patrimonial, ainda que seu funcionamento fosse custeado 100% por recursos da União, como as demais universidades federais.

²¹ Lista completa disponível em <http://www.unb.br/graduacao/cursos>

Pouco tempo após sua criação e o início das atividades, veio o regime militar no Brasil (1964-1985). Nesses quase vinte e um anos, ocorreram confrontos entre estudantes e militares no campus que deixaram registros emblemáticos de violência e de oposição ao governo. Os atritos só cessaram de vez em 1984, perto do fim do regime e com a eleição de um reitor escolhido pela comunidade universitária e não mais pelos militares. A partir de então, os recursos financeiros foram aumentando, assim como o número de alunos, cursos, professores, a infraestrutura e as pesquisas.

Na vanguarda das ações de inclusão na área de educação, em 2003, a UnB torna-se a primeira universidade federal, e a segunda pública (a Universidade do Estado do Rio de Janeiro foi a primeira), a estabelecer cotas raciais. Assim, passou a reservar uma porcentagem das vagas de graduação para pessoas autodeclaradas negras ou pardas. No processo seletivo de ingresso (vestibular) de 2004, 20% das vagas foram destinadas a esses estudantes. Mais tarde, a cota foi ampliada para indígenas, recebendo a nomenclatura “PPI”, Pretos, Pardos e Indígenas.

No início, a adoção das cotas gerou diversas críticas que iam de desrespeito à meritocracia, piora na qualidade de ensino, difícil distinção de cor em um país miscigenado como o Brasil e a racismo reverso. A universidade não voltou atrás em sua decisão e muitas outras passaram a adotar o sistema. Quase dez anos depois, o governo promulgou a lei 12.711/2012²², que em seus primeiros artigos preceitua:

Art. 1º As instituições federais de educação superior vinculadas ao Ministério da Educação reservarão, em cada concurso seletivo para ingresso nos cursos de graduação, por curso e turno, no mínimo 50% (cinquenta por cento) de suas vagas para estudantes que tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas.

Art. 3º Em cada instituição federal de ensino superior, as vagas de que trata o art. 1º desta Lei serão preenchidas, por curso e turno, por autodeclarados pretos, pardos e indígenas e por pessoas com deficiência, nos termos da legislação, em proporção ao total de vagas no mínimo igual à proporção respectiva de pretos, pardos, indígenas e pessoas com deficiência na população da unidade da Federação onde está instalada a instituição, segundo o último censo da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (Lei 12.711, 2012)

²² Ver http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/12711.htm

A partir daí, ficaram estabelecidas cotas socioeconômicas acrescidas às raciais. Em 2020, a reserva de vagas foi ampliada para os programas de pós-graduação. A decisão colegiada do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (Cepe) da UnB determinou que 20% das vagas de mestrado e doutorado passariam a ser destinadas a pessoas negras, indígenas e (de comunidades) quilombolas.

A reserva de vagas foi acompanhada por um exponencial crescimento dos números gerais, inclusive de alunos. O Anuário Estatístico 2011 revela que, em 2001, eram 20.901 alunos de graduação e 3.305 de pós-graduação. Após dez anos, os números expandiram para 29.775 e 5.483, respectivamente. De 2015 a 2019, o acréscimo nesses quantitativos foi de cerca de 5% ao ano. O aumento do número de estudantes também veio acompanhado de mais professores e técnicos administrativos. De acordo com o Anuário Estatístico 2020²³, a comunidade acadêmica atual corresponde a aproximadamente 55 mil pessoas, divididas entre estudantes de graduação, de pós-graduação, professores e técnicos-administrativos. Ao ano, são quase 10 mil alunos ingressantes nos atuais 138 cursos de graduação.

Os quantitativos tornam-se proporcionalmente mais pertinentes ao se considerar que a UnB está situada no Distrito Federal, que possui cerca de 3 milhões de habitantes²⁴, e na segunda região menos povoada do país. O centro-oeste tem 14 milhões de habitantes²⁵ dos mais de 210 milhões que totalizam a população brasileira atualmente. A oferta educacional gratuita e de qualidade se mostra ainda mais relevante neste cenário.

Com cada vez mais alunos e professores nos mestrados e doutorados e, a partir do pressuposto que as pesquisas nas universidades públicas brasileiras se desenvolvem principalmente nesses âmbitos, a instituição foi aumentando seus números de pesquisas até começar a se tornar referência na região e no Brasil. A constante presença em *rankings* nacionais e internacionais, como o Times Higher Education (THE)²⁶ e o QS World University Rankings²⁷, deve-se, também, às pesquisas e a publicações científicas realizadas.

²³ Ver <https://laughing-hermann-8aad29.netlify.app/geral.html#ingressantes-pelos-processos-de-sele%C3%A7%C3%A3o-da-unb-2019>

²⁴ Ver <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/panorama>

²⁵ Ver <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>

²⁶ Ver <https://noticias.unb.br/76-institucional/4823-unb-esta-entre-as-melhores-dos-paises-emergentes>

²⁷ Ver <http://noticias.unb.br/76-institucional/4204-unb-sobe-duas-posicoes-em-ranking-internacional-e-e-a-5-melhor-federal>

Consoante o Portfólio de Infraestrutura de Pesquisa e Inovação de 2020, a instituição conta com um total de 600 grupos de pesquisa, divididos nas macros áreas Ciência Exatas e Tecnologia, Ciência da Vida, Humanidades e Multidisciplinares. Sedia quatro Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCTs), a saber: o Ciência e Tecnologia para Estudos Tectônicos (Instituto de Geociências); o de Inclusão no Ensino Superior e na Pesquisa (Instituto de Ciências Sociais); o de Nanobiotecnologia (Instituto de Ciências Biológicas) e o Observatório das Dinâmicas Socioambientais (Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS). Tanto os grupos quanto os INCTs são registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), ligado ao MCTIC. O portfólio destaca ainda o crescimento de mais de 100% dos laboratórios nos últimos vinte anos: em 2001 eram 324 e, atualmente, perfazem um total de 682. Acrescentam-se ainda 76 núcleos e 31 centros de pesquisa e 43 infraestruturas de apoio, como bibliotecas, biotérios, usinas, fábricas, viveiros, museus, coleções e outros.

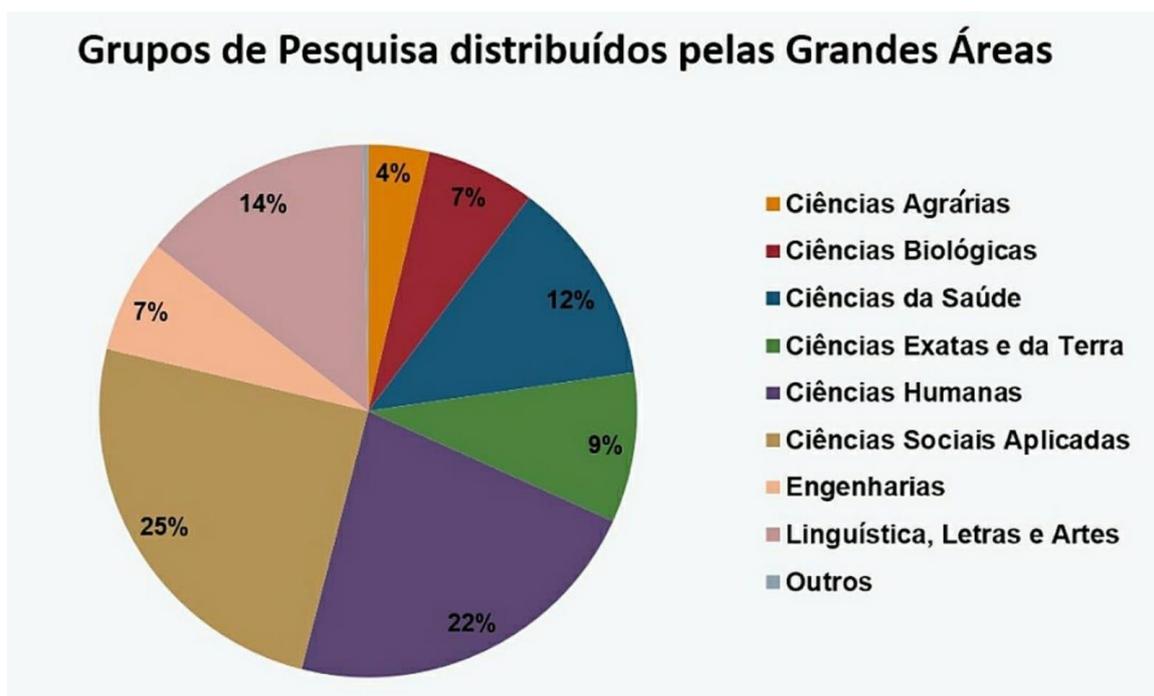


Figura 2: os 600 grupos de pesquisa da UnB distribuídos pelas grandes áreas no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq. Atualizado no primeiro semestre de 2021. Fonte: <http://dpi.unb.br/>

O portal institucional²⁸ abriga três importantes ferramentas que tornam o acesso às informações sobre pesquisas mais fácil. O UnB Pesquisa²⁹ é um buscador de pesquisadores, suas especialidades e assuntos. Já no Painel de Indicadores de Grupos de Pesquisa³⁰, é possível

²⁸ Ver www.unb.br

²⁹ Ver <http://www.pesquisar.unb.br/>

³⁰ Ver <http://pesquisa.unb.br/gruposde-pesquisa/painel-analitico-grupos-de-pesquisa?menu=373>

visualizar informações dos grupos de pesquisa em atividade. Por fim, o Painel de Indicadores da Infraestrutura de Pesquisa e Inovação³¹ serve para consultar toda infraestrutura disponível, como laboratórios, núcleos, centros, coleções, observatórios, etc.

Um repositório específico³² também foi criado para abrigar pesquisas sobre o novo coronavírus. Durante a pandemia de covid-19, que eclodiu no Brasil em março de 2020, a universidade assumiu papel de destaque nas pesquisas³³ sobre a doença e suas consequências não só na área de saúde. De acordo com o *website* “Covid-19 - UnB em ação”³⁴, já no primeiro semestre de 2020 haviam sido aprovados 115 projetos relacionados à pesquisa epidemiológica, testes clínicos, aplicativos, iniciativas de educação, comunicação e outras ações junto a populações vulneráveis.

Pelos esforços, números, expansão e investimentos ao longo das últimas décadas, fica evidente que pesquisas são um assunto de grande valor para a Universidade de Brasília. Consequentemente, é imprescindível que o empenho em produzir cada vez mais ciência e inovações seja divulgado para a sociedade, que é quem sustenta e pode apoiar sobremaneira a universidade pública. Para uma comunicação assertiva e transparente, os profissionais de comunicação precisam conduzir com excelência as partes deste processo que mais lhes cabem: a divulgação científica e o relacionamento com os pesquisadores. Estes últimos são as fontes de todas as investigações e das matérias divulgadas, além de serem os principais parceiros na comunicação de ciência dentro da UnB. Por meio de uma comunicação alinhada e estratégica, é viável projetar a imagem de uma instituição séria, atuante nos problemas locais e globais e realmente transformadora da realidade.

1.3. A Secretaria de Comunicação da UnB

Órgão central de comunicação da Universidade de Brasília, a Secretaria de Comunicação (Secom) foi criada em 2008 e é vinculada diretamente ao Gabinete da Reitoria. Antes, a comunicação da UnB era executada apenas por uma relações públicas e estagiários, que realizavam meramente o trabalho de assessoria de imprensa. Hoje, a Secom é o principal setor

³¹ Ver <http://pesquisa.unb.br/infraestrutura-de-pesquisa/painel-analitico-infraestrutura-de-pesquisa?menu=788>

³² Ver <http://repositoriocovid19.unb.br/>

³³ Ver <https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/ensino-superior/2021/07/4936836-ciencia-forte-unb-e-referencia-em-pesquisas-sobre-a-covid-19.html>

³⁴ <http://repositoriocovid19.unb.br/>

encarregado de informar a comunidade interna e externa sobre atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Ao buscar informar sobre as mais diversas atividades da universidade, tem como missão maior ajudar a construir, manter e zelar pela imagem e reputação institucionais. Bens intangíveis e de grande valor para qualquer universidade que queira se destacar positivamente na sociedade. Seu papel engloba:

...trabalhar a comunicação interna e externa da Universidade, além de reforçar o papel social da Universidade e promover eventos que estimulem a comunidade acadêmica a participar das atividades de ensino, pesquisa e extensão. A Secom também tem por objetivo divulgar o conhecimento produzido na Universidade e os atos da administração, zelando pelos pressupostos de austeridade, transparência e de responsabilidade ética, intelectual e administrativa da UnB. Como responsável pela gestão da marca UnB, a Secom protege e valoriza a imagem da Universidade, busca assegurar o uso correto da identidade visual e dá orientação sobre o uso da marca UnB. (Critérios de Divulgação da Secretaria de Comunicação da UnB, 2019, p.4)

Para realizar todas as suas prerrogativas, são desenvolvidas diversas formas de comunicação no dia a dia e, principalmente, online. Dentre seus produtos e serviços regulares estão:

- 1) Portal da UnB – *landing page* (capa), produção de matérias e reportagens para os sites UnB Notícias e UnB Ciência, atualização da UnB Agenda com todos os eventos que ocorrem na universidade e captação de publicações para a seção Artigos;
- 2) Mídias Sociais – Facebook, Twitter, Instagram, Flickr e YouTube;
- 3) UnB Hoje – newsletter semanal por e-mail;
- 4) Revista Darcy - revista impressa e online de jornalismo científico e cultural;
- 5) Assessoria de imprensa – atendimento a jornalistas (externos), envio de *press-releases* e de *clipping*;
- 6) Campanhas institucionais;
- 7) Calendário anual – físico e em formato de *planner*.

A partir de 2018, também passou a oferecer curso de *Media Training* para seus professores e técnicos em cargos de gestão. O intuito é que professores e gestores possam

dialogar melhor com os *media* e serem porta-vozes adequados à missão da universidade, contribuindo assim com sua imagem. A partir das experiências da primeira edição, foi elaborado um Miniguia de Relacionamento com a Imprensa³⁵ e disponibilizado no portal. O arquivo é de livre acesso e não se restringe apenas aos públicos-alvo iniciais.

Para executar suas atribuições, a Secretaria possui em seu quadro atual 30 profissionais entre jornalistas, relações públicas, revisoras, designers, produtores culturais, fotógrafos, produtor audiovisual, técnicos em administração e em informática. É relevante observar que a UnB ainda não tem uma Política de Comunicação, como outras instituições similares possuem. Todavia, em maio de 2021, foi criada uma Comissão Consultiva Permanente de Comunicação, que dentre seus objetivos está o de avaliar propostas de manuais e documentos com orientações, critérios e procedimentos da comunidade universitária no contato e relacionamento com a Secom. Portanto, a iniciativa pode ser o primeiro passo para a elaboração de políticas de comunicação, geral e específicas.

Até o momento, o principal documento orientador da atuação da Secom é o Critérios de Divulgação da Secretaria de Comunicação da UnB, de 2019. Apesar de ser esclarecedor em questões do que deve e do que não deve ser divulgado pelo setor, a publicação traz apenas orientações gerais sobre divulgações de pesquisa. Não há estabelecimento de um fluxo, de conceito ou de procedimentos específicos sobre comunicação de ciência. A Secretaria não possui um esquema de captação de pautas, a maioria chega proativamente por e-mails, redes sociais ou telefonemas de professores e, por vezes, de alunos e técnicos. Ainda assim, o volume de demandas é alto, pois a produção de diversos eventos e pesquisas na universidade é compatível com sua comunidade acadêmica de cerca de 55 mil pessoas.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. O surgimento da comunicação de ciência

Os seres humanos são dotados da capacidade de pensar e problematizar tudo que os cerca. Nós estamos sempre a questionar e tentar entender melhor o mundo no qual vivemos. Felizmente, para muitos dos questionamentos, a ciência consegue dar respostas. Porém, as respostas nem sempre são de fácil compreensão a todos. Por isso, entre quem faz a pergunta e

³⁵ Disponível em https://www.noticias.unb.br/images/Noticias/Docs/2019_miniguia_relacionamento_imprensa.pdf

quem tenta respondê-la, faz-se necessário uma comunicação clara, concisa, bem elaborada e assertiva. Não é suficiente o simples ato de transmitir uma mensagem *ipsis litteris* porque as pesquisas podem trazer respostas com resultados complexos, cheias de códigos desconhecidos do público não especialista. Para que o conhecimento possa ser propagado junto a pessoas que não têm familiaridade acerca de um determinado assunto, é preciso uma forma de traduzir, ou pode-se dizer, de simplificar a linguagem. Assim é possível a mensagem ser compreendida por um maior número de pessoas. Construir essa ponte é, também, fazer comunicação de ciência.

Devido à relevância que o assunto tomou nas últimas décadas, pode-se ter a impressão que se trata de algo novo. Todavia, conforme Gregory e Miller (2000) esclarecem, comunicar a ciência é tão antigo quanto a própria ciência: a atividade se consolidou ainda no século XV. Divulgações científicas, inclusive, se entrelaçam à invenção da prensa tipográfica. A criação de Johannes Gutenberg permitiu que a produção de documentos impressos e, posteriormente, de livros, pudessem favorecer a ampliação do conhecimento científico. Naquela época, poucas pessoas tinham acesso a tais saberes, porque eram escritos em latim erudito, uma língua que se restringia às elites intelectuais. Isso só viria a mudar no século XVII, com a chamada Revolução Científica e as transformações advindas dela. A partir de então, são desenvolvidos métodos indutivos para explicar teorias e as experimentações empíricas tornam-se a principal forma de comprovar fenômenos naturais, abandonando conceitos místicos que eram muito comuns. Mueller e Caribé (2010) relatam também que, com o intuito de tornar textos acessíveis a um número maior de pessoas, estudiosos e filósofos passaram a escrever em línguas vernáculas. Tal mudança ampliou o acesso de conhecimentos científicos à população (letrada).

Mesmo com um processo evolutivo que acabava por beneficiar a humanidade, as descobertas científicas nem sempre foram bem-vistas. E, comunicá-las, por consequência, também não. Importantes nomes da ciência sofreram represálias por desafiarem o *status quo* vigente. Galilei Galileu é um exemplo bastante conhecido. No século XVII, o astrônomo e físico italiano foi um sólido defensor da alteração de paradigma em relação à rotação dos planetas. A teoria não era nova, foi descoberta por Nicolau Copérnico mais de cem anos antes e Galileu apenas aprimorou-a. A defesa do heliocentrismo, que afirmava que a Terra girava em torno do Sol e não ao contrário (geocentrismo) foi entendida como uma afronta aos ensinamentos religiosos e aos dogmas da Igreja Católica, um dos principais poderes dominantes à época. O exemplo serve para entender que, para evitar perseguições e censuras, os cientistas, além de estudiosos de suas

áreas, precisavam ser criativos na hora de comunicar seus achados. Metáforas e analogias eram constantemente utilizadas na propagação de novas ideias e teorias, assim conseguiam evitar confrontos diretos com a Igreja.

Apesar dos empecilhos, ainda no século XVII, houve na Europa um expressivo aumento de academias de ciência, que eram encontros nos quais cientistas, nobres, eruditos, artistas e mercadores discutiam e propagavam os “saberes da ciência”. Foi nesse período que surgiu o primeiro periódico científico, o *Journal des Sçavans*, em 1665. Porém, foi no século seguinte, com o Iluminismo se intensificando na França, que realmente passaram a utilizar “a ciência como poderoso instrumento político para atacar concepções conservadoras e absolutistas sobre o poder político que se apoiavam em concepções religiosas dogmáticas da teologia católica”. (Mueller & Caribé, 2010, p. 20). Embora os ideais iluministas tenham ficado caracterizados pela tríade “liberdade, igualdade e fraternidade”, o movimento utilizou a ciência como um dos seus pilares para “iluminar” e guiar as transformações políticas, econômicas e sociais desejadas.

O século XIX foi decisivo para o crescimento exponencial da importância da ciência, sua larga compreensão e a profissionalização do ofício de cientista. No chamado “século da ciência”, cientistas começaram a demonstrar sistematicamente como suas pesquisas podiam ser úteis para a economia e a política. Foram quase 300 anos, do século XVI ao XIX, para que a ciência e expressões relacionadas deixassem de ser de uso exclusivo dos círculos eruditos. Ideias e divulgações científicas passaram a circular com cada vez mais frequência entre a população sem formação científica e foram sendo agregadas ao cotidiano popular. Essa popularização da ciência teve um grande aumento devido à educação e à alfabetização promovidas em muitos países, em especial, os europeus. Nesse sentido, ressaltam Mueller e Caribé:

A capacidade de ler e escrever da população aumentou em quase todas as nações europeias, em especial, nas áreas urbanas e, principalmente, na Inglaterra e na Alemanha. O avanço de novas técnicas de impressão e a superação do analfabetismo criaram condições propícias para a divulgação da ciência, firmando-a como força cultural influente em todos os setores da sociedade e, por excelência, como motor do progresso. Temas de interesse da sociedade eram discutidos sob uma ótica científica, num ambiente em que a religião, até então, tinha tido a última palavra. (Mueller & Caribé, 2010, p.21)

Nesta nova realidade, respeitadas periódicos foram fundados, como *The New England Journal of Medicine* (1812) e as revistas *The Lancet* (1823), *Nature* (1869) e *Science* (1880). Todos existem até hoje e gozam de grande prestígio perante seus pares e os *media*.

Com a crescente demanda de informações e a maior capacidade de absorção por conta da população letrada, surge o jornalismo científico. A especialização que buscava popularizar a ciência, de certo modo, passou a separar a divulgação científica dos cientistas. Até porque, como as investigações passaram a ser uma atividade integral, já não sobrava tanto tempo para os cientistas divulgarem-nas amplamente. Destarte, a comunicação de ciência passou a contar com a ajuda de comunicadores, em particular, dos jornalistas.

Ao chegar na era da informação, o século XX, houve uma grande expansão da tecnologia e dos meios de comunicação. O maior acesso à educação, o surgimento do rádio, da televisão e do cinema permitiram que as informações chegassem a milhões de pessoas rapidamente e em uma só transmissão/exibição. Isso fez com que a comunicação de ciência também fosse impulsionada. Contudo, foi nas últimas décadas do período e no começo do século XXI, com o surgimento da internet, que o acesso à informação aumentou de maneira excepcional. Logo, “o nível crescente de educação geral entre os cidadãos de muitos países, ou o acesso potencial ampliado das informações científicas por meio da internet, tornaram as configurações participativas mais frequentes e acessíveis hoje” (Bucchi, 2008, p.71).

Neste novo contexto de aldeia global previsto por MacLuhan (1977), as comunicações *online*, jornais, sites e plataformas especializadas de notícias científicas, como por exemplo o *EurekAlert!* e o *ScienceDaily*, proliferaram. As universidades, centros governamentais e particulares de pesquisa, laboratórios e associações profissionais, aos poucos, passaram a perceber a importância de fazer comunicação de ciência com ênfase na divulgação dentro da internet. Notaram ainda, a necessidade do profissionalismo, da amplitude e linguagem acessível. O esforço jornalístico de amoldar-se os novos hábitos de consumo de informação via internet foi adaptado também à lógica das redes sociais, que exige textos mais curtos, concisos e imagens chamativas para despertar o *click through* na notícia completa. Entretanto, conforme Entradas et al. (2020) sinalizam, a utilização de redes sociais por parte dos próprios cientistas e institutos de pesquisa ainda é tímida e, em alguns países como a Alemanha, vista com bastante desconfiança.

Conforme os séculos passavam, a tecnologia se desenvolvia e os cientistas avolumavam descobertas, a importância de comunicar ciência foi crescendo exponencialmente. Para ajudar a atingir um maior número de pessoas, profissionais de comunicação passaram a se especializar em traduzir a linguagem científica em uma mais acessível, com analogias que facilitavam a compreensão de públicos diversos. Foi possível, por exemplo, que jornalistas tornassem algo extremamente complexo como o sequenciamento da molécula de ADN em um assunto amplamente difundido no começo dos anos 2000. Já nas universidades e centros de pesquisa, as relações públicas ganharam relevância e passaram a ter função de destaque na comunicação e na construção de imagem dessas instituições. Marcinkowski et al. (2014) relatam que esta tem sido uma tendência mundial nas últimas décadas.

2.2. Utilizações adversas da ciência

Apesar dos evidentes benefícios da ciência e de sua comunicação, interesses econômicos e políticos constantemente interferem, sobrepõem-se aos princípios científicos, provocando resultados desfavoráveis e perigosos. Como já exposto no capítulo anterior e pontuado por Lamas, S.; Araújo, S.J.; Bettencourt Dias, M. e Coutinho, A.G. (2007), audiências não técnicas, como a classe política, possuem influência na definição de áreas prioritárias para o financiamento da ciência e em legislações que regulamentam a investigação científica. Quando essas e outras interferências acontecem sem discernimento suficiente sobre o tema e sem visar o bem comum, o conhecimento pode até ter resultados válidos, mas deixa de ser amplo e vetor de igualdade para ter direcionamento em prol de causas e grupos restritos. Desta forma, os resultados podem causar imensos prejuízos, gastos desnecessários e aumentar disparidades socioeconômicas e científica.

Um exemplo trazido por Pinto e Carvalho (2011) sobre a dicotomia da ciência, é o do alemão Fritz Haber (1868-1934), ganhador de prêmio Nobel de Química³⁶ devido à síntese do amoníaco a partir do nitrogênio e do hidrogênio. A descoberta passou a ser utilizada em larga escala em fertilizantes e tornou a agricultura muito mais produtiva. Sua invenção até hoje é tida como fundamental para a larga escala de produção de alimentos que o crescimento populacional mundial demanda. Porém, foi a partir de sua descoberta, e com sua participação, que foi possível a fabricação de armas químicas e explosivos durante a I Guerra Mundial (1914-1918).

³⁶ <https://www.nobelprize.org/prizes/chemistry/1918/haber/biographical/>

Um dos acidentes mais trágicos do século XX também está relacionado ao desenvolvimento da ciência, à economia e à negligência política. Na década de 1970, a energia nuclear era vista como uma fonte de energia estratégica para o regime comunista soviético, pois além dos benefícios que trazia, deixava-se de depender do petróleo e de outros países. Além de limpa e barata, era bastante produtiva³⁷, porém os resíduos radioativos precisavam ser descartados com extremo cuidado e rigor. Fruto de intensas pesquisas, a descoberta deste tipo de energia ocorreu no final da década de 1930, e a criação era considerada segura. A tecnologia empregada para sua obtenção, a fissão nuclear do urânio, era um avanço relativamente recente.

O avanço tornou-se um pesadelo em 1986. Devido a uma série de erros, um dos reatores da usina nuclear de Chernobyl, na Ucrânia, explodiu e tornou-se um terrível exemplo de como o progresso e a tecnologia mal utilizados trazem consequências nefastas para o meio ambiente e os seres humanos. A contaminação causou dezenas de mortes diretas e desencadeou diversos tipos de câncer e mutações genéticas. Mesmo após 35 anos do acidente, a cidade vizinha à usina, Pípyat, e seus arredores em um raio de 30 quilômetros, permanecem inabitáveis devido à radiação³⁸. Soma-se ao acidente a questão política. A demora dos governantes da então União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) em alertar a população e demais países sobre o ocorrido foi considerada uma conduta negligente e extremamente negativa não só para a URSS, mas para todos as nações vizinhas e mesmo as europeias que não fazem fronteira com o país. Com partículas sendo espalhadas pelo ar, em lugares mais longínquos como Canadá e Japão³⁹, foi possível detectar vestígios de contaminação.

O acidente colaborou para estigmatizar a energia nuclear até os dias de hoje. Se antes era possível atribuir maior valor às suas vantagens, ignorar eventuais consequências negativas após a tragédia ficou extremamente difícil. Inclusive, esse tipo de geração de energia foi descartado em alguns países. Antes mesmo da catástrofe na Ucrânia, Portugal já enfrentava oposição popular à adoção da fonte energética. Na década de 1970, houve manifestações contra a construção da primeira central nuclear do país em Ferrel e, após a realização de uma série de campanhas para

³⁷ <https://canaltech.com.br/ciencia/depois-de-chernobyl-entenda-como-funciona-uma-usina-nuclear-141939/>

³⁸ <https://sicnoticias.pt/especiais/chernobyl/2021-04-25-35-anos-de-Chernobyl.-As-consequencias-ainda-indeterminadas-do-pior-acidente-nuclear-da-Historia-fa6ea0a9>

³⁹ <https://pt.euronews.com/2016/04/22/nuclear-30-anos-depois-de-chernobyl-a-europa-esta-segura>

convencer a população de que a implantação era segura, a Companhia Portuguesa de Energia acabou cancelando o projeto definitivamente em 1982⁴⁰.

Matrizes energéticas é um dos assuntos que têm sido considerado crucial para o desenvolvimento dos países. Devido a limites orçamentários a que toda administração pública está sujeita, é compreensível que o financiamento estatal siga prioridades sobre quais áreas de pesquisa devem receber mais aportes e por quanto tempo. Isso porque é prerrogativa do Estado buscar desenvolver áreas que julgue mais estratégicas ou necessárias para seu povo, mas com o aval dele, ou pelo menos da maioria, no caso das democracias. Para que as decisões por parte da população possam ser mais conscientes quanto aos riscos e vantagens, o conhecimento precisa chegar por meio da comunicação.

Entretanto, há casos em que a determinação política nem sequer leva as necessidades de sua população em consideração e critérios científicos não são suficientes para justificar uma impactante mudança. Em 2011, tomadas e plugues brasileiros passaram a seguir um padrão adotado apenas na Suíça e na África do Sul⁴¹. Apesar de a adoção ter sido realizada sob a justificativa de ser um modelo mais moderno e seguro, não houve significativa diminuição nos acidentes por choque elétrico nos oito anos após a mudança⁴², nem evidências suficientes que justificassem o porquê de não ter sido adotado outro modelo, mais utilizado em outras partes do mundo. A comunicação de ciência não consegue reforçar justificativas insuficientes ou inexistentes.

Outro exemplo recorrente de interesse econômico se sobrepondo a princípios científicos, como o comunalismo, é o que ocorre na indústria farmacêutica. A influência, o prestígio e o elevado capital envolvido são critérios que contribuem para que a área receba ainda mais aportes. Quanto a tal facto, alertou Oliveira (2015):

Não podemos ignorar as diferentes capacidades que os diferentes atores têm de influenciar o processo, sendo que é sabido que quando as assimetrias de poder são

⁴⁰ Ver mais em <https://sicnoticias.pt/especiais/chernobyl/2021-04-26-35-anos-de-Chernobyl.-Em-Portugal-nuclear-nao-obrigado-cb866949>

⁴¹ Ver mais em <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/por-que-o-governo-quer-acabar-com-a-tomada-de-tres-pinos-veja-o-que-mudaria-para-voce/> e <https://www.oconsumerista.com.br/2020/02/argumento-tecnico-padrao-tomadas-usp/>

⁴² Ver mais em <https://epoca.oglobo.globo.com/tecnologia/noticia/2018/06/sete-anos-depois-quem-ganhou-dinheiro-com-tomadas-de-tres-pinos.html>

elevadas, as elites utilizam estes processos para promover seus próprios interesses, cooptando os elementos com menos poder. (Oliveira, 2015, p.50)

São investidas vultosas quantias continuamente e, mesmo quando as farmacêuticas recebem incentivos governamentais, elas registram patentes de alto valor, onerosas aos governos e às pessoas. Assim, os custos envolvidos na produção dos medicamentos rapidamente são ultrapassados e lucros são obtidos por muitos anos. Quando há contrapartida social, normalmente há contrapartidas governamentais também, como isenção ou diminuição de impostos. Há ainda casos de desenvolvimento de novos produtos, mais caros, que proporcionam efeitos semelhantes a fármacos já existentes e que custam menos justamente porque o direito de uso exclusivo expirou. Aqui há uma questão ética envolvida, pois para o cidadão, o novo medicamento será vendido como superior, ainda que seja semelhante ao antigo e não tão melhor como sua campanha de marketing tenta vender.

Para que a ciência progrida mais justa e abrangente, para que os direitos e as necessidades dos cidadãos não sejam sobrepostos a interesses econômicos e políticos, faz-se imprescindível que comunicação de ciência e ética andem juntas. Como defende Barbeiro (2007), “quando a ciência se envolve em questões éticas e sociais profundas, cabe a toda a sociedade, cientistas incluídos, a responsabilidade de determinar o seu rumo. Nas fronteiras indefinidas desta relação está a comunicação, a Comunicação de Ciência”. (Barbeiro, 2007, p.9).

2.3. A importância de comunicar ciência

Entender o mundo que nos cerca é uma das motivações para ir em busca de mais conhecimento. A partir de um entendimento mais amplo, é possível progredir em diversas áreas. A história ensina que, de diferentes formas, dois sistemas procuram, incessantemente, dar respostas aos fenômenos que nos rodeiam: a ciência e a religião. Embora um não seja necessariamente excludente do outro, há elementos que os distinguem veementemente. Enquanto a religião não necessita de provas concretas (ao menos não a todo tempo), e é marcada por dogmas, a ciência tem sua base no processo de evolução e na necessidade constante de comprovações. Partindo-se do ponto que a ciência é pautada no progresso e em mudanças frequentes e ordenadas, torna-se fundamental comunicar os seus resultados com constância e precisão.

A ciência está mais presente em nosso cotidiano do que imaginamos, e é muito mais ampla também. É comum pensar em jornalistas entrevistando cientistas e escrevendo matérias complicadas sobre alguma descoberta inédita para ser publicada com exclusividade. Talvez isso se deva a um imaginário coletivo criado a partir de entrevistas e declarações como a do físico Albert Einstein, na década de 1930 (Bucchi, 2008). Mas, comunicar ciência vai além do trabalho jornalístico. Segundo Carvalho e Cabecinhas (2004), a expressão possui múltiplos sentidos e pode ser desenvolvida por inúmeros agentes tais como governo e organismos estatais, pela própria comunidade científica, escolas e todo o sistema educativo, museus, meios de comunicação social e indústria. Também encontramos essa amplitude em Davies e Horst (2016). Para elas, comunicação da ciência é definida como:

...ações organizadas com o objetivo de comunicar o conhecimento científico, metodologia, processos ou práticas em ambientes onde os não-cientistas são uma parte reconhecida do público. Esta é uma definição ampla. Inclui apresentações da ciência nos mass media; materiais de informação destinados a pacientes ou grupos de utilizadores de tecnologias específicas; ciência em museus; festivais de ciência, eventos e oficinas; palestras e debates públicos; e ciência online e nos *media* sociais. A comunicação da ciência ocorre, portanto, em qualquer lugar. (Davies & Horst, 2016, p.4)

Um professor em sala de aula, o guia de um museu em seu dia a dia, o ministro da saúde em um pronunciamento, o médico explicando um diagnóstico e até mesmo *youtubers* a explicar curiosidades aleatórias, podem exercer comunicação de ciência. Todos propagam assuntos que envolvem embasamento científico, tornando-se emissores e corresponsáveis pelo conteúdo que disseminam.

Kunth (1992) sugere que a comunicação da ciência seja realizada de acordo com a quem se destina. Assim, seria dividida em três tipos: 1) difusão de informação científica especializada: a que ocorre entre investigadores da mesma disciplina científica; 2) difusão científica interdisciplinar, que ocorre entre investigadores, mas de disciplinas diferentes; e 3) divulgação científica, a que ocorre entre cientistas e o grande público. A partir dessa classificação, tem-se que os gabinetes de comunicação de universidades, por exemplo, ficariam encarregados basicamente de um tipo de atividade: a divulgação científica.

Como evidenciam Koivumäki, Koivumäki e Karvonen (2021), a atividade de divulgação científica tende a ser mais produtiva quando realizada dentro de um contexto no qual haja uma colaboração próxima com os cientistas, com quem os comunicadores devem construir um ótimo relacionamento. Nesta relação, os referidos autores identificaram a necessidade de uma melhor delimitação sobre as expectativas, recomendações e deveres, sobretudo por parte dos pesquisadores. Tal percepção vai ao encontro do que Yuan, Besley, e Dudo (2019) já haviam sinalizado, que como cientistas e comunicadores possuem diferentes formações (*backgrounds*), é razoável presumir diferenças no que tange aos objetivos e práticas da comunicação científica. Por isso, uma delimitação mais clara e conjunta desses aspectos se faz primordial. Para Burns, O'Connor e Stocklmayer (2003), mais importante que a definição de comunicação de ciência, é o propósito, e o definem por meio das vogais que em inglês formam o acrônimo *AEIOU*. Consciência (*Awareness*), prazer (*Enjoyment*), interesse (*Interest*), opinião (*Opinion*) e compreensão (*Understanding*) devem ser despertados e estimulados por meio da comunicação de ciência. Esses seriam norteadores para guiar o desenvolvimento de produtos e serviços que busquem difundir a ciência. Os mesmos autores defendem que, como um processo contínuo, interativo e não apenas linear, deve-se planejar objetivos de como tentar alcançar esses propósitos.

Há que se pontuar que o *ethos* científico definido por Merton (2013) é bastante útil para realizar uma comunicação da ciência mais criteriosa. O conceito envolve quatro princípios que, de acordo com o autor, devem ser obrigatórios para todos os cientistas: universalismo, comunismo, desinteresse e ceticismo. O universalismo exprime que as pesquisas científicas devem seguir critérios impessoais universais previamente estabelecidos a fim de que a verificação possa ser feita por qualquer cientista, em qualquer parte. O comunalismo ou comunismo afirma que o conhecimento é fruto de uma colaboração social, conseqüentemente, deve ser ampliado e pertencer a toda a comunidade. Este é o princípio que mais impulsiona o ato de comunicar. O desinteresse defende que motivações pessoais não podem interferir nas pesquisas e, por fim, o ceticismo é a obediência a critérios empíricos, lógicos e não subjetivos. Um comunicador bem preparado deve não só conhecer tais conceitos, mas avaliar se aquilo que está divulgando segue esse *ethos*.

Governos e instituições também devem estabelecer políticas que encorajem as relações ciência-sociedade, o que já tem sido adotado em muitos países e instituições (Entradas et al., 2020). Porém, de acordo com Weingart e Joubert (2019), ocorre das organizações e dos setores governamentais terem suas políticas afetadas pela lógica de mercado, a fim de competirem por financiamentos e atenção pública. Desta forma, é válido ressaltar que as políticas devem ser provenientes de uma construção coletiva, fruto de debates entre os diversos atores da comunicação de ciência, o que nem sempre é algo fácil ou rápido de ser fazer. Além de precisar de periódicas atualizações.

Os profissionais de comunicação que têm desempenhado uma função ímpar na disseminação de larga escala de pesquisas e novidades científicas de grande impacto. Se, há cinco séculos, o papel de divulgar normalmente partia do próprio pesquisador, com a profissionalização da atividade científica, o surgimento e fortalecimento de meios de comunicação, do jornalismo, das relações públicas e chegada das novas tecnologias, os profissionais de comunicação passaram a desempenhar um papel crucial para uma comunicação de ciência mais capacitada e estratégica. Comunicar ciência, portanto, tornou-se um processo mais abrangente e complexo. Como tal, objetivos devem ser previamente estabelecidos, o *ethos* científico seguido e mais atores estão envolvidos. Os cientistas, como principais detentores da informação a ser trabalhada pelos comunicadores, encontram diversas motivações para contribuir neste processo.

2.4. Motivações não desinteressadas

Dentre a missão dos cientistas, poder-se-ia dizer que a busca de um maior envolvimento da sociedade está no escopo e no *ethos* de suas atividades. Para Magalhães e Ruão (2018), não existe um consenso sobre o motivo que os leva a perceber que comunicar os resultados de suas investigações é tão importante. Já em estudo empírico realizado por Pinto e Carvalho (2011), constatou-se que a motivação da maioria era descomplexificar a ciência e torná-la mais acessível aos diferentes públicos. Nesse intuito, há quem defenda que “fatos científicos sem significado social, são essencialmente sem sentido e inúteis para a sociedade” (Burns, O'Connor & Stocklmayer, 2003, p. 196). Para os fatos científicos terem significado, é preciso que a sociedade seja informada e ouvida a fim de melhorar a comunicação de via de mão dupla (Grunig & Hunt, 1997) entre ela e os cientistas/as instituições de pesquisa. Dessa forma, uma maior sinergia entre a comunidade científica e a sociedade transforma o primeiro grupo em cientistas com deveres

cívicos e fomenta uma “ciência cidadã” (Oliveira, 2015) que corrobora na eficácia do processo democrático no que tange a decisões relacionadas à ciência e tecnologia (Pinto e Carvalho, 2011).

Além da troca mútua que beneficia ambos os polos e que fortalece o exercício da cidadania, existem razões pessoais atreladas ao ato de exercer a comunicação de ciência. Sentimentos como orgulho, vaidade e autorrealização estão envolvidos, mas além de serem de difícil mensuração, estão presentes em outras profissões. Entre alguns motivos não altruístas, podem ser citados: progressão na carreira, obter prestígio e reconhecimento, destacar-se entre outras áreas e departamentos, poder, atrair (mais) financiamento e legitimação para pesquisas e prestação de contas (*accountability*).

Na carreira acadêmica, realizar investigação é uma das principais formas de progredir financeiramente, destacar-se entre semelhantes e obter reconhecimento dos seus pares. Ao tempo que soam como razões plausíveis, são flagrantemente individualistas. No Brasil, professores que possuem doutorado recebem mais que os que possuem mestrado, os que possuem mestrado recebem mais do que os que possuem pós-graduação *lato sensu* que, por sua vez, recebem mais que os que têm apenas a licenciatura. Para além do acréscimo inerente ao título (e ao tempo de pesquisa atrelado a ele), aqueles que desenvolvem pesquisas aumentam as possibilidades de receber uma promoção, pois elas dão-lhes mais visibilidade para: atuar na gestão administrativa, que normalmente vem acompanhada de gratificação pecuniária; parcerias remuneradas com empresas, ganhar prêmios e distinções e realizar registro de patentes. Portanto, quanto mais tempo se passa não só pesquisando, mas atingindo bons resultados e divulgando-os, mais aumentam as chances de obter um retorno financeiro para si.

Aqueles que se comunicam com frequência, conseguem mais prestígio junto aos seus pares, aos institutos e departamentos, à própria universidade e despertam mais interesses dos *media*. O destaque pode ser determinante para a continuidade e expansão das pesquisas. Apoiando-se na notoriedade, é possível pleitear o aumento do orçamento do departamento, do número de bolsas de iniciação científica e, como consequência de um maior investimento, cresce a possibilidade de prêmios de destaque na área ou multidisciplinares. Em relação aos últimos, um efeito alertado por Marcinkowski e Kohring (2014) é que as premiações foquem na comunicação e não na qualidade da pesquisa. Ainda assim, agregaria visibilidade ao trabalho desenvolvido.

A partir do pressuposto que os pesquisadores estão sempre muito envolvidos em seus estudos, quando eles se dispõem a interagir com um público mais abrangente, o ato já desperta interesse. Se o tema contiver critérios de noticiabilidade como relevância, novidade, proximidade, notoriedade e atualidade (Traquina, 2005), aumentará a chance de cobertura por parte dos *media*. Conseguir pautar o tema na imprensa pode ser considerada uma forma de reconhecimento que gera valor para si e para a instituição onde é realizada a pesquisa. Evidenciar o trabalho para mais pessoas por meio dos *media*, legitima e enaltece o próprio esforço.

A divulgação *mediática* é bem pertinente para a obtenção de recursos (Bucchi, 1998) e estratégica na ascensão profissional e social dos cientistas. Em paralelo, aqueles que optam por essa exposição, recebem críticas de colegas que julgam que a divulgação nesses meios colabora para a distorção ou redução do trabalho científico. Para os mais críticos, ao fazerem essa divulgação, também acabam por tirar a seriedade dos assuntos. Essas e outras questões foram bem contextualizadas por Pinto e Carvalho (2011):

Enquanto alguns pensam que a ciência deve ser apenas partilhada através de artigos científicos revistos pelos pares e criticam os colegas que a divulgam ao público, outros vêem a cobertura mediática como algo insignificante e vulgar que vai contra a ideia do cientista humilde e dedicado ao seu trabalho por amor à ciência. Há também cientistas que garantem não ter tempo ou habilidade para divulgar os seus resultados. Outros acreditam que se enveredaram por uma carreira mediática podem comprometer a sua integridade profissional. Finalmente, há cientistas que receiam que o público se aproprie dos seus resultados científicos e os distorça, ou ainda que fique demasiado entusiasmado pelo lado errado da “história”. (Pinto & Carvalho, 2011, p.72)

A influência que a notoriedade proveniente dos *mass media* traz, transforma-se em um micropoder dentro da instituição, e macro, diante de públicos externos. Este poder influencia processos decisórios em diferentes âmbitos. Pesquisadores e comunicadores que realizam divulgações frequentes, aumentam a possibilidade de receber convites para participar de eventos e consultorias diversas, à medida que isso acarreta popularidade ao departamento e aos grupos de pesquisa dos quais participam. Quem publica mais artigos científicos e os têm referido em

outros artigos subsequentes torna-se referência e ganha distinção. Desse modo, certamente tornam suas opiniões e conhecimento mais disputados no assunto que lhes é afeito.

Como muitas pesquisas são financiadas por dinheiro público, é de se esperar a prestação pública de contas, isso quando, por lei ou por contrato, já não é exigida. Mesmo quando os investimentos advêm de fontes privadas, a transparência dos recursos é estimulada, bem-vista por *stakeholders* e favorece a imagem organizacional. Inclusive, ao fazerem isso, obrigatoriamente ou de forma voluntária, os cientistas contribuem para a almejada relação de comunicação de mão dupla, mais simétrica com os públicos (Grunig & Hunt, 1997). Assim, a *accountability* é uma justificativa recorrente para cientistas realizarem divulgações.

Há ainda motivos para os cientistas nem sequer comunicarem. Pinto e Carvalho (2011) elencaram alguns deles como a já citada vulgarização dos *media*; a falta de tempo e de habilidade dos cientistas, registradas também por Koivumäki et al. (2021); o medo da incompreensão por parte do público; do julgamento por parte dos pares (gastar tempo para comunicar pode ser visto como supérfluo); ter que dar justificativas a mais pessoas; provar a relevância do estudo, visto que muitos não são de aplicação imediata; e até a oposição que a pesquisa pode suscitar.

As razões para se comunicar ciência aqui apresentadas não pretendem ser exaustivas, mas apenas exprimir que seus fatores não agem desinteressadamente. Porém, entre motivos particulares e comunitários, tem-se firmado que é indispensável comunicar os avanços científicos a públicos cada vez maiores e provocar o engajamento deles. Até porque “quaisquer que sejam as motivações, a verdade é que um número cada vez maior de cientistas manifesta vontade de comunicar publicamente” (Pinto e Carvalho, 2011, p.74) e as consequências benéficas disso possuem maior peso.

2.5. Profissionais de comunicação e pesquisadores

A profissionalização na comunicação de ciência dentro das universidades tem sido uma crescente, conforme já observaram Trench (2017) e Peters et al. (2008). As perspectivas e a necessidade de um bom e estratégico relacionamento entre os comunicadores, em especial as relações públicas, e os cientistas foram abordadas por Van Dyke e Lee (2020). O desenvolvimento desse relacionamento é essencial para tornar a comunicação de ciência mais eficaz, e, para isso,

Koivumäki et al. (2021) reforçaram que se deve definir os papéis de cada um e superar desafios evidentes.

Como já visto, para os cientistas justificarem a comunicação de seus trabalhos, o bem-comum pode se desdobrar em motivações que

...se centram na questão da disseminação científica e da legitimação da ciência, salientando a relevância de divulgar ciência e promover a cultura científica para a captação de alunos, mas também o desejo de descomplexificar a ciência, a vontade de fascinar o público com a ciência produzida e mostrar a importância/utilidade daquilo que se está a pesquisar junto da comunidade. (Oliveira & Carvalho, 2015, p.170)

As autoras defendem a comunicação de ciência como algo que deve ser parte da cultura, à semelhança da arte e da música, tão presentes no cotidiano. Pinto e Carvalho (2011) lembram que “após o período de formação escolar, os *media* constituem o principal ponto de ligação do cidadão comum com a ciência, contribuindo para a tomada de conhecimento e formação de opinião sobre o conhecimento científico e as suas aplicações” (Pinto & Carvalho, 2011, p.70). Logo, para a propagação de informação, os *media* continuam desempenhando um papel imprescindível. Contudo, já não estão só, Schäfer e Fähnric (2020), Entradas et al. (2020) e Koivumäki et al. (2021), atentaram para a ascensão das plataformas digitais e mídias sociais na comunicação de ciência, embora suas formas de consumo sigam sendo um desafio, algo previsto antes por Carvalho e Cabecinhas (2004).

Nos dias atuais, o mais comum nas instituições brasileiras de ensino superior é a interação que Pinto e Carvalho (2011) chamam de “trinómio cientista-comunicador-jornalista”. Nesta relação, o comunicador intermedeia o processo de informação entre o cientista e o jornalista. Para além, o comunicador também produz a informação a ser divulgada em canais institucionais como o *website* e as redes sociais. Mesmo com a inclusão de um terceiro indivíduo (o comunicador) no processo de divulgação, é válido ressaltar que os cientistas não ficaram alijados da responsabilidade de comunicar que tanto desempenharam no passado, eles continuam sendo “agentes cruciais dos processos de comunicação pública em torno de ciência e de tecnologia” (Pinto & Carvalho, 2011, p.66). Inclusive, muitos continuam se comunicando diretamente com os *media* até porque, uma vez que os jornalistas conseguem seus contatos, guardam-nos e voltam a

consultá-los sem necessariamente passar pelo comunicador. Marcinkowski et al. (2014) mencionam uma prática “de reforço” bastante comum na Assessoria de Imprensa da Secom/UnB: a opinião ou o conhecimento dos cientistas são solicitados para compor uma matéria e assim imprimir mais seriedade e legitimidade ao texto.

O cientista passou a buscar no comunicador a excelência de uma técnica que, por vezes, lhe falta, embora isso não o torne menos exigente quanto à forma de comunicar e sua execução. Há pesquisas que demoram anos para exprimirem um simples indício de resultado. É compreensível que haja preocupação em transformar um extenso estudo em uma única matéria a ser publicada em um *website*, por mais sério e especializado que seja. Ademais, o ônus e bônus do trabalho da mídia não são novos, a dicotomia foi mencionada por Semir (2000):

...embora a crescente atenção à ciência por parte da mídia seja um passo positivo, existe o perigo de que, nesse processo, o progresso científico seja banalizado. A importância de uma descoberta não é avaliada da mesma forma na imprensa leiga e no mundo científico, nem todas as observações científicas são relatadas no momento em que são descobertas. (Semir, 2000, p.127)

É recorrente, portanto, que, após a produção de textos feitos pelo jornalista (ou até mesmo pelo comunicador), os cientistas façam questão de ter acesso ao escrito antes da veiculação. Embora os cientistas possam ter mais confiança nos profissionais da casa, o intuito é o mesmo: verificar se o relato foi corretamente interpretado, bem como os dados fielmente entendidos e reproduzidos. Não raro, opinam quanto a elementos que acreditam que podem ser aperfeiçoados, mesmo quando isso não compõe sua expertise. Ainda que o comunicador bem atue em sua função, a demasiada simplificação, o exagero (sensacionalismo midiático) ou a distorção da informação são queixas que aparecem com frequência entre as reclamações de cientistas direcionadas aos *media* (Carvalho & Cabecinhas, 2004). A relação de proximidade entre comunicador e cientista é muito maior do que aquela que se tem com o jornalista, algo corroborado pelo estudo de Marcinkowski et al. (2014), afinal, parte-se do princípio que comunicador e cientistas estão sob os mesmos interesses de suas organizações. Já o jornalista trabalha para outra parte, com interesses não necessariamente convergentes, embora na teoria de Traquina (2005), a busca desinteressada da verdade sirva para guiar o ensino da profissão de jornalismo.

Mesmo que efeitos negativos possam ocorrer da interação com os jornalistas, é inegável a importância de se continuar a estabelecer canais abertos com os eles. Isso porque o que leva muitos cientistas a comunicarem suas investigações, sob a ótica otimista, é o bem comum e o benefício que seus trabalhos podem gerar para o maior número de pessoas. E os *media* contribuem sobremaneira para a informação alcançar mais gente. Embora o estereótipo de cientistas que falam apenas com os comunicadores, mas não com jornalistas (Gregory & Miller, 2000) continue a existir, o suporte *in house* reflete uma maior confiança e estímulo em relação à comunicação externa. O alicerce foi particularmente notado no papel de relações públicas por Marcinkowski et al. (2014) e Koivumäki e Wilkinson (2020), mas pode ser estendido a demais profissionais de comunicação que atuem nessa intermediação⁴³.

A troca, a proximidade e a boa relação entre cientista e comunicador são primordiais para garantir o máximo de fidedignidade aos resultados encontrados pelo primeiro, sem prescindir das habilidades do segundo. Marcinkowski et al. (2014) e Besley et al. (2021) reforçam a importância de os cientistas perceberem *expertise* e se sentirem bem apoiados pelos comunicadores. O estabelecimento de uma relação de confiança e seguridade é uma forma de gerar mais cooperação entre ambas as partes. Quando os profissionais de comunicação atuam em instituições ou centros de pesquisa, ao divulgarem um conteúdo, precisam considerar diversos públicos e fatores porque o material acaba por competir com outras notícias e muitas podem ter impacto mais imediato no cotidiano do cidadão, como as sobre política, economia e entretenimento. Ao mesmo tempo, há plataformas de nicho onde circulam diversas informações com mais riqueza de detalhes sobre pesquisas concluídas ou em desenvolvimento. Nestes ambientes, há também a necessidade de se destacar em meio a outras notícias igualmente interessantes e direcionadas a uma audiência mais seletiva.

Aqueles que trabalham com a comunicação de ciência precisam conseguir atuar em ambos os meios, geral e específico. Para isso, devem planejar e utilizar diferentes técnicas para obter um alcance satisfatório dentro do almejado. Assim, o interessante é que comunicador e cientista façam um planejamento em conjunto. Metas e objetivos precisam ser definidos com

⁴³ No Brasil, além das relações públicas, jornalistas podem atuar como assessores de comunicação, assim como publicitários.

clareza e isso só é possível com o apoio da comunidade científica (Besley, 2020). Cientista e comunicador devem chegar a um denominador comum tendo como horizonte a melhor compreensão dos públicos atuais e potenciais. Como Van Dyke e Lee (2020) pontuaram, esse trabalho conjunto afeta favoravelmente as práticas de comunicação científica.

Em alguns países há consenso que comunicar ciência é um dever dos cientistas (Peters, 2013), em outros, essa incumbência não é assim percebida (Koivumäki et al., 2021), nem tipificada em leis ou em programas governamentais. Assim, se essa atividade é um dever ou não, acaba por ser algo regional ou até institucional. Ainda que existam as consequências humanitárias e financeiras em se promover o conhecimento científico, perduram algumas resistências dos cientistas em comunicar. Um fator-chave para estimular a vontade deles é a forma como a universidade incentiva tal prática (Marcinkowski et al., 2014) e o relacionamento com a área de comunicação (Koivumäki & Wilkinson, 2020). A cultura e políticas organizacionais têm influência no modo que os pesquisadores encaram a missão de comunicar e, com isso, gerar engajamento.

Nas universidades, o ideal é que a colaboração e as atribuições de comunicadores e pesquisadores estejam previstas nas políticas institucionais, uma vez que os esforços dos cientistas em se comunicarem são influenciados por como eles percebem o desejo de sua universidade estar visível nos *media* (Marcinkowski et al., 2014). Quanto mais essa aspiração esteja permeada no *modus operandi* da instituição, mais chances de influenciar os cientistas a criarem o hábito de se comunicarem mais e melhor. Porém, não basta só ter algo como um manual sobre “como fazer...”, com as melhores condutas e exemplos-modelo. Consoante Besley (2020) defende, as organizações e sua comunidade científica precisam dar mais prioridade a planejar e implementar esforços estratégicos para comunicar ciência. Ou seja, definir aonde se quer chegar e em que momento, para se conseguir avaliar a efetividade das ações concluídas.

Comunicador e cientista trabalhando de forma coesa e constante, seguem em prol de resultados semelhantes para si e para a instituição na qual trabalham, inclusive na busca de reconhecimento e prestígio. Porém, as definições de tarefas e a interação estratégica entre eles nem sempre estão claras e estudos sobre essas questões são recentes e pontuais. Van Dyke e Lee (2020) destacaram a necessidade de mais estudos sobre como comunicadores e cientistas podem trabalhar juntos para engajar favoravelmente a prática de comunicação científica e a

criação (ou atualização) de políticas sobre o assunto. O estudo de Koivumäki et al. (2021) mostra que rotinas simples e responsabilidades claras, organizadas pelos profissionais de comunicação, potencializariam o trabalho de divulgação (online) de grupos de pesquisa. Concomitantemente, a considerar o cenário digital e interativo, foi constatado por Entradas et al. (2021) a relutância de cientistas em darem mais credibilidade às redes sociais e, conforme mencionado por VanDyke e Lee (2020), de um uso mais extensivo delas por parte das organizações para comunicarem com o público não especialista.

O *feedback*, tão presente nas redes sociais, é um fator que compõe a eficácia de qualquer boa comunicação. Como Burns et al. (2003) exemplificam, até a televisão e o rádio, que foram modelados como processos de comunicação linear simples, são afetados pelo retorno da audiência. Esse retorno não deve ser subestimado mesmo em situações pontuais. Uma nova interpretação de um problema por alguém externo a uma investigação, por exemplo, pode trazer uma solução até então impensada. Por se estar muito próximo e familiarizado ao objeto de estudo, pode ser mais difícil enxergar novas perspectivas, além de existirem condicionamentos limitadores, pressões e interesses internos. Uma opinião externa, portanto, consegue com mais facilidade ser autêntica e imparcial. Ainda de acordo Burns et al. (2003), esse retorno, o *feedback*, contribui para desenvolver as habilidades de comunicação dos cientistas. Há dúvidas que naturalmente ocorrem às pessoas que não participam das pesquisas desenvolvidas e explicar a elas é uma forma de aperfeiçoar a capacidade de compreensão, de argumentação e de aumentar o senso crítico e a criatividade.

É válido ressaltar a mudança de paradigmas que se tem do público e de seu envolvimento com a comunicação de ciência. Conforme Oliveira e Carvalho (2015) descrevem, os modelos conceituados por Trench (2017) se diferenciam de acordo com o nível de interação. Apesar dos três modelos coexistirem até hoje, fica claro que houve uma espécie de evolução no que tange ao *feedback* e à participação. No primeiro, a tese do déficit, na década de 1960, a disseminação do conhecimento era apenas *top-down* (de cima para baixo, do cientista para a sociedade). Em seguida veio o modelo do diálogo, quando foi incluído o sentido *bottom-up* (de baixo para cima), a sociedade passa a interagir com os cientistas, até chegar ao modelo da participação, na década de 1990. Neste último, os sentidos são múltiplos e há mais espaço para diálogo entre o produtor da informação e o público em geral. As pessoas aqui não são consideradas ignorantes ao

conhecimento que lhes é passado, como no primeiro modelo. Há de se considerar os repertórios cultural e social adquiridos. Esse modelo vai ao encontro do modelo simétrico de duas mãos de Grunig e Hunt (1984), que caracteriza as melhores práxis de relações públicas. O objetivo aqui é semelhante ao modelo da participação: ambas as partes alcancem compreensão mútua.

Para Afonso (2008), o processo informacional relativo à comunicação de ciência está inserido em um contexto ainda maior. É parte vital da democracia:

Numa sociedade democrática é fundamental levar até aos cidadãos conhecimentos sobre ciência e tecnologia que invadam as suas vidas, de forma a permitir moldar o seu hoje e o seu futuro, para que possam compreender, criticar e desenvolver as ferramentas para fazer face às suas escolhas individuais. (Afonso, 2008, p. 21)

Logo, quanto mais informações acessíveis e confiáveis temos a respeito de um assunto que exija pesquisas para sua comprovação, principalmente quando não temos familiaridade com ele, mais seguros ficamos em tomar uma decisão. Para uma compreensão mais ampla possível, é essencial que os dados estejam em uma linguagem clara e sem jargões. Compactuando com a ideia de VanDyke e Lee (2020), é crucial a utilização de modelos de comunicação que incorporem diálogos e participação autênticos e que se esforcem por construir confiança e significado partilhado. Essa é a forma mais ética e eficaz para se alcançar resultados, tanto para os comunicadores quanto para a comunidade científica.

O intuito de tornar as atividades científicas mais próximas ao cidadão é também estratégico para a continuação da própria ciência e de mais investimentos na área. Por meio de um bom relacionamento, “a participação dos cidadãos permite e facilita uma melhor aceitação de novas aplicações e tecnologias, concorrendo para a construção de uma maior confiança nos cientistas e nas instituições onde as mesmas são geradas” (Oliveira & Carvalho, 2015, p.162). Quando ocorre a aceitação e a maior confiança nas instituições de pesquisas, as duas partes ganham. As novas aplicações e tecnologias possibilitam benefícios, seja para um grupo específico ou para toda população. A construção de uma relação de confiança resulta em uma opinião pública favorável, que contribui para atrair mais financiamento para pesquisas e reflete na imagem e na reputação da instituição. Esses propósitos servem para guiar a comunicação de ciência dos comunicadores.

Se por um lado o envolvimento da sociedade na comunicação de ciência é tido como ideal e necessário para ampliar a democracia, tão fundamental quanto é o mútuo trabalho e a compreensão entre comunicadores e cientistas acerca das responsabilidades dessa tarefa inerente à ciência. Faz-se indispensável uma política bem estruturada e participativa, com conceitos, diretrizes e parâmetros, e um planejamento com objetivos e metas construídos conjuntamente. Tais definições proporcionam um trabalho mais efetivo e otimizado para todos os públicos envolvidos, sejam eles leigos ou os próprios cientistas. Para mensurar a efetividade de possíveis mudanças e os seus reflexos na percepção da comunicação de ciência e na imagem institucional, deve-se avaliar a opinião dos envolvidos antes e depois da adoção de novos procedimentos.

2.6. Imagem institucional das universidades

Construir e manter uma imagem institucional coerente com a missão e os valores é importante para qualquer organização. Embora o conceito de imagem tenha surgido ligado ao *marketing* de grandes empresas e marcas, como fica evidente em Kotler e Keller (2006), é inegável que o seu caráter institucional se expandiu para todo tipo de organização, inclusive as não comerciais. Pode-se atribuir essa ampliação à elevada importância dos *stakeholders* (públicos externos e internos) no bom funcionamento, manutenção, desenvolvimento e na sobrevivência das instituições.

Por muito tempo, o principal instrumento para disseminação da imagem foi o uso de propaganda em mídia de massa: rádio, televisão, jornal e revistas. Embora esta forma de divulgação continue a existir e a ter força, muitos estudos já comprovaram que para atingir os diferentes públicos e projetar uma imagem positiva são necessárias estratégias diversas. Para as instituições de pesquisa, vale a máxima que a forma mais eficaz de conseguir visibilidade midiática e a atenção do público é comunicar novos resultados de investigação e de conhecimentos científicos.

Há a particularidade que “as organizações científicas ocupam uma posição especial, uma vez que são obrigadas a satisfazer os objetivos políticos de comunicação científica da sociedade, ao mesmo tempo promoverem os seus interesses organizacionais” (Schäfer & Fähnric, 2020,

p.144). Instituições como as universidades públicas se encaixam nesse duplo perfil. Para promoverem seus interesses, dificilmente utilizam propaganda paga. Porém, certamente precisam projetar uma boa imagem perante a sociedade para continuar sua missão de ofertar ensino gratuito de qualidade, obter mais recursos do governo, pois nem sempre educação superior é uma prioridade, principalmente em tempos de recessão econômica, e conseguir o apoio de empresas privadas para realizar mais projetos e pesquisas independentes. Entende-se por imagem o que se projeta de algo e, em sequência, o que é entendido pelas pessoas sobre a projeção. É construída no cotidiano e ao longo do tempo, não é imediata, sendo resultado de um processo que deve ser planejado e que carece de constante fluxo de informações. Nas organizações, está relacionada aos serviços, produtos e a atributos físicos e simbólicos. Pode-se dizer que é “a soma total do conhecimento, sentidos e impressões acerca de uma actividade, atitude ou serviço de uma empresa, marca ou produto. A imagem não representa apenas a qualidade real, mas também a qualidade imaginada ou atribuída” (Kennedy citado em Ruão, 2018, p.203/204). Para Argenti e Forman (2002), o alinhamento entre a identidade e a imagem dá origem à reputação.

Há de se considerar questões importantes na formação da imagem e alheias à vontade da organização. A principal delas é a subjetividade que, por sua vez, está relacionada a vários outros fatores.

A subjetividade é responsável pela possibilidade de diferentes percepções da mesma imagem por diferentes pessoas num dado momento. As referências culturais, contexto histórico e geográfico e o conhecimento adquirido são determinantes na percepção individual, na leitura, que cada indivíduo se permite fazer desta ou daquela organização. (Sousa, 2006, p.180)

Destarte, como Simões (1995) e Van Riel e Fombrun (2010) também defendem, a imagem é a percepção da realidade por um determinado conjunto de pessoas. Não é possível controlar totalmente o processo de apropriação de um significado, entretanto, a instituição consegue emitir mensagens e informações que corroboram para “controlar e estruturar a percepção dos públicos, minimizando as diferenças individuais dos seus membros” (Simões, 1995, p.201).

Mesmo que a percepção seja bastante subjetiva, projetar uma determinada representação ou transmitir mensagens-chave para o público-alvo a fim de manter a imagem são tarefas possíveis com a ajuda de estratégias de comunicação. A interseção com a comunicação de ciência foi

defendida em Schäfer e Fähnric (2020): “ambas as pesquisas de comunicação científica e análises estratégicas de comunicação podem mostrar formas de melhoria, tais como um planejamento mais claro dos objetivos estratégicos e dos públicos-alvo e uma reflexão cuidadosa sobre condições estruturais e interesses organizacionais” (Schäfer & Fähnric, 2020, p.146).

A comunicação organizacional por sua vez, engloba, de acordo com Kunsch (2003), um mix, um composto de comunicação: institucional, mercadológica, interna e administrativa. Todas devem ser integradas, sinérgicas e convergentes com a missão, ou seja, o que a organização é, faz e quais seus propósitos. Ao ter o mix de comunicação de Kunsch (2003) como referência no auxílio da construção da imagem institucional, deve-se lembrar que o que será informado precisa ser feito de maneira a adaptar o conteúdo e os meios aos *stakeholders*. Por exemplo, a comunicação mercadológica e a interna podem comunicar um mesmo conteúdo, o lançamento de um novo produto, mas com objetivos, *timing* e públicos completamente distintos.

Deve-se ainda levar em consideração que mesmo públicos diferentes se influenciam e podem intercambiar de posição. Diante de uma experiência de uso, um cliente pode mostrar a um funcionário um novo aspecto sobre um produto. Em um prisma semelhante, um funcionário pode ser consumidor de um serviço de sua empresa ou influenciar alguém com seu conhecimento mais técnico que não foi destacado na comunicação mercadológica. Portanto, o que se pretende comunicar e que contribui para a imagem institucional, pode ser feito com base na divisão proposta pelo mix de comunicação e as peculiaridades de cada um dos itens que o compõe.

Enquanto as assessorias ou gabinetes de comunicação de instituições privadas se envolvem com marketing para a captação de novos alunos, na universidade pública brasileira essa preocupação e, conseqüentemente, a comunicação mercadológica, dificilmente é realizada. Alguns conceitos provenientes do mercado podem ser adaptados e utilizados, mas essas instituições são bastante concorridas por serem gratuitas, terem muitos cursos com as mais altas notas de avaliação do Ministério da Educação (MEC)⁴⁴, e muitas possuem notável reputação como centros de ensino e pesquisa. Desse modo, não se preocupam em aumentar o número de inscrições em seus processos seletivos. Por outro lado, a aplicação e distribuição de recursos é mais cobrada pelo governo, que as financia, e pela sociedade, que indiretamente, por meio do

⁴⁴ Ver <https://www.una.br/blog/avaliacao-do-mec-como-e-feita-e-por-que-ela-e-importante/>

pagamento de impostos, também as mantêm. Nesta conjuntura, os demais tipos de comunicação que compõem o mix, ganham maior relevância e precisam ser ainda melhor executados.

Além da importância da comunicação organizacional na construção da imagem institucional, é preciso que demais elementos estejam possibilitando o que Van Riel (2013) chamou de alinhamento: uma relação mutuamente proveitosa para os públicos e a instituição. Para isso, é preciso que a organização conheça as expectativas e comportamentos dos diferentes públicos com que interage. Magalhães e Ruão (2018) reforçam que as organizações têm muitos públicos-alvo e para cada um, uma imagem. Portanto, embora possa não existir uma única imagem, o setor de comunicação deve saber qual projetar para cada público.

A qualidade de produtos e serviços é extremamente importante e reverbera na imagem institucional. Em universidades, é de se esperar o investimento na qualificação dos professores e técnicos, o que reflete nos serviços prestados aos alunos e à comunidade local e, conseqüentemente, um melhor relacionamento, que também reflete nessa imagem. Inclusive, em uma análise exploratória citada por Vieira, Barros, Freitas e Silva (2013), as principais variáveis apontadas para indicar a qualidade dos serviços prestados por uma instituição de ensino superior no Brasil foram a capacidade didática do professor em sala de aula, a excelência do conteúdo das disciplinas e a qualidade de atendimento ao aluno. É evidente que, em mercados de ofertas semelhantes, investir no relacionamento interpessoal e em sua manutenção a longo prazo alavanca o diferencial de uma instituição. Isso se aplica sobremaneira ao público interno, pois “as empresas também precisam conhecer as atitudes dos empregados, seu comportamento e grau de apoio aos objetivos estratégicos” (Van Riel, 2013, p.8).

2.7. A comunicação de ciência na UnB

Assim como a maioria das instituições federais de ensino superior (IFES) brasileiras, na Universidade de Brasília, o público interno é composto por estudantes, professores e técnicos administrativos. Há ainda os funcionários terceirizados, mas seus vínculos legais são com suas respectivas empresas, que são contratadas para serviços específicos como de limpeza, jardinagem e segurança. Os contratos são por tempo limitado, o que significa uma maior rotatividade. Destarte, os docentes e os técnicos administrativos são os representantes com elo mais estável, constante e próximo da instituição e, conseqüentemente, divulgadores mais propícios da imagem

institucional. Ambos os segmentos têm vínculo formal com a universidade (prestam concurso de provas para ingressar em suas funções), desenvolvem contato mais intenso e duradouro entre si e conduzem e coordenam os serviços direcionados a outros *stakeholders* (discentes, terceirizados, *media*, empresas, governo e sociedade).

Os professores são os responsáveis pela condução de pesquisas e frequentemente têm auxílio dos alunos no desenvolvimento, na execução e, por vezes, na coautoria. Na UnB, não há canais exclusivos de comunicação para os funcionários, ou seja, os servidores (docentes e técnicos-administrativo). Por conseguinte, docentes que desempenham papel de pesquisadores também não possuem um canal exclusivo e não recebem treinamento a visar o estímulo da comunicação da ciência. É comum este grupo manter contato com outros pesquisadores de suas respectivas áreas por meio de associações e entidades regionais, nacionais e internacionais, congressos e eventos específicos, mas não entre pesquisadores de diferentes áreas da própria universidade. Este é um público latente e disperso, que não encontra na instituição um suporte comunicacional para ser mais unido.

A comunicação realizada pela Secretaria de Comunicação da UnB é voltada para a comunidade acadêmica, mídia e sociedade em geral. Dois produtos são específicos de divulgação científica, o site UnB Ciência⁴⁵ e a revista Darcy⁴⁶, porém a última também inclui matérias de jornalismo cultural, como sua própria descrição lhe apresenta. O site Notícias⁴⁷ também divulga pesquisas, normalmente ligadas a algo factual. Não há uma clara distinção para que as pessoas entendam a divisão entre o que é publicado no UnB Ciência e no UnB Notícias. Para nenhum dos três meios é desenvolvida uma divulgação direcionada aos pesquisadores.

Em 2017 e 2018, quando da realização dos cursos de *Media Training* da universidade voltados para gestores e professores, da qual a autora desta investigação participou como coordenadora, ficou perceptível a necessidade de mais contato entre a Secom e esses públicos. Daquela época até o ano do início deste trabalho, não foi possível identificar um relacionamento sistemático e periódico com os pesquisadores. Inclusive, alguns deles participaram do curso em

⁴⁵ www.unbciencia.unb.br

⁴⁶ www.revistadarcy.unb.br

⁴⁷ www.noticias.unb.br

2018 e, em geral, é um público que costuma ser das principais fontes de matérias, tanto da mídia como das produzidas pelos jornalistas da Secretaria. Também constatei que não havia nenhum levantamento sobre as expectativas desse público em relação à comunicação de ciência, à percepção que eles têm sobre o tema e à forma como é realizada pela Secom.

A UnB tem construído parte de sua imagem por meio de sua história: os ideais de sua criação, os propósitos inovadores e ousados para a época, a resistência contra o regime militar. Esses importantes fatos servem como bagagem histórica, mas para se sobressair em meio a mais de 60 universidades públicas federais que também realizam ensino, pesquisa e extensão, além das milhares faculdades particulares, é preciso focar em aspectos atuais também e relacionamentos que garantam ainda mais projeção no cenário local e nacional. A proximidade física com o alto escalão político e suas interseções sempre chamaram atenção, porém são feitos como os números e qualidade de pesquisas desenvolvidas que conseguem traduzir produtividade, comprometimento e benefícios à população. Esses números refletem ainda em *rankings* que, por sua vez, revelam a qualidade da instituição por estados, países e regiões geográficas.

Por mais que *rankings* devam ser interpretados sempre dentro de contextos, os posicionamentos neles agregam valor à organização e é uma preocupação da atual administração superior. Isto fica evidente em recente ato da reitoria que criou a Comissão Consultiva Permanente de Comunicação⁴⁸. Embora não haja menção à comunicação de ciência ou relacionamento com os cientistas, entre os objetivos da comissão está "propor novas formas de divulgação das ações de ensino, pesquisa e extensão da Universidade de Brasília, de modo a dar agilidade e amplitude à publicação de informações de interesse de toda a comunidade universitária e contribuir para a melhoria dos indicadores acadêmicos da UnB".

Comunicar ciência tem sido usado para promover positivamente a imagem perante muitos públicos. Segundo Entradas et al. (2020), os poucos estudos sistemáticos relacionados a comunicação pública organizacional, realizados em gabinetes de relações públicas de universidades e de instituições de pesquisa europeias, focaram em comunicação de ciência para a mídia. Tais estudos apontaram para uma crescente orientação no sentido de construir reputação

⁴⁸ Ato da Reitoria n°0493/2021, disponível em <https://noticias.unb.br/76-institucional/5081-alternativas-para-a-comunicacao-institucional-da-unb-continuam-em-debate>

e imagem através de descobertas científicas, além da autopromoção dos cientistas. Qualquer que seja a circunstância, para construir e difundir a imagem desejada, a atuação da área de comunicação é essencial, e o alinhamento com os pesquisadores, imprescindível. O processo deve ser executado em conjunto, pois quem mune os comunicadores de conteúdo são os cientistas. Estes, por sua vez, precisam ter a comunicação como uma de suas prioridades, mesmo que não a executem. É notório, portanto, que “a construção de uma imagem positiva e valorizadora da ciência e dos cientistas só acontece com uma comunicação eficaz” (Ruão, 2018, p.197).

2.8. Problemática da investigação

Embora o conceito de que a comunidade científica se beneficia da expertise dos profissionais de comunicação não seja algo novo (Borchelt & Nielsen, 2014), poucas pesquisas têm abordado a percepção dos cientistas sobre a comunicação de ciência e a relação deles com os comunicadores dentro da mesma organização (Marcinkowski et al., 2014; Entradas et al., 2020; Besley, 2020; Schäfer & Fähnric, 2020). Quando se trata de universidade, espaço no qual comunicar ciência é apenas uma das tarefas dos comunicadores, os estudos existentes são recentes e pontuais. Esta pesquisa se assemelha e se inspira àquela previamente realizado por Besley et al. (2021) nos Estados Unidos, porém, entre as diferenças está a amostra muito maior, visto que são mais de dois mil e quinhentos professores como universo da pesquisa. A intersecção de uma relação simétrica de duas mãos entre cientista e comunicador junto com a comunicação organizacional e estratégica também é escassa na literatura (VanDyke & Lee, 2020).

Se em países com a comunicação de ciência mais desenvolvida essas questões não têm sido tão problematizadas, no Brasil, onde o assunto é menos sistematizado e sem regulações, tais estudos são inusuais. Em contraste, o país se destaca entre aqueles cujas organizações científicas mais usam as redes sociais para divulgar ciência (Entradas et al., 2020). O presente estudo faz-se particularmente relevante em um país de dimensões continentais e que possui mais de 300 universidades públicas, as quais são consideradas produtoras de conhecimento, e dezenas de instituições de pesquisa de grande porte.

A Universidade de Brasília é uma instituição pública de ensino de grande porte com uma comunidade acadêmica acima de 50 mil pessoas, e 2.594 mil docentes (do quadro permanente)

que atuam em pesquisas⁴⁹. Destaca-se por sua história, proximidade com o centro decisório do governo (na capital do Brasil), por estar constantemente bem colocada em *rankings*, possuir mais de 600 grupos de pesquisa e ser muito requisitada pelos *media* locais e nacionais (mais de 30.000 atendimentos à imprensa registrados em 2020⁵⁰). Além disso, é o local de trabalho da condutora da pesquisa, que ao longo de mais de cinco anos exercendo suas funções de relações públicas, reparou a falta de um planejamento que tenha como foco a comunicação de ciência.

VanDyke e Lee (2020) já haviam mencionado a possibilidade de investigar as formas como as organizações, em especial as universidades, tentam construir relações com o público interno. A considerar que pesquisador e comunicador compõem o mesmo público interno de uma universidade e que também são agentes no processo de informação e divulgação da ciência, a relação entre ambos é estratégica para garantir um processo de informação mais eficaz e efetivo. A colaboração mútua torna viável gerar efeitos significativos para ambos e para a instituição. Soma-se aqui a oportunidade de depreender se a imagem institucional percebida pelos cientistas é a mesma projetada pelos comunicadores.

O foco individual no cientista pode ser de grande ajuda em algumas situações (Besley, 2020), como o desenvolvimento de suas habilidades, estímulo e atualização delas. Mas há de se considerar que o papel das organizações na comunicação científica tornou-se mais importante em relação às iniciativas individuais e às respostas à mídia (Entradas et al., 2020). Até porque os cientistas “não atuam meramente como representantes da ciência, mas frequentemente também representam os seus interesses organizacionais específicos, tais como o de legitimar os objetivos da sua organização enquanto competem com outras organizações pela atenção pública, legitimidade e reputação” (Schäfer & Fähnric, 2020, p.138). Compreender como os cientistas pensam a comunicação científica seria uma forma de ajudar os investigadores de comunicação a orientarem melhor os cientistas, outros comunicadores que atuam na área (Besley et al., 2021) e a própria organização. Acrescenta-se a intenção de confirmar ou refutar a hipótese de que “uma razão potencial para que poucos cientistas façam uso das competências em comunicação científica é provavelmente o acesso limitado a peritos em comunicação nas suas organizações” (Besley, 2020, p.158).

⁴⁹ Anuário Estatístico da UnB 2020: Disponível em: <https://anuario-estatistico-unb-2020.netlify.app/geral.html#total-de-docentes-ativos-da-unb-por-grau-de-titula%C3%A7%C3%A3o-2019>

⁵⁰ Relatório interno da Secom 2020

Pelo exposto até aqui, buscou-se demonstrar a importância das comunicações da ciência, organizacional e direcionada, e dos pesquisadores como um público interno de grande importância, inclusive na formação da imagem institucional. Este trabalho buscou levantar as impressões dos cientistas quanto à comunicação de ciência, ao trabalho desenvolvido pela Secretaria de Comunicação da Universidade Brasília (Secom/UnB) e como isso influi na imagem institucional. Para auxiliar a consecução do estudo, foi feita também uma análise das divulgações científicas da Secom.

2.9. Objetivos e questões de pesquisa

É fundamental dar mais atenção à parte de compreender como ajudar os cientistas a cooperar com os profissionais de comunicação (Besley et al. 2021). Portanto, o objetivo principal é identificar como os cientistas da UnB percebem a comunicação de ciência e como a divulgação científica é realizada pelo principal órgão de comunicação da instituição, a Secretaria de Comunicação. Esse objetivo se desdobra em quatro: 1) sistematizar e analisar a forma que a Secom tem divulgado a ciência produzida na Universidade de Brasília; 2) conhecer e analisar como os pesquisadores da instituição percebem as divulgações científicas da UnB; 3) inferir a relação da imagem institucional com a comunicação de ciência, sob o ponto de vista dos pesquisadores; e 4) diagnosticar pontos de aprimoramento para um relacionamento melhor entre os envolvidos e uma comunicação de ciência estratégica e assertiva.

Subobjetivo 1

Levantar e analisar as matérias nos sites UnB Ciência, UnB Notícias e nas redes sociais (Twitter, Facebook e Instagram) sobre ciência realizadas pela Secom durante um período de seis meses a fim de traçar o perfil comunicativo do órgão.

Questão 1: Qual a proporção entre as grandes aéreas das pesquisas divulgadas?

Q.2: Qual a proporção de matéria sobre pesquisas e os outros assuntos?

Q.3: Quais as quantidades de acesso/gostos/compartilhamentos/comentários?

Q.4: Quantos pesquisadores são entrevistados em cada matéria?

Subobjetivo 2

Aferir o conhecimento e interesse dos pesquisadores acerca da comunicação de ciência, a percepção sobre as divulgações científicas online realizadas pela Secom, o grau de confiança e de satisfação em relação ao trabalho dos comunicadores da Secretaria.

- Q.1: Qual a sua familiaridade com a comunicação de ciência?
- Q.2: Qual o nível de interesse no assunto?
- Q.3: Com que frequência realiza comunicação de ciência?
- Q.4: Motivos para não exercer a comunicação de ciência?
- Q.5: Qual o nível de conhecimento acerca das divulgações de ciência da Secom/UnB?
- Q.6: Qual a média de consumo de conteúdo produzido pela Secom?
- Q.7: Quantas vezes/ano contactou a Secom?
- Q.8: Quantas vezes/ano foi contactado(a) pela Secom?
- Q.9: Qual o grau de confiança no trabalho de comunicação de ciência realizado pela UnB?
- Q.10: Qual o grau de satisfação com o trabalho de divulgação científica da Secom?

Subobjetivo 3

Identificar como os cientistas percebem a imagem institucional da UnB perante a sociedade, se a relacionam com a comunicação de ciência e se acreditam que esta comunicação está diretamente ligada à imagem institucional.

- Q.1: Como percebem a confiança da sociedade na UnB?
- Q.2: A comunicação de ciência está diretamente ligada à imagem institucional?
- Q.3: A comunicação de ciência afeta a imagem institucional?
- Q.4: Empreender mais esforços na comunicação de ciência, melhora a imagem institucional?

Subobjetivo 4

A partir dos subobjetivos I, II e III, avaliar a necessidade de uma comunicação de ciência (mais) estratégica, assertiva e mútua, como ideal no modelo simétrico de duas mãos de Grunig e Hunt (1984). Lembrando que, conforme VanDyke e Lee (2020), conceitos como a construção de relacionamento, diálogo e participação são cruciais para este modelo.

- Q.1: De que forma os comunicadores podem melhorar a comunicação de ciência na UnB?

Q.2: De que forma os pesquisadores podem melhorar a comunicação de ciência na UnB?

Q.3: Como o relacionamento mais próximos entre pesquisadores e comunicadores pode refletir em uma melhor comunicação de ciência?

3. METODOLOGIA

A investigação pode ser definida “como um processo sistemática e intencionalmente orientado e ajustado tem em vista inovar ou aumentar o conhecimento num dado domínio” (Ketele & Rogiers, 1993, p.104). Já segundo Campenhoudt et al. (2019), especificamente em ciências sociais, a investigação destina-se a:

(...) compreender melhor os significados de um acontecimento ou de uma conduta, a fazer inteligentemente o ponto de situação, a captar com maior perspicácia as lógicas de funcionamento de uma organização, a reflectir acertadamente sobre as implicações de uma decisão política, ou ainda a compreender com mais nitidez como determinadas pessoas apreendem um problema e a tornar visíveis alguns dos fundamentos das suas representações” (Campenhoudt et al., 2019, p. 22).

O presente estudo conjuga as definições dos autores acima e se enquadra na segunda de Ketele e Rogiers (1993): no contexto geral, busca-se aumentar o conhecimento sobre a comunicação de ciência. No contexto específico, identificar como a comunicação de ciência é realizada por um setor de comunicação, compostos por profissionais da área, e como ela é percebida por um importante público interno, os pesquisadores, dentro de uma das principais universidades do Brasil, a Universidade de Brasília.

A região Centro-Oeste, onde está inserida a UnB, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínuo 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁵¹, é aquela que possui a maior taxa de escolarização do nível superior. Tal número relaciona-se diretamente ao ensino, mas reflete também na ciência, uma vez que, para as universidades federais brasileiras, o ensino, a pesquisa e a extensão são indissociáveis. Já a comunicação de ciência é essencial também para aumentar a importância das pesquisas científicas no cenário

⁵¹ Informações disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/>

brasileiro. Porém, dentro das próprias instituições parece haver pontos de entrave entre os principais produtores de informação científica: os investigadores e os comunicadores.

Consoante já mencionado no item 2.7, a pesquisa parte de uma fase de observação até mesmo prévia à desenvolvida aqui. A autora, por exercer suas atividades há mais de cinco na Secom, junto à experiência profissional anterior na área de relações públicas, identificou que havia uma lacuna na comunicação de ciência dentro da universidade. Todavia, esse hiato não era diagnosticado, apenas sentido em ações, falta de definições e atividades do dia a dia. A impressão era que a UnB, uma instituição com centenas de projetos de pesquisas simultâneos, poderia dar mais destaque às pesquisas e à ciência que desenvolve. Além disso, não há uma forma organizada e sistemática da comunicação de ciência ocorrer.

Apesar de haver um considerável esforço da parte da equipe de comunicação da Secom em manter uma constante divulgação científica, não há um conhecimento sobre as iniciativas de comunicação dos pesquisadores nem sobre a percepção deles em relação ao empenho da Secom neste quesito. Assim, a problemática pode ser sintetizada na pergunta “Como a comunicação de ciência é realizada pelos pesquisadores da Universidade de Brasília, de que forma eles percebem as divulgações científicas realizadas pela Secretaria de Comunicação e como relacionam essa temática à imagem institucional?”

Para responder à questão e lograr a consecução dos objetivos apresentados no capítulo 2, item 2.9, foram utilizadas metodologias quantitativa e qualitativa. Como também explicam Ketele e Rogiers (1993), é possível enquadrar esta investigação como de natureza exploratória, pois busca familiarizar-se com uma situação ou fenômeno, descrevê-lo e analisá-lo. O estudo de caso é o método utilizado e as técnicas de recolha de dados são de cariz multimetodológico: a observação participante, a pesquisa documental e o inquérito por questionário. Já as técnicas de análise constituíram-se em análises estatísticas e de conteúdo.

Este trabalho utiliza a lógica indutiva, ou seja, parte-se do específico para conclusões que podem ser generalizadas, no caso, aplicadas a instituições congêneres. Além disso, tem a intenção de proporcionar uma aplicação prática posterior, uma vez que, identificadas situações adversas, inclusive entre comunicadores e pesquisadores, ambas as partes poderão ter acesso aos

resultados apresentados e poderão dar direcionamentos e elaborar planejamentos e mudanças no sentido de priorizar ou melhorar a comunicação de ciência. Partindo dos pressupostos que toda grande mudança começa de dentro para fora, tais iniciativas poderão também refletir na melhora da comunicação de ciência com os demais públicos da comunidade acadêmica e da população em geral.

3.1. O estudo de caso

Para o desenvolvimento da dissertação, o estudo de caso foi o método utilizado, que se caracteriza por ser “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p. 32). Já Coutinho (2021) define que “a característica que melhor identifica e distingue esta abordagem metodológica, é o facto de se tratar de um plano de investigação que envolve o estudo intensivo e detalhado de uma entidade bem definida: o caso” (Coutinho, 2021, p.335).

Trata-se, portanto, de um trabalho que busca compreender a realidade de um fenômeno peculiar, mas que pode ser análoga a de outras universidades, em especial, as públicas brasileiras. É uma investigação empírica dentro de um sistema limitado que se baseia em dados quantitativos e qualitativos. O recorte foi motivado devido à proximidade profissional da autora com o objeto de estudo, como exposto anteriormente.

3.2 Instrumentos de recolha de dados

A recolha de informação é uma etapa que se baseia na necessidade de compreender melhor o objeto. De acordo com Coutinho (2021), trata-se de saber “o que” e “como” colher os dados, e deve ser útil para compreender o fenômeno a ser estudado. Para Ketele e Rogiers (1993), as informações são coletadas com as seguintes funções: detectar necessidades, tomar decisão, melhorar desempenhos, resolver problema, circunscrever um fenômeno, dentre outras. As técnicas aqui adotadas pretenderam desempenhar, em certas partes e limitações, essas funções. Foram reunidos dados sobre hábitos, comportamentos, representações e opiniões.

Em um estudo de caso é normal utilizar várias técnicas de recolha de dados. Este concentrou-se em três: observação participante, pesquisa documental e o inquérito por

questionário. Entrevistas individuais e grupos focais foram descartados uma vez que não foi possível identificar pessoas-chave, de perfil aglutinador, ou lideranças que pudessem bem representar os pesquisadores de várias áreas. Além disso, para deixá-los mais à vontade, visto que a pesquisadora faz parte da equipe da Secom, foi avaliado que questionários sem necessidade de mediação poderiam gerar maior participação e respostas mais francas.

Como não poderia deixar de ser, os três instrumentos utilizados guardam pertinência direta com o objetivo e subobjetivos da pesquisa. O questionário aplicado aos pesquisadores, a pesquisa documental das divulgações científicas e a observação participante foram empregados de forma a serem essenciais para a consecução de respostas aos questionamentos previamente definidos.

3.2.1. Observação participante

Devido a atuação da autora na Secom, esta foi a técnica mais natural do processo de investigação. É também a de mais difícil comprovação, pois trata-se de uma observação qualitativa, não estruturada e espaçada ao longo de cinco anos e meio de atuação profissional contínua. Baseia-se naquilo que foi visto, ouvido e vivenciado ao longo deste período. Campenhoudt et al. (2019) defendem a importância de o investigador impregnar-se do contexto a ser estudado por um longo período.

Para os supracitados autores, a observação é especialmente adequada “à análise não verbal e daquilo que ele revela: as condutas instituídas e os códigos de comportamento, a relação com o corpo, os modos de vida e os traços culturais, a organização espacial dos grupos e da sociedade, etc” (Campenhoudt et al., 2019, p. 270). Desta forma, a técnica foi decisiva ao longo do desenvolvimento da dissertação e, em especial, em outros instrumentos de recolha e de análise, como o estabelecimento dos critérios da pesquisa documental e na estruturação do questionário.

3.2.2. Pesquisa documental

“A característica dos dados secundários e documentais é não terem sido produzidos pelo próprio investigador e, por conseguinte, não se apresentarem, necessariamente, de um modo que corresponda às necessidades da investigação” (Campenhoudt et al., 2019, p.274). Neste estudo,

os dados secundários são provenientes de publicações da Secom e foram interpretados de modo a traçar o perfil comunicativo da Secretaria de Comunicação da UnB no que tange à divulgação científica. Yin (2001) defende que o uso destes tipos de documentos (secundários) serve para corroborar e valorizar evidências de outras fontes. Destarte, através da separação, identificação, categorização e exame das publicações, foi possível delinear características sobre a comunicação de ciência e relacionar esses resultados com outros. Para acompanhar esta técnica de recolha, a análise de conteúdo foi imprescindível.

Com o intuito de traçar o perfil, foi feito o levantamento de todas as publicações online originalmente realizadas pela Secom para divulgar pesquisas e afins por um determinado período. Foram selecionadas as matérias do site UnB Notícias relacionadas ao tema, assim como os *posts* no Facebook, Twitter e Instagram, e todas as matérias do site UnB Ciência. Também foram consultados documentos internos que pudessem conter direcionamentos quanto à comunicação de ciência. A escolha da quantidade de tempo, seis meses, foi suficiente para uma real noção de como a divulgação de ciência da universidade, realizada pela Secom, é praticada. Já a escolha do período, de setembro de 2020 a fevereiro de 2021, deve-se a ser relativamente recente e não tão próximo ao início da pandemia de Covid-19 (março 2020), quando muitas notícias giraram em torno apenas desse assunto.

3.2.3. Inquérito por questionário

Ketele e Rogiers (1993) definem “o termo inquérito no sentido de um estudo de um tema preciso junto de uma população, cuja amostra se determina a fim de precisar certos parâmetros” (Ketele & Rogiers, 1993, p.35). Coutinho (2019) explica que inquérito se divide em dois tipos: entrevista ou questões apresentadas por meio de um formulário, o questionário. Essa autora defende que o último é um meio rápido e eficiente de obtenção de dados, além de ser utilizado quando se visa obter uma grande quantidade de respostas.

Questionário, então, é uma ferramenta padronizada e extremamente útil para colher muitas informações sobre comportamentos, práticas e opiniões de uma determinada população e, a partir desses dados, compreender um fenômeno social (Campenhoudt e al, 2019). Apesar de poder ser respondido em alguns minutos, a elaboração do questionário é um processo complexo. Demanda tempo, pesquisa bibliográfica, conhecimento do objeto de estudo, do público-alvo e

definição de objetivos. Antes da criação do questionário propriamente, foi feita uma tabela de operacionalização das questões com base em literaturas existentes e na observação participante. Foram incluídas as dimensões, indicadores, variáveis e categorias. As questões foram construídas com linguagem simples, buscando que o entendimento das perguntas fosse facilmente compreensível e sem ambiguidades.

Quando o questionário é enviado por meio eletrônico, a administração é direta, ou seja, o inquirido é responsável por preenchê-lo, sem intermediações. Uma das vantagens da não mediação é que o inquirido não se constrange ou intimida, como pode ocorrer em uma entrevista individual. O envio a uma maior quantidade de pessoas também oportuniza uma maior participação, não se restringindo a apenas algumas pré-selecionadas.

A seleção de amostragem foi a probabilística, que significa que o universo (todos os docentes-pesquisadores) tiveram a mesma chance de se tornar amostra (de responder o questionário). Por mais que o questionário tenha um cariz quantitativo, o cruzamento com os resultados das demais técnicas de recolha e com a bibliografia, permitiram correlações qualitativas. Este foi um instrumento de recolha determinante para a consecução da pesquisa.

3.3. Técnicas de análise de dados

Métodos e seus respectivos procedimentos intermedeiam um processo de reflexão entre investigador e os materiais, é o que afirmam Campenhoudt et al. (2019). Ketele e Rogiers (1993) ressaltam o papel decisivo da inferência em dar sentido às informações e às conclusões. Portanto, após a coleta de dados, é necessário medir quantidades, frequências, interpretar, refletir, inferir e, por fim, concluir. Isso é feito por meio da triangulação de métodos quantitativos e qualitativos. Nos dois itens a seguir estão apresentadas as técnicas de análise utilizadas nesta pesquisa.

3.3.1. A análise de conteúdo

De acordo com Campenhoudt et al. (2019), análise do conteúdo é o estudo do implícito. Por meio da categorização, organização e interpretação, torna-se viável desvendar uma parte daquilo que está latente. Assim, a análise de conteúdo consiste em compilar as informações recolhidas de forma ordenada, metódica, e “agrupá-las por temas pertinentes de acordo com as hipóteses, compará-las umas com as outras e relacioná-las, ou ainda, organizá-las de acordo com

uma estrutura que lhes dê um sentido (...)" (Campenhoudt et al., 2019, p.323). Já Coutinho (2021), a define como

...um conjunto de técnicas que permitem analisar de forma sistemática um corpo de material textual, por forma a desvendar e quantificar a ocorrência de palavras/frases/temas considerados "chave" que possibilitem uma comparação posterior, ou, tomando as palavras de Marshall e Rossman (1989, p.98), "é uma forma de perguntar um conjunto fixo de questões aos dados de modo a obter resultados contáveis." (Coutinho, 2009, p.217)

Com os resultados balizados por indicadores, é possível uma série de inferências, e essa seria intenção da análise de conteúdo, de acordo com Bardin (2016). As inferências dizem respeito ao contexto no qual os dados são produzidos, a quem produz o conteúdo e àqueles a quem se destina.

É também Bardin (2016) quem indica que o processo de análise deve se realizar três etapas: 1) a pré-análise, que envolve a escolha do material, formulação das hipóteses (opcional), dos objetivos e a elaboração de indicadores); 2) a exploração do material, conforme regras previamente definidas; e 3) tratamento dos resultados, ou seja, as interpretações e inferências. Ela defende ainda que, na análise documental, deve-se extrair "o máximo de informação (aspecto quantitativo) com o máximo de pertinência (aspecto qualitativo)" (Bardin, 2016, p.51). A ter todos os conceitos apresentados em consideração, foi feito um recorte temporal que garantisse, dentre outras regras preceituadas por Bardin (2016), a homogeneidade (mesmo tema, mesma técnica de recolha) e a representatividade (o conjunto total, o universo) dos meios que seriam analisados.

A equipe da Secretaria de Comunicação é responsável pela produção de conteúdo de sete meios distintos: o site UnB Notícias, o site UnB Ciência, ambos hospedados no portal da universidade, a revista Darcy, a *newsletter* UnB Hoje (atualmente apenas enviada por e-mail) e as três maiores contas da instituição nas redes sociais, a saber: Facebook, Twitter e Instagram. O recorte abrangeu apenas as mídias originalmente online ou específica de divulgação científica. A decisão de não incluir a revista e a *newsletter* decorre de suas características destoantes dos demais, por serem idealizadas originalmente em formato impresso, embora também disponibilizadas online, e terem uma frequência bem menor (a Darcy é quadrimestral e o UnB Hoje, semanal). Apesar da frequência de publicação do UnB Ciência não ser de segunda a sexta-

feira como os demais analisados, sua finalidade é exclusiva para divulgação de pesquisas, logo, o peso da função foi maior que o da periodicidade.

Por fazer parte da equipe da Secom, obtive facilmente alguns números como os de quantidade de acessos às matérias do portal (sites Notícia e Ciência), assim como dados estatísticos das redes sociais. Os dados foram coletados no mês de junho de 2021. Os indicadores foram definidos pela pesquisadora e adaptados a cada meio. As categorias estão dispostas abaixo e, os dados a partir delas, nos anexos de 1 a 5. Os resultados, o que foi possível interpretar e inferir, são apresentados no capítulo 4.

UnB Notícias – Número, Número no mês, Mês, Data, Título, Número total de acessos, Área de conhecimento, Grande área* de conhecimento, Quantidade de caracteres, Número de pesquisadores entrevistados, Gênero, Foto pesquisador (a), Menção a grupo de pesquisa/projeto, Quantidade de imagens, Gráficos, Atualização posterior à publicação, Pedido de financiamento, Relação com covid-19 e Fase do estudo.

UnB Ciência – Número, Número no mês, Mês, Data, Título, Número total de acessos, Área de conhecimento, Grande área* de conhecimento, Quantidade de caracteres, Número de pesquisadores entrevistados, Gênero, Foto pesquisador (a), Coautores (estudantes, parcerias com institutos, etc.), Menção a grupo de pesquisa/projeto, Imagens totais, Gráficos, Atualização posterior à publicação, Pedido de financiamento, Relação com covid-19 e Fase do estudo.

Facebook – Número, Número no mês, Mês, Data, *Post*, Pessoas alcançadas, Engajamento, Reações, Comentários, Compartilhamentos, Grande área de conhecimento, Proveniente do Notícias ou Ciência, Data de publicação no site, Imagem repetida.

Twitter – Número, Número no mês, Mês, Data, *Tweet*, Impressões, Engajamento, Curtidas, Comentários, *Retweet*, Grande área de conhecimento, Proveniente do Notícias ou Ciência, Data de publicação no site, Imagem repetida.

Instagram – Número, Número no mês, Mês, Data, *Post*, Alcance, Curtidas, Comentários/respostas, Compartilhamentos, *Story* ou *Feed*, Cliques no link, Grande área de conhecimento, Proveniente do Notícias ou Ciência, Data de publicação no site, Imagem repetida.

3.3.2. Análise do questionário

O inquérito por questionário foi criado com base nos objetivos do estudo, sejam eles o de entender a percepção dos cientistas sobre a comunicação de ciência em geral, sobre a que a Secom realiza e a relação com a imagem institucional. O formato online foi escolhido por três motivos: a facilidade de aplicação (o universo do público-alvo era relativamente grande, mais de 2.500 pessoas), a suspensão das atividades presenciais devido à pandemia de covid-19 e o anonimato das respostas, que deixa os pesquisadores mais à vontade. As perguntas foram divididas em cinco blocos, seguiram uma estruturação lógica e critérios de clareza e concisão. Uma vez que o questionário seria aplicado no final de semestre letivo (devido à covid-19, o primeiro semestre acadêmico de 2021 estava terminando oficialmente em novembro e não em junho/julho, como de costume), optou-se ainda mais por perguntas objetivas e fechadas.

O questionário foi constituído por 28 questões, sendo 27 fechadas e obrigatórias e 1 opcional e aberta. Foram 23 perguntas de única resposta e 4 de múltiplas respostas (3 em que poderiam ser marcadas até duas, 1 com até três marcações possíveis). Foi elaborado na plataforma do *Google* chamada *Formulários* e o *link* dele enviado por e-mail junto com uma explicação sucinta. O texto continha a breve apresentação da pesquisadora e do questionário, no que consistia a pesquisa, sua finalidade, a importância de responderem, o tempo médio de preenchimento, a garantia do anonimato e o prazo de resposta.

Importante expor que foi considerado que todos os professores são pesquisadores pois o Decanato de Planejamento, Orçamento e Avaliação Institucional (DPO), setor encarregado dos dados oficiais da universidade, orientou formalmente que realizar pesquisa é tarefa indissociável das atividades dos professores da UnB. Logo, o universo da pesquisa teria que ser o total de professores ativos e com vínculo permanente na instituição: 2.594 docentes, de acordo com o anuário estatístico 2020 da UnB³². Ainda assim, tanto no cabeçalho do questionário, quanto no texto do e-mail, ficou evidenciado que a pesquisa era direcionada aos docentes pesquisadores da universidade.

³² Disponível em: <https://anuario-estatistico-unb-2020.netlify.app/geral.html#total-de-docentes-ativos-da-unb-por-grau-de-titula%C3%A7%C3%A3o-2019>

O primeiro envio do *link* do questionário foi por meio de uma lista de distribuição para professores, no dia 26 de outubro de 2021. No dia seguinte, foi enviado a departamentos/institutos/faculdades e centros e-mail com pedido que repassassem a pesquisa aos respectivos pesquisadores associados. Por fim, foi enviado e-mail diretamente a cada um dos docentes. Como são muitos e há limites de envio para que o disparo não seja automaticamente caracterizado como *spam* (propaganda indesejada), foram enviados e-mails nos dias 3, 4 e 5 de novembro e nos dias 8 e 9 de novembro. O intervalo maior serviu para evitar o fim de semana, período em que as chances de o e-mail ser ignorado poderiam aumentar. O período total em que o instrumento esteve disponível, desde o primeiro envio até a data limite de preenchimento, foi de 15 dias (26 a de outubro a 9 de novembro de 2021). Todos os envios partiram do meu endereço de correio eletrônico institucional profissional, inclusive, para imprimir mais seriedade e credibilidade ao inquérito. No cabeçalho do questionário também foi disposto um pequeno texto com a apresentação da pesquisa e da pesquisadora como estudante de mestrado da Universidade do Minho e servidora da Secom/UnB, o nome da orientadora e, novamente, a garantia do anonimato.

O questionário, como foi disponibilizado, está no anexo 6 e obteve um total de 306 respostas. A considerar a população e a amostra, o nível de confiança é de 95% (margem de erro 5%). Foram recebidos cerca de 16 e-mails parabenizando a iniciativa e/ou dando um retorno que a pessoa havia respondido. É válido salientar que, embora os resultados sejam eminentemente quantitativos, é possível relacioná-los às abordagens qualitativas.

4. ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES CIENTÍFICAS

A principal forma da Secretaria de Comunicação propagar ciência junto à comunidade acadêmica é por meio de divulgações online. A ter isto em conta, foram analisados os conteúdos relacionados a pesquisas e ciência publicados nos sites UnB Notícias, UnB Ciência e nos perfis administrados pela Secom no Facebook, Twitter e Instagram. A análise foi circunscrita a um período de seis meses, de setembro de 2020 a fevereiro de 2021.

A busca de pautas científicas não é realizada de forma pró-ativa ou sistemática junto aos pesquisadores. O processo pode ser considerado aleatório, com cientistas mais conscientes sobre

a importância da comunicação de ciência enviando sugestões de pauta para a Secom de acordo com seus resultados ou premiações. Não há um procedimento específico sobre como e o *timing* que as pesquisas devem ser divulgadas, porém, há um documento interno norteador sobre os meios em que elas podem ser divulgadas: é o Critérios de Divulgação da Secretaria de Comunicação da UnB – 2019⁵³, que será referido aqui também como CDSC. Essa espécie de manual explica um pouco sobre alguns serviços da unidade e indica quais as formas de divulgação possíveis para cada assunto. Há também a indicação do que não vale divulgação, ao menos não pela Secom. Via de regra, os critérios são aplicados a todas as sugestões de pauta que chegam.

Uma consideração importante é que a análise temporal da amostra selecionada foi realizada no período que o mundo seguia sendo afetado pelo vírus SARS-COV-2. A pandemia de covid-19, iniciada em março de 2020, começou a ter seus efeitos abrandados a partir de setembro de 2021. Assim, muitas pesquisas giraram em torno do tema e de seus efeitos diretos e indiretos, e, na Universidade de Brasília, isso não foi diferente.

4.1. UnB Notícias

De acordo com os critérios de divulgação, a definição do site UnB Notícias é:

Dentro do portal da UnB, a página www.noticias.unb.br reúne as principais notícias sobre a Universidade. Nela são divulgadas notícias factuais, como eventos, reuniões administrativas, editais de processo seletivo de ingresso, entre outros. Busca-se oferecer textos com equilíbrio, credibilidade e confiabilidade, obedecendo à premissa do direito à informação como requisito básico da cidadania, e atendendo aos princípios do jornalismo de formar e informar. (CDSC, 2019, p.6)

O referido site é a parte do portal que abrange as principais e as mais diversas notícias da instituição. São divulgadas matérias novas de segunda a sexta-feira e, até outubro de 2021, a página inicial (*landing page*) do portal trazia até seis notícias destacadas em formato de carrossel horizontal, vide figura 3. Como mostra a figura 4, as matérias são dispostas por ordem cronológica e catalogadas sob nove temáticas: Ensino, Esporte e cultura, Comunidade e extensão, Informes, Internacional, Pesquisa e inovação, Saúde, Títulos e homenagens e Institucional.

⁵³ Disponível em <https://www.noticias.unb.br/secom>, opção Critérios de Divulgação.

gov.br CORONAVÍRUS (COVID-19) Órgãos do Governo Acesso à informação Legislação Participe Acessibilidade

Universidade de Brasília

INSTITUCIONAL VIDA ACADÊMICA PESQUISA E INOVAÇÃO CULTURA E SOCIEDADE SERVIÇOS ESTUDANTE DOCENTE TÉCNICO

COVID-19 UnB em ação

TODOS CONTRA A PANDEMIA

Repositório armazena informações sobre projetos e produtos da UnB

NOTÍCIAS

Consulta
à Comunidade
Acadêmica

CONSULTA À COMUNIDADE ACADÊMICA
Registre a sua opinião e ajude a UnB a seguir avançando!

DARCY
CENTENÁRIO DE
PAULO FREIRE
EDIÇÃO Nº 26

EDIÇÃO Nº 26 DA REVISTA
Darcy celebra em profundidade os cem anos de Paulo Freire

COVID-19
FCE e HUB criam método para identificar variantes

FCE e HUB criam método para identificar variantes

Figura 3: *Printscreen* da página inicial do portal da UnB (www.unb.br) em outubro de 2021



Figura 4: *Printscreen* do site UnB Notícias (www.noticias.unb.br) em outubro de 2021

No período analisado, foram publicadas 264 notícias, sendo 51 de divulgação científica, o que representa quase 1/5 do total. Entre 10 e 14 de junho de 2021, datas da coleta de dados, foram contabilizados 100.393 acessos a essas 51 notícias, uma média de 1.968 acessos por matéria. A predominância foi das áreas de Ciências da Vida e Humanidades, com 21 e 19 matérias respectivamente, o que representa 41% e 37% do total, e 78% juntas. À divisão de grandes áreas de pesquisa estabelecida pela Secom somam-se Ciência Exatas (10% - 5 matérias) e Artes e Letras⁵⁴ (2% - 1 matéria). Algumas continham temas gerais ou envolvendo diversas áreas, por isso foi criada a classificação “Institucional”, que teve 5 matérias (10%). O gráfico 1 traz a visualização dessa divisão.

⁵⁴ Ver tabela 1 com os assuntos/temas de todas as áreas.

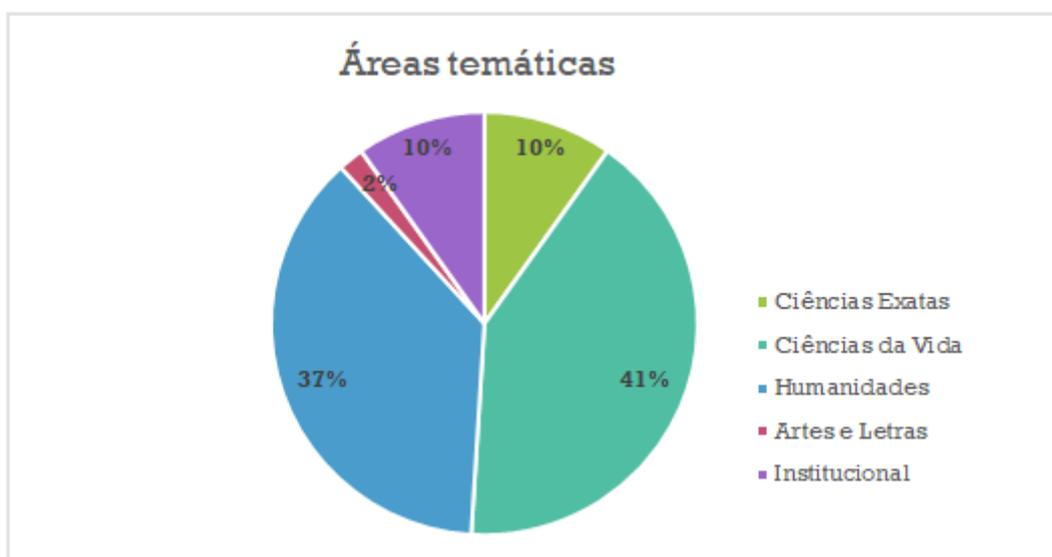


Gráfico 1: divisão das matérias publicadas no UnB Notícias por grandes áreas temáticas

Como já mencionado, o período de análise ocorreu durante os efeitos da covid-19 e mais da metade das matérias estiveram ligadas ao assunto. Foram 29 relacionadas ao vírus, direta e indiretamente, e outras 22 com temas diversos e sem relação à doença. Portanto, 57% do total girou em torno do assunto. Algo de se esperar tendo em vista que a pandemia afetou tanto a universidade quanto as áreas de pesquisa, não só na UnB, mas praticamente todas as instituições de pesquisa do mundo. As matérias também foram utilizadas para divulgar a necessidade de mais auxílio financeiro. Um terço delas continham tal pedido explicitamente, como mostra o gráfico 2, e todas com essa característica estavam relacionadas à covid-19.

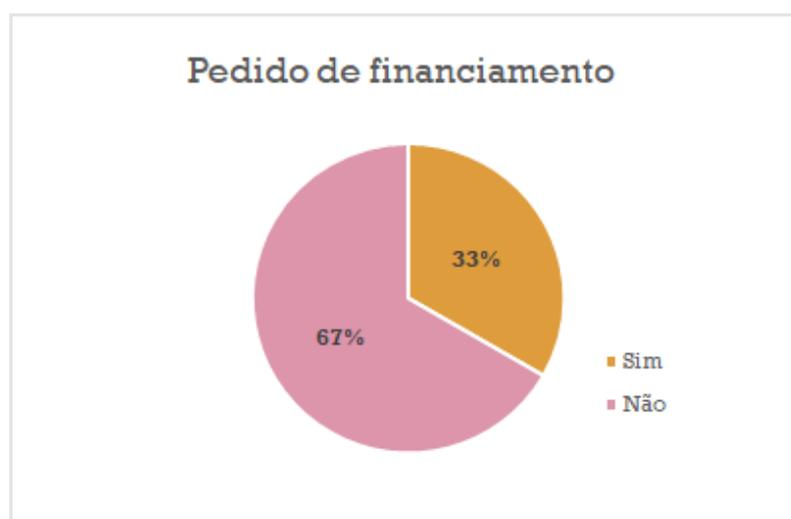


Gráfico 2: matérias do UnB Notícias com pedido explícito de (mais) financiamento

A média de caracteres foi de 4.394 por notícia, cerca de 2 mil menos que a média das matérias do UnB Ciência, o que pode reforçar a ideia de que no último as publicações são mais aprofundadas. Ao todo, foram 69 pesquisadores-docentes entrevistados nas 51 matérias, na maioria delas (36 de 51) apenas um como fonte, 13 tiveram dois e duas matérias tiveram 3 ou mais entrevistados. Logo, as divulgações costumam ser centralizadas em uma pessoa. Isso pode ocorrer por conta da praticidade do comunicador que redige o texto ou mesmo uma organização interna dos pesquisadores que encabeçam a investigação, pois 76% das matérias mencionam que além do entrevistado, há outro(s) pesquisador(es) ou grupos de pesquisa envolvidos.

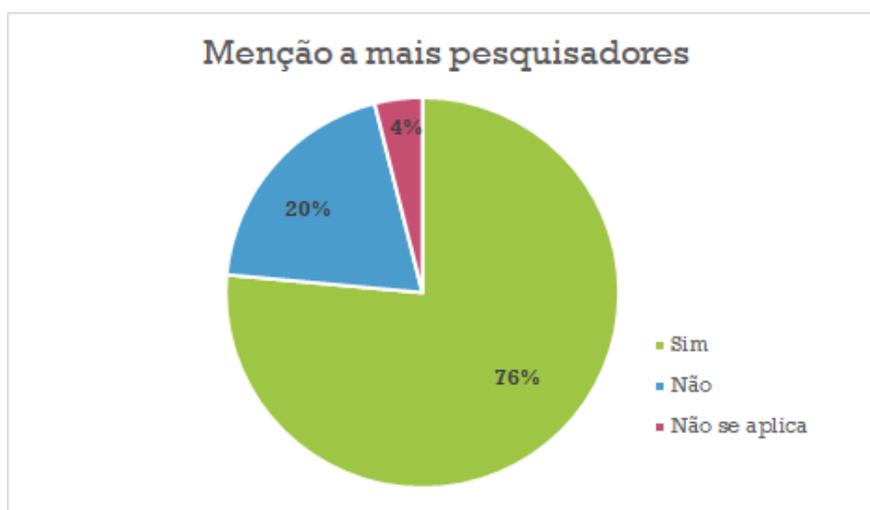


Gráfico 3: menção na notícia se mais pesquisadores estão envolvidos na pesquisa

As imagens que acompanham as matérias mostram o intuito de “dar um rosto” aos porta-vozes da pesquisa: 84% delas acompanham ou foto individual do pesquisador (65%) ou com a equipe (19%). Todas as notícias possuíam imagens ilustrativas além das fotos de pesquisadores. Em relação a gráficos, entretanto, apenas três continham tal recurso.

Quanto ao gênero, houve uma pequena predominância masculina conforme o gráfico 4. Porém, deve-se considerar que 8 notícias tiveram homens e mulheres como entrevistados, 24 foram protagonizadas apenas por pesquisadores e 19 por pesquisadoras. Quanto às retificações posteriores à publicação e devidamente sinalizadas no fim da matéria, ocorreram apenas em duas notícias. Isso pode ser considerado um bom indicio de apuração e satisfação quanto ao texto por ambas as partes, Secom e pesquisadores.

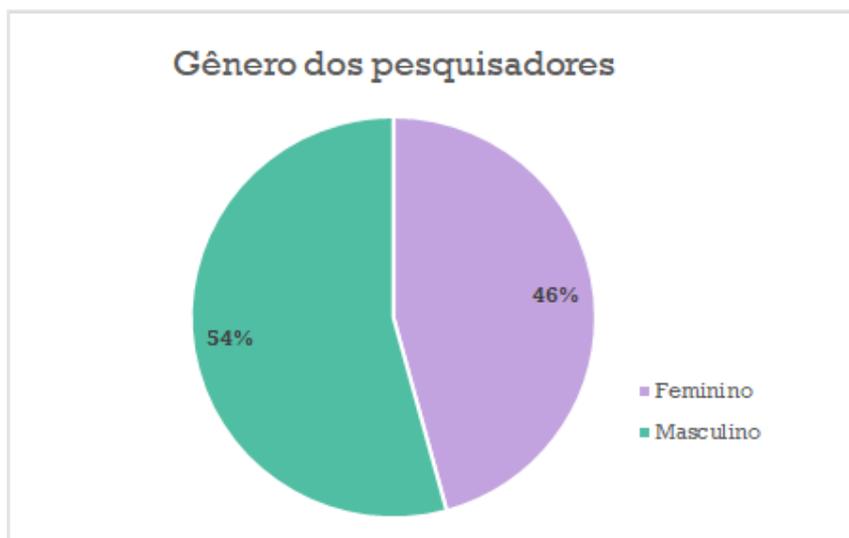


Gráfico 4: divisão dos pesquisadores das matérias do UnB Notícias por gênero

Foi avaliada ainda, a fase em que a pesquisa foi divulgada: no início, no desenvolvimento ou na conclusão. O gráfico 5 exibe que a maior parte das notícias foi divulgada quando as pesquisas ainda estavam em desenvolvimento (41%), seguida da sua conclusão (35%) e, mais raramente, no início (10%). Sete notícias (14%) não tratavam de uma pesquisa em si, mas de assunto institucional ou opinativo científico, portanto, entraram na categoria “não se aplica”. Quando a divulgação é realizada no princípio, foram observados três padrões: 1) para tornar conhecida pesquisa em execução e direcionada à comunidade acadêmica, 2) quando há um caráter inovador ou 3) necessidade de angariar (mais) recursos financeiros para a investigação continuar. Foi observado que a fase de conclusão não significava que o pesquisador havia terminado completamente a pesquisa, meramente que aqueles estudos obtiveram resultados suficientemente evidentes e, muitas vezes, já estavam publicados em periódicos científicos. A indicação na própria notícia era que os pesquisadores poderiam prosseguir na continuação do estudo, seja em busca de mais comprovações ou outros resultados e suas variantes.

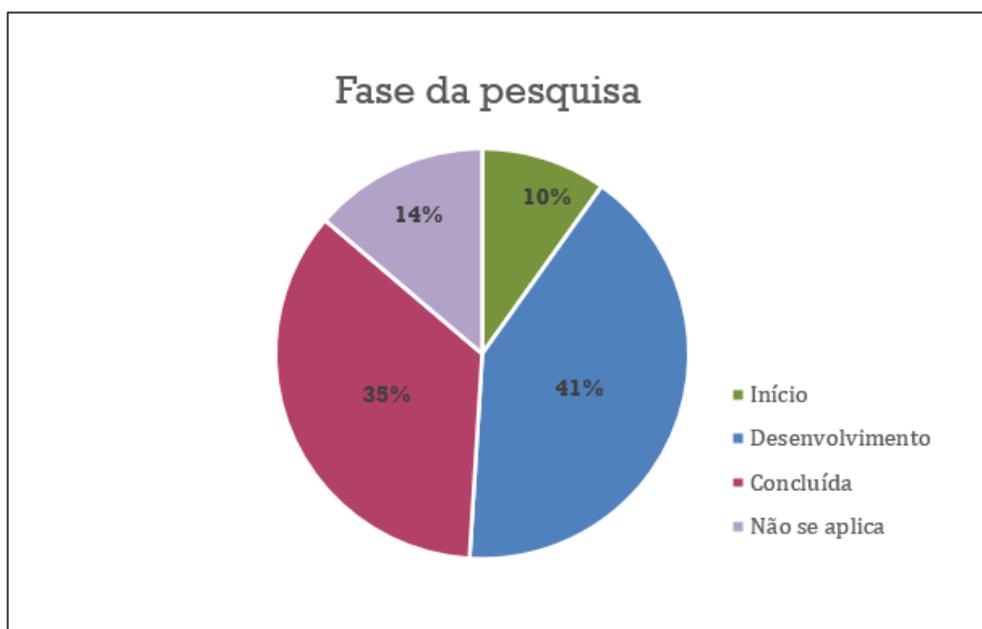


Gráfico 5: divulgação científica no UnB Notícias de acordo com a fase da pesquisa

4.2. UnB Ciência

Segundo o manual de Critérios de Divulgação, a definição do site UnB Ciência é:

(...) um produto jornalístico cujo objetivo é divulgar a produção científica da Universidade de Brasília. As notícias têm como foco as pesquisas desenvolvidas nos programas de pós-graduação da UnB, além de atividades de extensão e iniciação científica. O menu principal é dividido em áreas de conhecimento, e as matérias procuram apresentar os temas de maneira acessível, trazendo-os para o cotidiano do leitor. (CDSC, 2019, p.6/7)

O site é dedicado especificamente a pesquisas desenvolvidas por cientistas da universidade. Engloba a divulgação de publicações como artigos científicos, livros, teses e dissertações inovadoras, que obtiveram algum reconhecimento ou premiação. As matérias buscam ter um caráter mais aprofundado, o que pode ser medido, por exemplo, pelo número de caracteres: o UnB Ciência possui uma média de 6.328, enquanto o Notícias, 4.394. Esse aprofundamento acaba por refletir também em uma periodicidade bem menor: apenas 18 publicações no período de 6 meses, uma média de três matérias por mês. Conseqüentemente, o número de acessos é menor, 43.488 no total (em junho/2021). Todavia, a média de acessos é maior que o Notícias: são 2.416 por matéria.



Figura 5: *printscreen* do site UnB Ciência (www.unbciencia.unb.br) em outubro de 2021

As publicações estão divididas em quatro macro categorias, como mostra a tabela 1, mais abaixo. Quando há uma nova matéria, há a possibilidade de ela figurar em um dos destaques (banner principal ou carrossel horizontal⁵⁵) da *landing page* do portal, os mesmos onde entram as publicações do Notícias. Não há um critério pré-definido quando a matéria do Ciência entra ou não nesse destaque, fica a juízo da conveniência e oportunidade percebida pelo editor de conteúdo da Secom.

Divisões do UnB Ciência por macro áreas de conhecimento			
Ciências Exatas	Humanidades	Ciências da Vida	Artes e Letras
Ciência da Computação	Administração	Agronomia	Artes Cênicas
Construção Civil	Antropologia	Biologia Animal	Artes Visuais

⁵⁵ Rever figura 3

Engenharia Aeroespacial	Arquitetura e Urbanismo	Biotecnologia	Desenho Industrial
Engenharia Ambiental	Biblioteconomia	Botânica	Letras
Engenharia Automotiva	Ciências Contábeis	Ciências Ambientais	Música
Engenharia Biomédica	Ciência Política	Ciências Biológicas	
Engenharia Civil	Ciências Sociais	Ciências da Saúde	
Engenharia de Computação	Comunicação	Ecologia	
Engenharia de Energia	Desenvolvimento Sustentável	Educação Física	
Engenharia de Produção	Direito	Enfermagem	
Engenharia de Redes de Comunicação	Economia	Engenharia Florestal	
Engenharia de Software	Educação e Pedagogia	Farmácia	
Engenharia de Transportes	Filosofia	Fisioterapia	
Engenharia Elétrica	Geografia	Fitopatologia	
Engenharia Eletrônica	Gestão do Agronegócio	Genética e Morfologia	
Engenharia Mecânica	Gestão em Saúde Coletiva	Medicina	
Engenharia Mecatrônica	História	Medicina Veterinária	
Engenharia Química	Museologia	Nutrição	

Estatística	Psicologia	Odontologia
Física	Relações Internacionais	Zoologia
Geociências	Serviço Social	
Matemática	Sociologia	
Química	Turismo	

Tabela 1: divisões utilizadas pela Secom para matérias do UnB Ciência

Assim como no UnB Notícias, a predominância foi da área de Ciências da Vida (61%), seguida por Humanidades (28%) e, na sequência, a mesma proporção de Ciências Exatas e Artes e Letras (5,5% - 1 matéria cada). O gráfico 6 traz essa representação. Em relação à covid-19, 22% foram relacionadas ao vírus, proporção muito menor que o site UnB Notícias (57%). Aqui pode-se justificar a menor proporção pois havia outras pesquisas em curso antes da pandemia e porque o Notícias já estava com foco em divulgações relacionadas à covid-19, inclusive a de pesquisas.

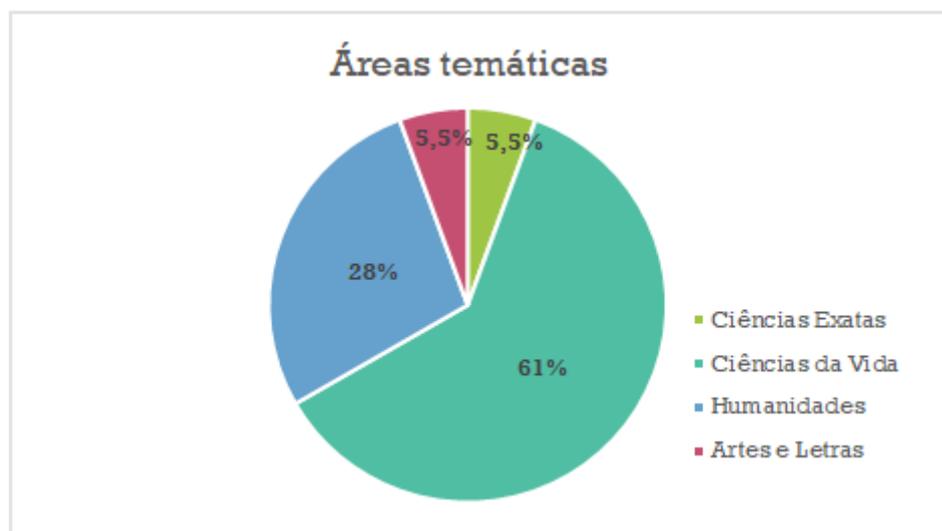


Gráfico 6: matérias do UnB Ciência publicadas por áreas de conhecimento definidas pela Secom/UnB

Nesta parte do portal, o pedido de financiamento é menos frequente. Consoante o gráfico 7, 11% das matérias deixavam explícito o pedido de auxílio financeiro, ambas relacionadas à covid-19. Comparando o Notícias e o Ciência, fica evidente que a pandemia demandou mais

investimentos imediatos em pesquisas específicas em torno do assunto. A Secom tentou destacar a necessidade de mais verbas nas matérias relacionadas ao tema.

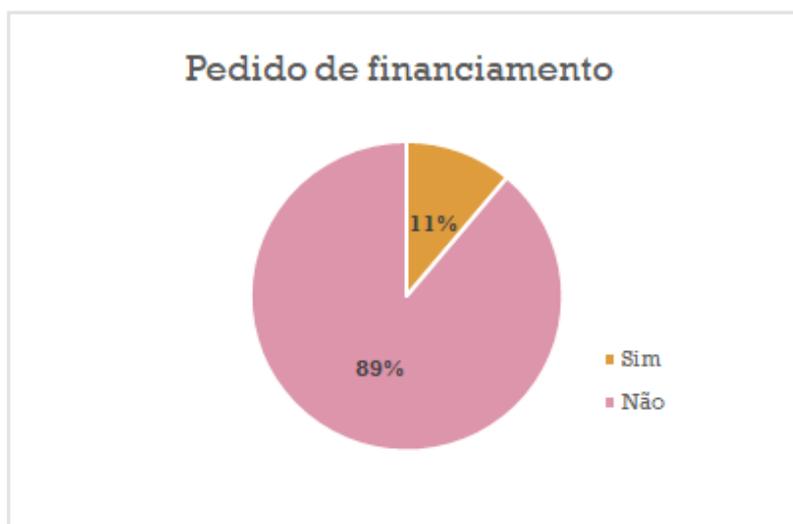


Gráfico 7: matérias do UnB Ciência com pedido explícito de (mais) financiamento

Outro aspecto a ser relacionado ao menor número de pedidos de financiamento é que 89% das matérias foram divulgadas após conclusão da pesquisa (ver gráfico 10), enquanto no Notícias, 51% foram no início ou no desenvolvimento (rever gráfico 5), fases mais propensas a ainda precisarem de subsídios para a próxima etapa, a da conclusão. Dentro da UnB, não há uma orientação quanto a fase que a pesquisa deve ser divulgada. Na falta de uma orientação específica, pode tornar-se inviável dar tratamento igual a pedidos semelhantes quando há muitas demandas de divulgação. Assim, os jornalistas da universidade realizam um trabalho de filtragem, de *gatekeepers*⁵⁶, fazendo escolhas com base em critérios de noticiabilidade gerais, e na disponibilidade de sua equipe, muitas vezes limitada a poucos profissionais para o volume de demandas.

Nas 18 matérias, 21 pesquisadores-docentes ao todo foram entrevistados. Manteve-se o mesmo modelo do Notícias de focar o porta-voz de determinada pesquisa em uma única pessoa (83%); e mais de um pesquisador-docente foram entrevistados no restante das matérias (17%). A grande maioria das matérias (89%) reforçou a prática de evidenciar os pesquisadores por meio de fotos deles: 56% individual e 33% com a equipe. Fato também observado no Notícias (84%

⁵⁶ Termo relacionado ao processo de seleção de informações para tornar-se notícias baseado em critérios de quem tem o papel de decidir o que aprovar e o que rejeitar (Traquina, 2005).

continham fotos dos pesquisadores). As demais publicações do Ciência (11%), sem foto dos responsáveis pelas pesquisas, tinham alguma imagem representativa do tema.

Transparece o conceito de Merton (2013) do comunalismo da ciência no que se refere à menção a mais pesquisadores, sejam grupos ou indivíduos. O gráfico 8 evidencia que 72% das matérias trouxeram a informação de forma explícita nos textos, índice ainda mais elevado no Notícias (76%). Em relação a gráficos, novamente notou-se o pouco uso deles, só três (17%) continham o recurso. Não ocorreram retificações nas publicações. A ausência de correções posteriores pode ser devido ao maior tempo de apuração que as matérias deste site exigem por serem mais detalhadas, aprofundadas e extensas.

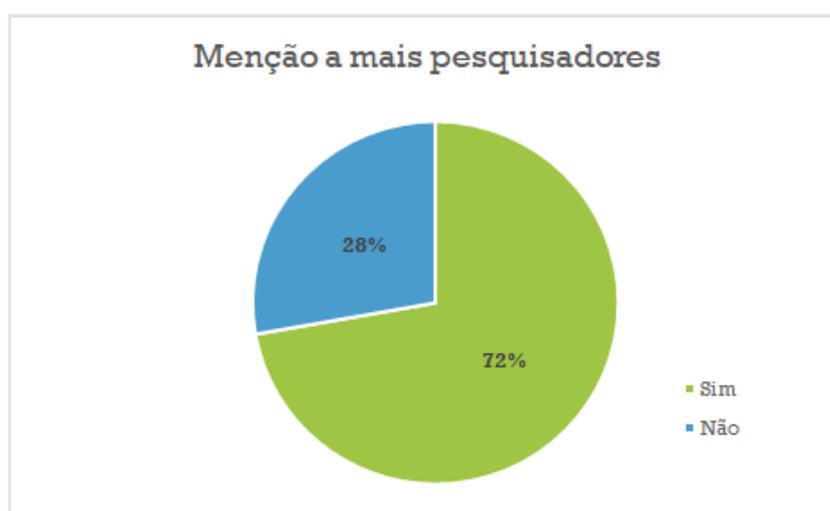


Gráfico 8: menção na matéria do UnB Ciência se mais pesquisadores desenvolvem a pesquisa

Quanto ao gênero, novamente houve predominância masculina, agora maior que no Notícias (54% homens x 46% mulheres), como mostra o gráfico 9. A proporção nas matérias do UnB Ciência foi de 60% homens x 40% mulheres. Foram seis matérias com pesquisadoras como protagonistas, dez com pesquisadores e duas tiveram homens e mulheres equilibrando os papéis de destaque. A desigualdade de gênero na comunidade científica, como exposto há muito por Stocklmayer (2001) e mais recente por Pupo et al. (2017), segue existindo e pode-se dizer que isso é representado nas matérias. Porém, a baixa diferença percentual do Notícias (4%) aponta para uma tendência ao equilíbrio, ao menos no protagonismo das publicações da Secom. Apesar de a questão da presença feminina nas pesquisas ser um tema recorrente para a atual

administração superior da UnB⁵⁷, não há uma definição institucionalizada sobre a isonomia da representação nas divulgações.



Gráfico 9: divisão dos pesquisadores das matérias do UnB Ciência por gênero

Quanto à fase das pesquisas divulgadas, o gráfico 10 traz que predominou "concluída", com 89% (16 matérias) e um empate em "desenvolvimento" e "início" (5,5% - 1 matéria cada). Este item se distingue bastante do Notícias, no qual "desenvolvimento" (41%) e "concluída (35%)" foram mais equilibradas, inclusive com a fase intermediária superando a final. Já no Ciência, são priorizados estudos concluídos para divulgação na seção, o que pode explicar também por que há menos matérias aqui. Novamente, há a ressalva que a fase concluída não necessariamente indica que o estudo esteja completamente finalizado. Quando a divulgação é realizada no princípio, foram seguidos os três padrões também observados no Notícias: 1) para tornar conhecida pesquisa direcionada à comunidade acadêmica, 2) quando há caráter inovador e/ou 3) necessidade de angariar (mais) recursos financeiros para a investigação continuar.

⁵⁷ Alguns exemplos: 1) "Evento na Semana Universitária impulsiona debate sobre reconhecimento das mulheres na ciência", em <https://www.noticias.unb.br/112-extensao-e-comunidade/5244-evento-na-semana-universitaria-impulsiona-debate-sobre-reconhecimento-das-mulheres-na-ciencia>, 2) Pesquisadora da UnB contribui na criação de rede para apoiar a participação de mulheres na ciência, em <https://www.noticias.unb.br/112-extensao-e-comunidade/4845-pesquisadora-da-unb-contribui-na-criacao-de-rede-para-apoiar-a-participacao-de-mulheres-na-ciencia> e 3) Mais mulheres na ciência: um desafio de todos nós, em <https://www.noticias.unb.br/artigos-main/2796-mais-mulheres-na-ciencia-um-desafio-de-todos-nos>



Gráfico 10: divulgação científica do UnB Ciência de acordo com a fase da pesquisa

A divulgação expressivamente maior após a conclusão da pesquisa dá margem aquilo que Cascais (2004) chama de retórica dos resultados, que “consiste em representar a actividade científica pelos seus produtos, subsumir os processos científicos à consecução finalista e cumulativa de resultado e isolar exclusivamente como resultados aqueles que são avaliados a posteriori como êxitos de aplicação” (Cascais, 2004, p.135). Apesar de não querer desvalorizar a importância dos resultados, o autor prossegue na defesa de não se ignorar a atividade científica como um processo, passível de erros e riscos, e atribui a responsabilidade de deixar ou não isso transparecer aos divulgadores, tanto os comunicadores quanto os próprios cientistas. Este é um grande desafio para os cientistas e comunicadores. No caso dos últimos, por não serem especializados nos assuntos sobre os quais escrevem e divulgam, eles também podem ter dificuldades em explicar o processo como um todo. Acrescenta-se que o *modus operandi* do exercício profissional do jornalista é voltado a dados factíveis e estes realmente costumam ser encontrados nos resultados.

No Notícias, a retórica dos resultados não acontece com tanto peso como no Ciências, 51% das divulgações são feitas nas fases iniciais ou de desenvolvimento da pesquisa (*midstream*) e apenas 35% após sua conclusão (*downstream*). Já o *upstream*, que seria uma primeira etapa, a do “envolvimento dos públicos na concepção e desenho dos projetos de investigação” (Oliveira e Carvalho, 2016, p.96), não é divulgada pela Secretaria. Isso não quer dizer que a fase não exista, apenas que não tem sido função da Secom publicizá-la, embora editais para financiamento de pesquisa continuamente sejam alvo de matérias e *posts*.

4.3. Redes sociais: Facebook, Twitter e Instagram

O manual dos Critérios de Divulgação traz a definição de mídias sociais e a específica de cada uma das que a Secom mantém: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Flickr. As duas últimas não são utilizadas com frequência e nem com o propósito de serem interativas. Para a Secretaria, o intuito das mídias sociais é:

Atendendo a uma estratégia de divulgação, a Secom busca a melhor maneira de atingir sua vasta audiência. Dessa forma, utiliza as mídias sociais para estreitar o relacionamento com a comunidade acadêmica e o público externo. São realizadas campanhas, divulgação de pesquisas e anúncio de eventos. Quando se trata de material de grande interesse ou que envolva públicos-alvo distintos (servidores, estudantes, professores, público em geral), as mídias sociais podem se somar e se complementar na difusão de informações. (CDSC, 2019, p.8)

O canal na plataforma Youtube (www.youtube.com/AgenciaUnB) serve para hospedar vídeos de campanhas institucionais; curtos e destinados às redes sociais; de divulgação da revista Darcy e de complemento às matérias dos sites UnB Notícias e UnB Ciência. Destarte, não é utilizado de forma interativa, e sim auxiliar. A conta no Flickr (www.flickr.com/unb_agencia) tem como função hospedar imagens de alta resolução da universidade e de eventos que lá ocorrem de forma prática e livre para utilização por jornalistas da imprensa ou quaisquer outras pessoas. Em todas as fotos há a orientação que as informações, as fotos e os textos podem ser utilizados e reproduzidos, integral ou parcialmente, desde que a fonte seja devidamente citada e que não haja alteração de sentido em seus conteúdos. A conta não é atualizada desde 2018, servindo apenas como um repositório desatualizado de imagens. A levar tais fatos em consideração, essas duas mídias não foram analisadas.

As contas da universidade administradas pela Secom nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram são utilizadas de segunda a sexta-feira, havendo também a possibilidade de publicação no fim de semana, a depender da antecedência ou da urgência da divulgação. Grande parte do conteúdo publicado nas redes sociais sai antes nos sites Notícias ou Ciência. Isso porque, como as redes sociais possuem uma dinâmica de textos mais curtos e até de limitação de caracteres, é fundamental que o usuário possa saber mais sobre o assunto em outro local. Além disso, essa prática gera mais fluxo de visitas ao portal da universidade.

4.3.1. Facebook

A página da UnB no Facebook foi criada em março de 2011 e foi a primeira rede social institucional da universidade. Até fevereiro de 2021, dez anos depois de sua criação, contava com 118 mil seguidores. Esta rede social, conforme os Critérios de Divulgação, é para:

(...) divulgação de campanhas institucionais, matérias de pesquisa, processos seletivos de ingresso na UnB, bem como projetos que envolvam a Universidade como um todo, por exemplo, a recepção aos calouros. Além disso, essa plataforma é utilizada para ações de engajamento com seguidores, como séries de postagens com tema específico. O Facebook não é utilizado para divulgação de eventos específicos de departamentos, lançamento de livros, entre outros. (CDSC, 2019, p.8)

No período analisado, foram publicados 227 *posts* na *timeline* da página, dos quais 57 estavam relacionados à comunicação de ciência, que resulta em 25% do total. Somados, estes *posts* alcançaram 327.090 pessoas, o que dá uma média de 5.738 seguidores a receberem o conteúdo de cada um dos *posts*. Um alcance de menos de 5% em relação ao total de número de seguidores da página (118 mil). O baixo alcance acontece porque a Secom não realiza nenhum pagamento de postagem (o chamado “*post* patrocinado”). Todo o alcance conseguido é orgânico, ou seja, de forma gratuita, e o Facebook limita este tipo de publicação justamente para que as organizações queiram pagar para seus conteúdos chegarem a mais pessoas.

A considerar que apenas duas das publicações analisadas não foram provenientes do Notícias (66%) ou do Ciência (31%), era de se esperar a predominância das áreas Ciências da Vida e Humanidades, pois foram as mesmas que prevaleceram nos sites. O gráfico 11 traz a divisão por áreas temáticas.

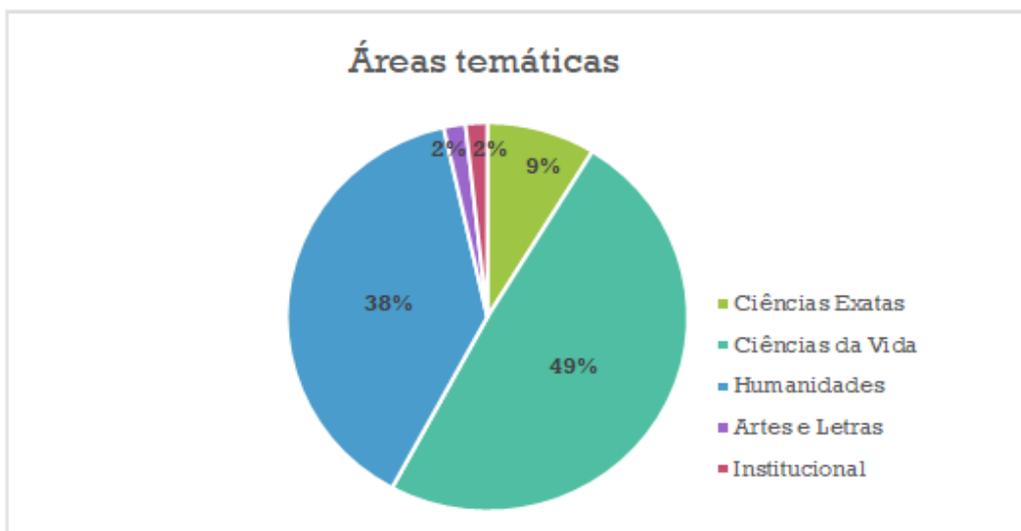


Gráfico 11: *posts* do Facebook por áreas de conhecimento definidas pela Secom/UnB

Todas as 18 matérias do Ciência no período foram replicadas na página, mas nem todas as 51 do Notícias entraram na *timeline*, 38 delas que se tornaram *posts* no Facebook, um aproveitamento de 74%. Isso pode ser explicado porque mesmo que “matérias de pesquisa” esteja entre os assuntos definidos pela Secom como prioritário para a rede social, o alcance orgânico é muito limitado⁸⁸. A lógica é que este alcance diminui conforme mais publicações são feitas em um curto espaço de tempo, por isso, é priorizado apenas um *post* por dia. Como costuma haver mais de uma notícia factual diariamente, apenas uma é postada no Facebook. O gráfico 12 evidencia a relação do alcance das publicações comparado com o engajamento, que é a soma das reações, comentários, compartilhamentos e cliques nas publicações.

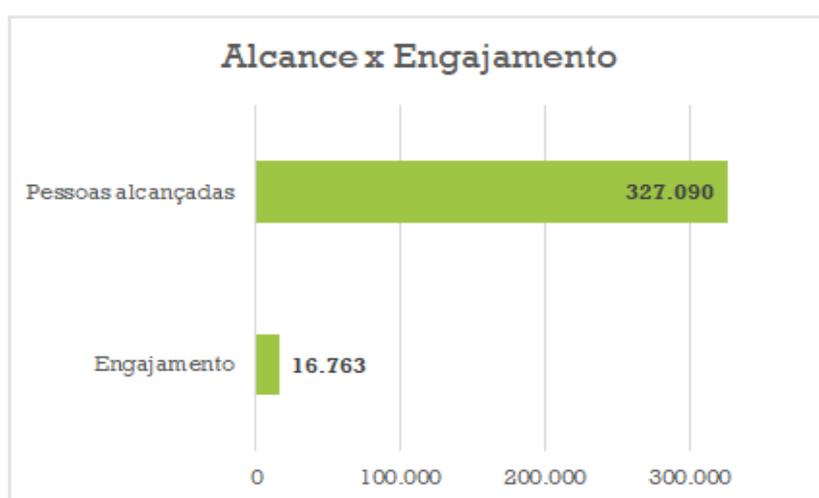


Gráfico 12: número de pessoas no Facebook que recebeu o conteúdo dos *posts* x número de pessoas que teve alguma interação com os *posts* (engajamento)

⁸⁸ Ver <https://fator.ag/blog/alcance-organico-no-facebook/>

O gráfico 13 mostra que a interação mais comum dos seguidores foram as reações⁵⁹, que somaram 5.537 mil, seguidas de 868 compartilhamentos, que é quando o seguidor compartilha o *post* publicado pela página institucional em sua própria *timeline* e, por fim, 160 comentários. O Facebook não fornece ferramentas que consigam identificar qual a porcentagem de reações, comentários e compartilhamentos são feitos por quais públicos (por alunos, docentes e técnicos-administrativos, por exemplo). A Secom também não realiza tal levantamento, pois seria inviável, uma vez que o usuário não precisa identificar no Facebook se tem alguma relação com a UnB, ou mesmo quando identifica isso em seu perfil, a informação precisaria ser pública, o que muitas vezes não acontece devido às escolhas de privacidade do usuário.

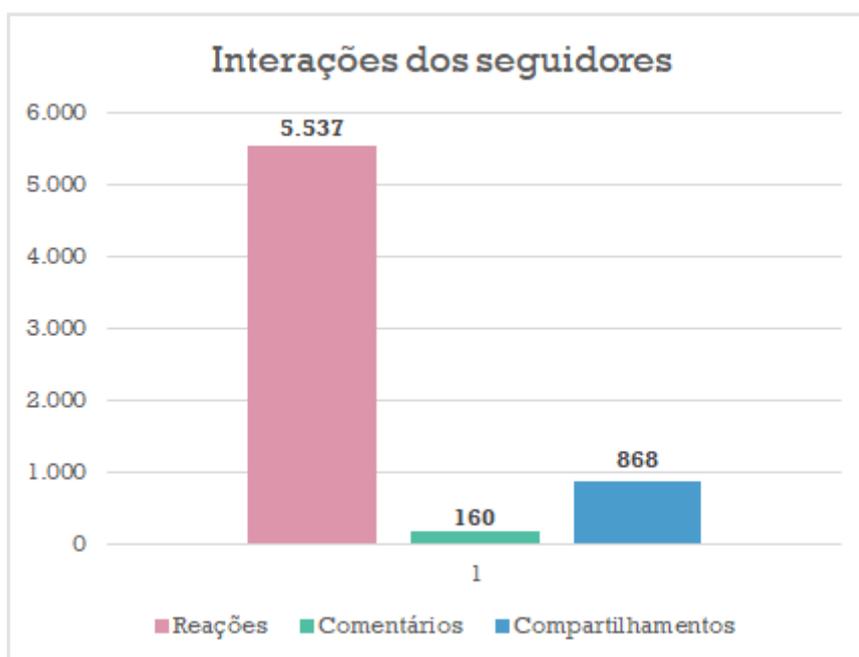


Gráfico 13: interações dos seguidores com os 57 *posts* relacionados à divulgação científica na página da UnB no Facebook

4.3.2. Twitter

A conta no Twitter foi criada em abril de 2011, mês seguinte à criação da página da UnB no Facebook. Até fevereiro de 2021, a @unb_oficial tinha 104.291 mil seguidores. A utilização desta rede social é, consoante os Critérios de Divulgação, “principalmente para divulgação de eventos que ocorrem na UnB e/ou são promovidos por ela. Dessa forma, congressos, seminários, palestras, lançamentos, debates, todos os eventos que, de alguma forma, sejam apoiados por

⁵⁹ Reações pré-definidas pelo Facebook Brasil até outubro de 2021: Curtir, Amei, Força, Haha (risadas), Uau (surpresa), Triste e Grr (raiva).

algum setor da Universidade são divulgados no Twitter” (CDSC, 2019, p.9). Portanto, serve como uma espécie de agenda, porém mais dinâmica e interativa. Enquanto na agenda do site da UnB⁶⁰, o evento pode constar com bastante antecedência, no Twitter, ele é divulgado nas vésperas de seu acontecimento (ou da abertura de inscrições, por exemplo) e os usuários podem interagir com o *tweet*, sendo respondidos sempre que for necessário.

A divulgação de eventos científicos não entrou no escopo da análise pois o conteúdo não é produzido pela Secom, apenas replicado e, normalmente, são voltados para as áreas específicas e não para a comunidade como um todo. No período investigado não houve conteúdos próprios de divulgação científica criados para o Twitter. Logo, a análise dos *tweets* concentrou-se nas publicações de matérias provenientes dos sites UnB Notícias e UnB Ciência e suas repercussões dentro da plataforma.

Foram publicados 605 *tweets* no período analisado, dos quais 66 estavam relacionados a matérias de divulgação científica, ou seja, 11% do total. Como o gráfico 14 exhibe, a divisão por grandes áreas temáticas foi bastante parecida com a da página do Facebook, com mesma porcentagem em Ciências Exatas (9%) e Artes e Letras (2%), maior em Institucional (5%) e levemente menor em Ciências da Vida (48%) e Humanidades (36%).

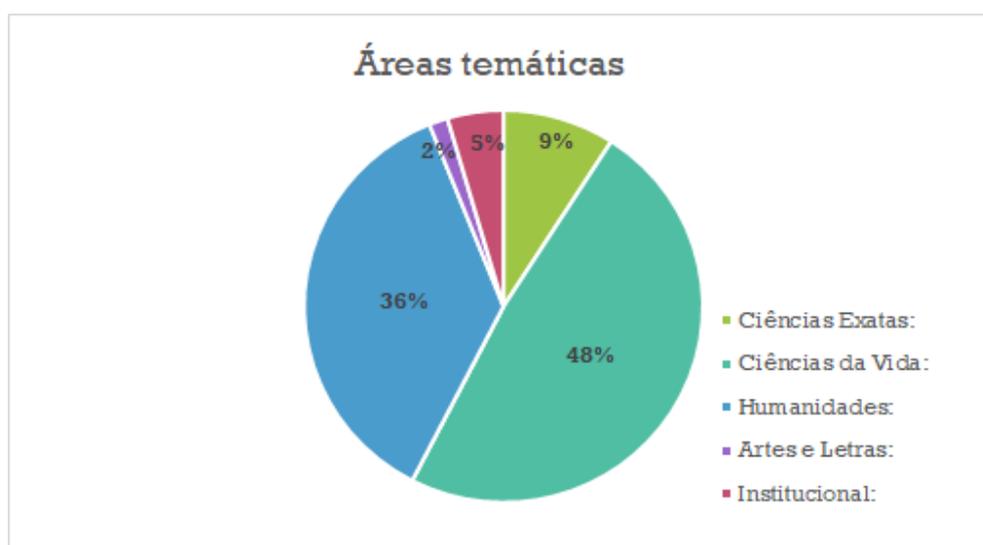


Gráfico 14: porcentagem dos *tweets* por áreas de conhecimento definidas pela Secom/UnB

⁶⁰ <https://noticias.unb.br/component/agenda/agendas>

Assim como no Facebook, todas as 18 matérias do Ciência foram replicadas no perfil, mas nem todas as do Notícias o foram. Das 51, 47 resultaram em tweets, um índice de aproveitamento de 92%. Este maior aproveitamento deve-se ao fato de que no Twitter não há a limitação de alcance que existe no Facebook, logo, há mais de um *tweet* diário. Em média, no período analisado, houve 5 tweets por dias úteis. Os 66 *tweets* analisados tiveram 499.061 impressões, que significa as vezes que as pessoas viram as publicações, e um engajamento de 14.639, que são as vezes que os usuários interagiram com essas publicações.

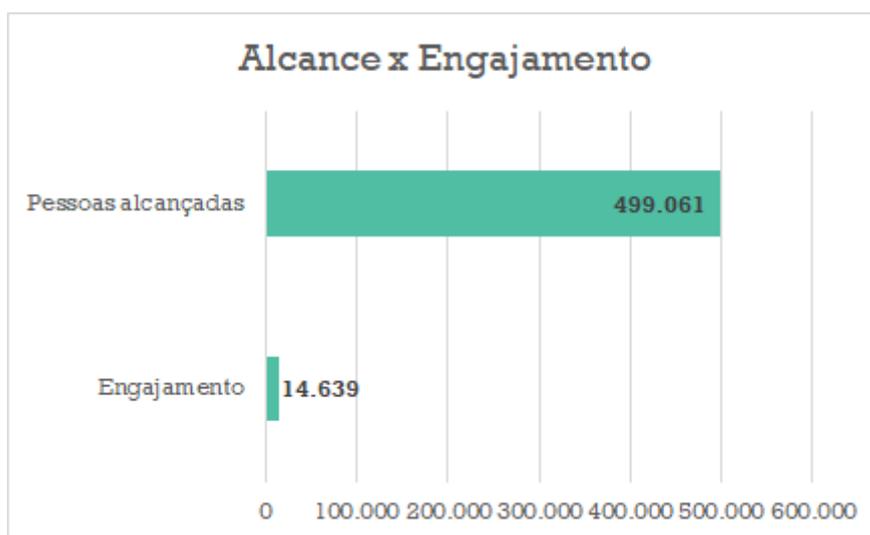


Gráfico 15: número de pessoas que recebeu o conteúdo dos *tweets* x número de pessoas que interagiu com esses *tweets* (engajamento)

Apesar do alcance do Twitter mostrar-se significativamente maior (499.061) que o do Facebook (327.090), como existiram 9 publicações a mais relacionadas a matérias de divulgação científica no Twitter (66) que no Facebook (57) e há uma diferença de quase 14 mil seguidores entre as duas redes sociais, a comparação não pode se dar em completa igualdade. Proporcionalmente, o engajamento do Facebook (5%) mostrou-se maior que o do Twitter (3%). Em relação às interações, o gráfico 16 traz que a mais comum foram as curtidas (4.404), seguidas de *retweets* (644), que são a replicação do conteúdo na conta de outro usuário e, por último, os comentários (106).

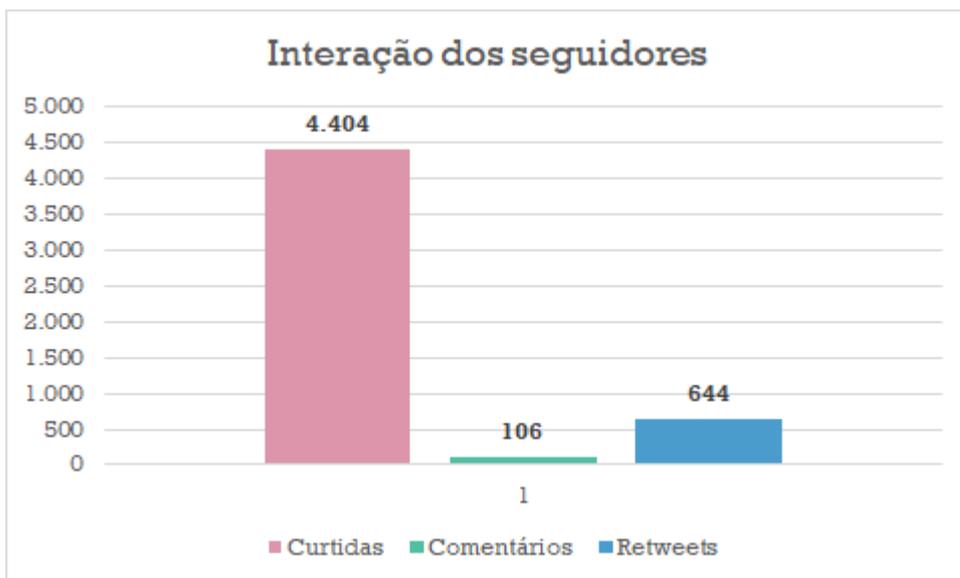


Gráfico 16: interações dos seguidores com os *tweets* de divulgação científica

4.3.3. Instagram

Das redes sociais mantidas pela Secom, o Instagram é a mais recente. A conta foi criada em julho de 2014 e até fevereiro de 2021 contava com 75 mil seguidores. Das que constam no manual dos Critérios de Divulgação, é a que possui a definição mais sucinta: “é utilizada para campanhas institucionais, divulgação de pesquisas científicas e reprodução de fotos produzidas por esta Secretaria” (CDSC, 2019, p.9). Embora tenha explicitamente que a divulgação de pesquisas é uma de suas finalidades, no período analisado, das 257 publicações no *feed* e nos *stories*, apenas 33 foram de divulgação científica, ou seja, 13% do total.

Dos 83 *posts* no *feed*, 3 foram relacionados a pesquisas, o que dá 3% do total, e dos 174 *stories*, um tipo de publicação temporal visível para os usuários apenas por 24 horas, foram 30, ou seja, 19%. Os conteúdos vieram principalmente do site UnB Notícias (22), seguidos do UnB Ciência (7) e quatro publicações foram produzidas originalmente para o Instagram. A divisão por grandes áreas temáticas foi maior que no Facebook e no Twitter em Ciências da Vida (52%) e em Institucional (9%), significativamente menor em Ciências Exatas (3%) e semelhante em Humanidades (36%). Aqui não houve divulgação relacionada à Artes e Letras. O gráfico 17 traz a divisão.

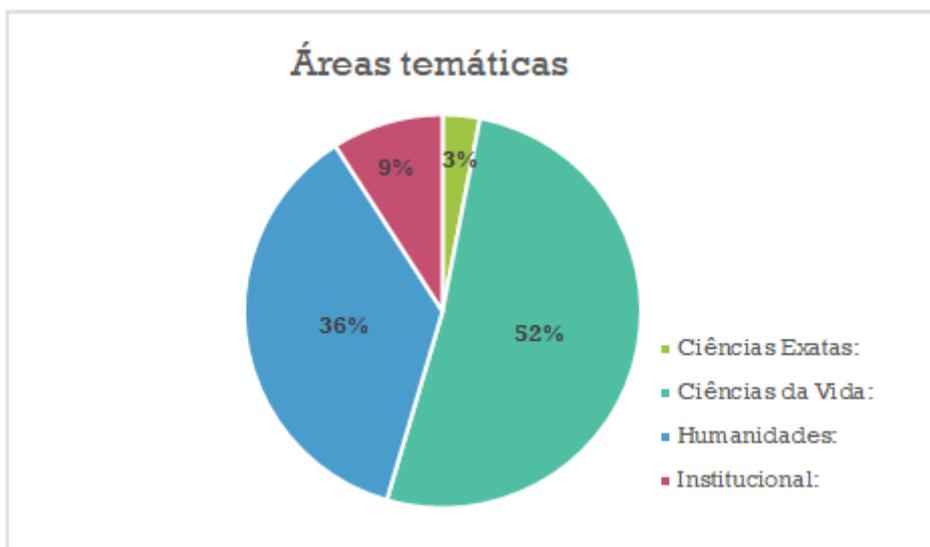


Gráfico 17: publicações no Instagram por áreas de conhecimento definidas pela Secom/UnB

Somadas, as publicações no *feed* e nos *stories* alcançaram 347.219 pessoas, e obtiveram um engajamento de 15.544, que, novamente, significa a interação dos usuários com as publicações. O gráfico 18 apresenta esses números. Proporcionalmente, o alcance das publicações no *feed* foi maior (17.076) que o do *stories* (9.866). O alcance no *feed* mostra-se maior, porém é menos utilizado para as divulgações científicas até mesmo por dificultar o engajamento do tipo “clique no link”, que possibilita o redirecionamento para o portal da UnB.

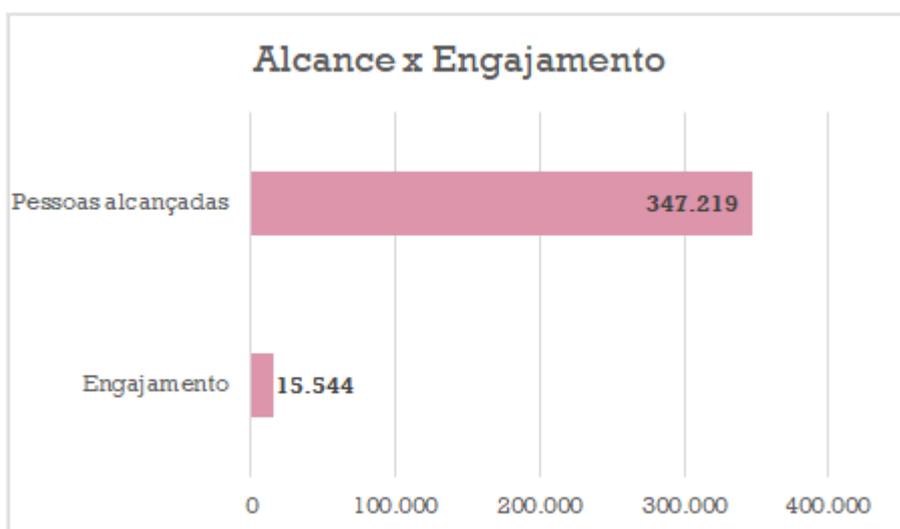


Gráfico 18: número de pessoas no Instagram que recebeu o conteúdo dos *posts* do *feed* e dos *stories* x número de pessoas que teve alguma interação com esses conteúdos (engajamento)

O alcance geral do Instagram (347.219) ficou abaixo do Twitter (499.061) e acima do Facebook (327.090). Contudo, deve-se considerar o potencial dessa rede tendo em vista a quantia

menor de público (75 mil) em comparação com as outras. No Instagram também houve menos publicações sobre pesquisas que no Facebook (33 e 57, respectivamente). Proporcionalmente, o engajamento do Instagram ficou em 4% em relação ao seu alcance e, como já visto, o do Facebook foi 5% e o do Twitter, 3%. O engajamento engloba alguns tipos de interação. Conforme o gráfico 19, a interação mais comum foram os cliques no *link* (12.799), possível apenas por meio do *story*, seguida de curtidas (2.331), opção até então disponível só no *feed*, depois os compartilhamentos (374) e, por último, assim como no Twitter e no Facebook, os comentários (106).

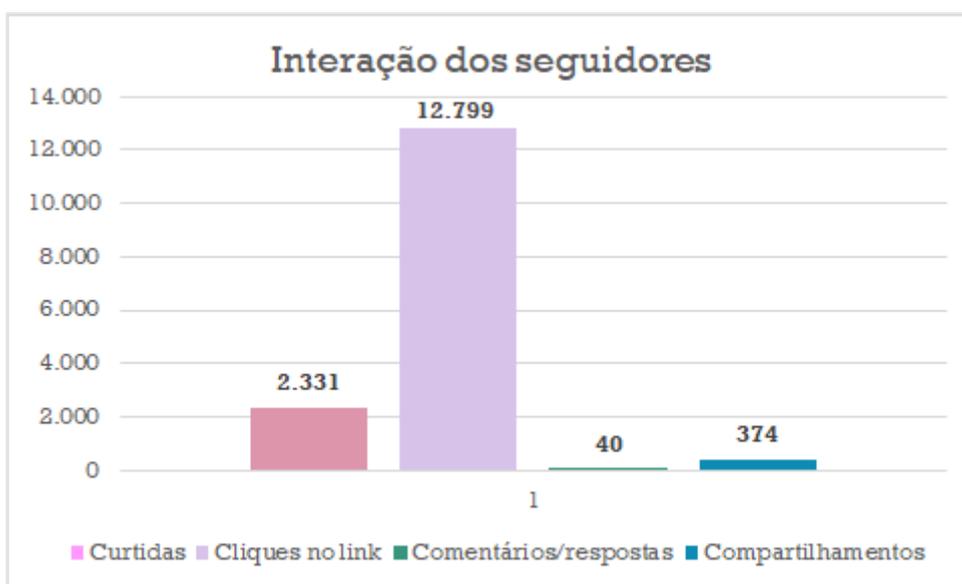


Gráfico 19: interações dos seguidores com as publicações do *feed* e dos *stories* relacionadas à divulgação de pesquisas no Instagram da UnB

4.4. O perfil comunicativo

Após a análise de conteúdo de cada meio, fica perceptível que um dos principais pilares da comunicação de ciência realizada pela Secom baseia-se singularmente na divulgação científica por meio de matérias redigidas no portal e em suas replicações nas redes sociais. No período analisado, das 156 publicações no Facebook, Twitter e Instagram, apenas 7 não tinham os sites UnB Notícias ou UnB Ciência como conteúdo originário. Tais dados corroboram com os resultados encontrados por Entradas et al. (2009), no qual identificaram que o website é o canal mais utilizado pelas instituições de pesquisa para comunicar ciência. Também identificaram que no Brasil as mídias sociais eram populares entre as instituições, constatação que se aplica a este levantamento relativo à UnB. A universidade é bastante ativa nas três maiores redes sociais da atualidade e as

utiliza como forma de ampliar a visibilidade das matérias publicadas em seu portal. Nas redes sociais são obtidos os maiores alcances dos conteúdos produzidos pela Secom.

Divulgar “matérias de pesquisas” e “pesquisas científicas” são termos que constam nos Critérios de Divulgação da Secom como algo específico para o Facebook e o Instagram. No primeiro, o tema chegou a 25% do total no período analisado, já no segundo, não ultrapassou 13%. No Twitter, a proporção é de 11%, excluída da análise a simples divulgação de eventos científicos, que por sinal, constitui motivo recorrente de *tweets*. Foi possível perceber que, embora o UnB Ciência seja especificamente para divulgar pesquisas da universidade, o UnB Notícias acaba por dividir essa função, pois 19% do seu teor no período analisado esteve relacionado ao tema, direta ou indiretamente.

A levar em consideração os alcances totais de cada uma das redes sociais e os números de acessos dos sites, apresentados no gráfico 20, é perceptível o poder das redes sociais em impulsionar a divulgação de pesquisas e ciência da UnB. Constatou-se que a divulgação nas redes sociais é basicamente a adaptação do conteúdo dos sites aos devidos formatos de cada rede. Inclusive, os textos utilizados nas redes sociais costumam ser os títulos e subtítulos das matérias, assim como as imagens utilizadas iguais às das matérias. As publicações centram as pesquisas em um(a) professor(a), mas quase sempre mencionam que há uma equipe trabalhando na pesquisa. É uma forma de denotar a relevância do trabalho conjunto entre pares.

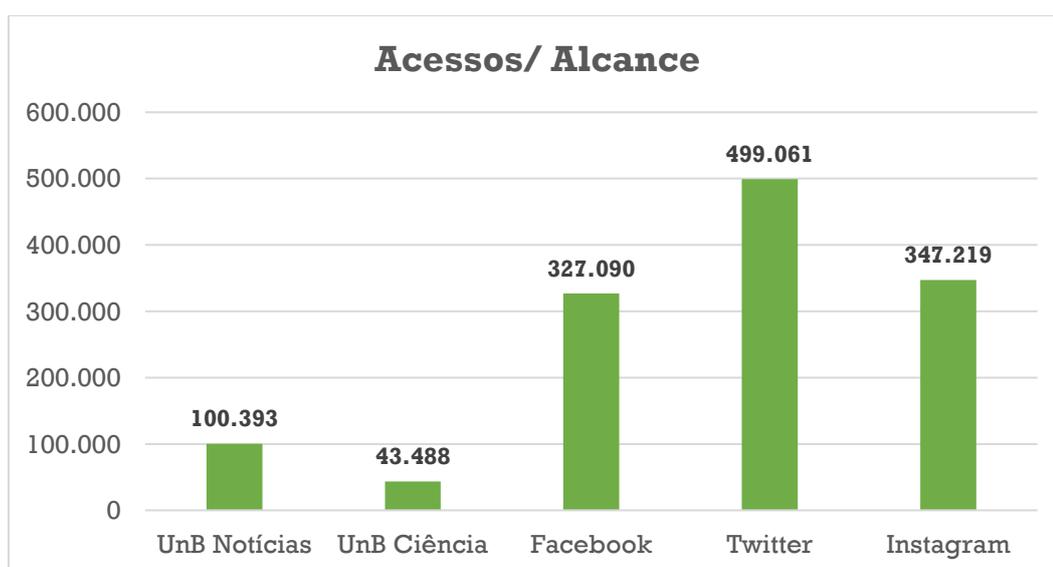


Gráfico 20: números totais de acesso ou alcance das divulgações científicas da Secom

Em relação às áreas mais divulgadas, que foram Ciências da Vida e Humanidades, não fica claro se é porque de fato essas são as que realizam mais pesquisas ou são as que melhor e mais se comunicam com a Secom. Há de se considerar que o levantamento foi feito durante os efeitos da covid-19, assim, a área de saúde, englobada por Ciências da Vida, predominou também devido a este fator. O gráfico 21 traz as divisões por áreas e meios.

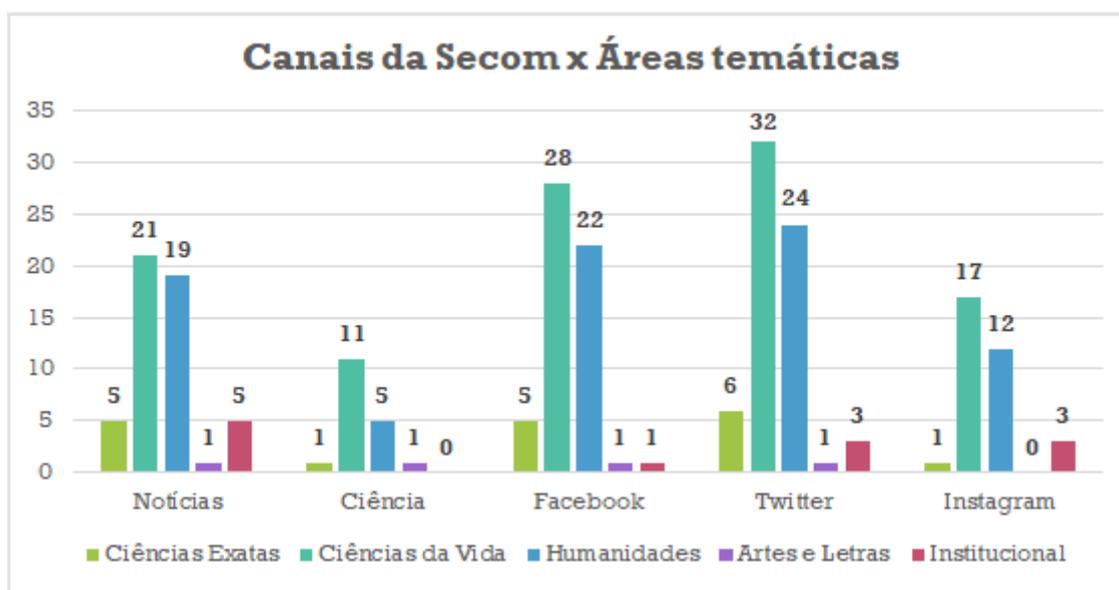


Gráfico 21: divisão das áreas temáticas de pesquisa por meios de comunicação online administrados pela Secom

Interessante observar que, apesar da maioria do conteúdo de divulgação científica das redes sociais ser proveniente dos sites, não necessariamente as matérias que tiveram maior alcance nas redes sociais são aquelas que obtiveram mais acessos no portal. Das cinco matérias mais acessadas, tanto no Notícias quanto no Ciência, duas de cada foram as que obtiveram também os maiores alcances nas redes sociais. Desta forma, o consumo da informação pode ser medido apenas na síntese da chamada da matéria que cabe em determinada rede social (no Twitter, por exemplo, os caracteres são limitados a 280) ou julgada suficiente para atrair o leitor a clicar no *link* e obter mais informações. Nas tabelas abaixo estão os títulos das cinco publicações com mais acessos nos sites e, sublinhadas (nas colunas Título da matéria), aquelas que ficaram também entre as cinco maiores em alcance de alguma das três redes sociais (Facebook, Twitter ou Instagram).

Data	Título da matéria – UnB Notícias	Acessos
-------------	---	----------------

25/11/2020	<u>Universidade de Brasília tem 25 pesquisadores entre os mais influentes do mundo</u>	4.049
07/12/2020	Iniciada segunda rodada da pesquisa social com a comunidade acadêmica acerca do semestre remoto	5.338
08/12/2020	<u>Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado</u>	4.061
15/12/2020	Desenvolvido na UnB, unicórnio brasileiro tem potencial para revolucionar agronegócio	12.025
12/01/2021	"Estamos muito satisfeitos com os resultados da vacina", diz diretor da Faculdade de Medicina da UnB	4.983

Tabela 2: as cinco matérias mais acessadas do www.noticias.unb.br entre setembro/2020 e fevereiro/2021

Data	Título da matéria – UnB Ciência	Acessos
16/09/2020	<u>Castanha-de-caju pode ser fonte para terapia de baixo custo contra covid-19</u>	3.804
21/10/2020	Pesquisa internacional avalia uso de fitoterápicos no tratamento contra a covid-19	5.578
06/01/2021	Proteína alfa-1-antitripsina tem potencial preventivo e terapêutico contra covid-19, apontam pesquisadores da UnB	4.154
27/01/2021	<u>Software de inteligência artificial auxilia interessados em investir no mercado financeiro</u>	3.085
24/02/2021	Tese sobre consolidação histórica do tronco linguístico Macro-Jê é reconhecida internacionalmente	5.719

Tabela 3: as cinco matérias mais acessadas do www.unbciencia.unb.br entre setembro/2020 e fevereiro/2021

Ao fazer-se uma interseção entre as cinco matérias mais populares tanto nos sites quanto nas redes sociais, chega-se a essas quatro matérias em comum, elencadas no gráfico 22. É possível notar que mesmo com alcances altos, os números de acessos nos sites não chegam a um terço do alcance das redes sociais. Depreende-se a importância de se comunicar informações mais completas já nas próprias redes sociais, pois há um alto alcance que não necessariamente traduz-se em mais acessos aos sites, onde existem informações mais completas.

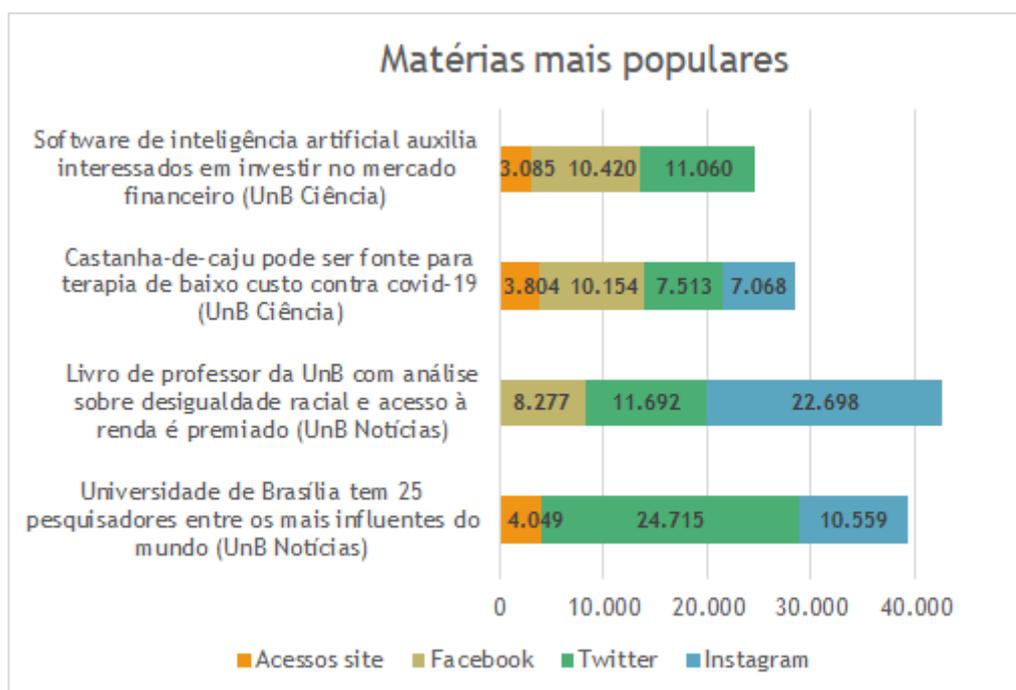


Gráfico 22: matérias com mais acessos e alcance tanto nos sites quanto nas redes sociais

Entre as redes sociais, a interseção das cinco publicações com mais alcance foi menos expressiva: apenas uma em comum⁶¹ foi detectada, mas só entre o Twitter e Instagram. Isso demonstra que essas mídias devem ser trabalhadas de formas distintas pelos comunicadores, pois o que mais repercute em uma, não necessariamente tem o mesmo efeito na outra.

A partir do levantamento e análise de dados relacionados à divulgação científica realizada pela Secom no período de seis meses, conclui-se que a divulgação científica é um assunto de fato constante em todos os meios geridos pela Secretaria de Comunicação. Em relação às redes sociais, elas são bastante dependentes dos sites institucionais, pois não foi possível perceber estratégias específicas para aumentar ou diversificar o envolvimento do usuário. Apesar de ser inegável o papel crucial das mídias digitais no crescimento do alcance das publicações científicas (vide gráficos 12, 15 e 18 comparados com os números de acessos totais do Notícias e Ciência, 100.393 e 43.488, respectivamente) a constatação em estudo mencionado por Schäfer e Fähnric (2020), sobre o uso do Facebook em particular, pode ser aplicada às demais redes sociais neste caso: a universidade ainda não as usa em todo o seu potencial. E esse melhor uso poderia aumentar o envolvimento do usuário consideravelmente.

⁶¹ A matéria em comum foi “Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado”, entrada no Twitter dia 9/12/2020 e no feed do Instagram em 10/12/2020.

Em relação ao perfil comunicativo, as atividades da Secom estão muito mais alinhadas ao modelo de déficit, no qual é disseminado o conhecimento produzido pelos cientistas da UnB ao público, mas não há desenvolvimento de processos dialógicos efetivos. As redes sociais não têm se mostrado eficazes em dar um *feedback* nem no *midstream* e nem no *downstream*, haja vista a relativa baixa interação (comentários/respostas, vide gráficos 13, 16 e 19) e engajamento em geral (vide gráficos 12, 15 e 18). Contudo, isso pode também ocorrer porque tal responsabilidade participativa não está em sua missão institucional⁶², e sim apenas a de informar a comunidade interna e externa sobre atividades de ensino, pesquisa e extensão da instituição. Portanto, como Entradas et al. (2020) sinalizaram sobre um estudo em universidades alemãs, e conforme análise das publicações apresentadas aqui, no nível de comunicação central, as divulgações científicas da UnB parecem atender ao objetivo de visibilidade, mas não de engajamento público.

Não foi possível perceber o envolvimento dos pesquisadores nas divulgações científicas para além deles terem sido fontes de todas as matérias. Para buscar entender melhor a percepção desse importante público acerca do assunto, foi aplicado questionário que também compõe este estudo. As perguntas e os resultados estão apresentados no próximo capítulo.

5. INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

5.1. Apresentação dos dados

O questionário foi enviado para 2.594 docentes-pesquisadores da Universidade Brasília, obtendo uma taxa de resposta de 12% (306 inquiridos). Foi disponibilizado entre os dias 26 de outubro e 9 de novembro de 2021 (15 dias) e continha 28 perguntas divididas em cinco blocos temáticos com diferentes finalidades. A seguir a explicação sobre cada um deles. Na continuação, os resultados das questões uma a uma e seus respectivos gráficos.

Bloco I – perguntas 1 e 6: caracterizar o perfil social e profissional dos pesquisadores.

Bloco II – perguntas 7 a 11: levantar informações sobre o conhecimento dos pesquisadores acerca de comunicação de ciência.

Bloco III – perguntas 12 a 18: entender o consumo, por parte dos pesquisadores, do conteúdo online produzido pela Secom.

⁶² Disponível em <https://www.noticias.unb.br/secom>

Bloco IV – perguntas 19 a 24: conhecer sobre o relacionamento que os pesquisadores têm com a Secom.

Bloco V – perguntas 25 a 28: perceber se relacionam comunicação de ciência com a imagem institucional da UnB.

Questão 1: Qual o seu gênero?

Seguindo o exemplo de questionários anteriores aplicados institucionalmente na UnB, ao invés da pergunta ser sobre o “sexo”, que é determinado por fatores fisiológicos, optou-se pelo uso da palavra “gênero”. Embora dentre as opções de gênero também estejam o masculino e o feminino, o termo refere-se à maneira como a pessoa se identifica. Assim, havia uma opção “outros” para que o entrevistado pudesse digitar caso não se sentisse contemplado pelas outras duas. Além das três, havia a opção “prefiro não dizer”.

Apesar da preocupação relatada, ninguém optou por “outros”. Apenas dois respondentes não quiseram se identificar (1%), 169 foram homens (55%) e 135, mulheres (44%).

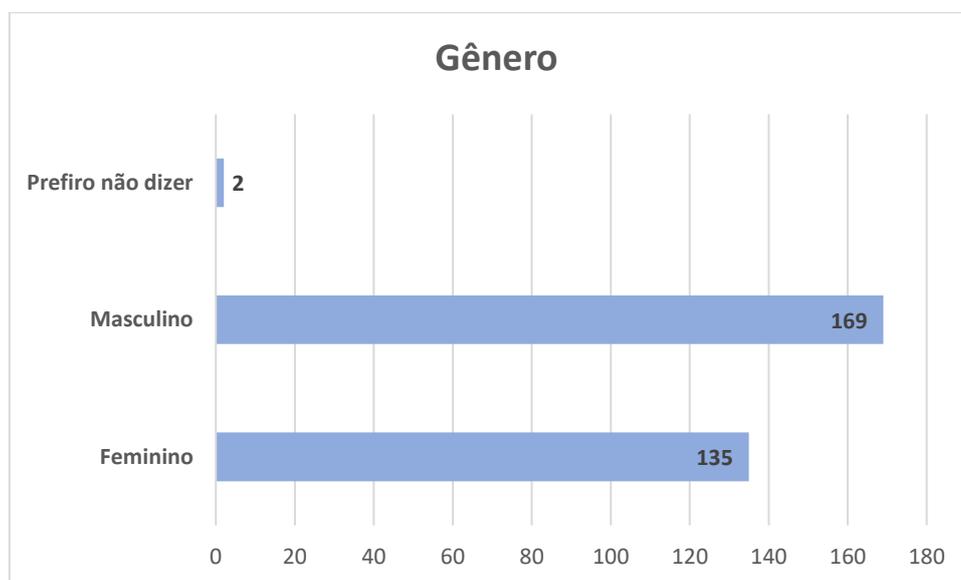


Gráfico 23: distribuição dos inquiridos por gênero

Questão 2: Qual a sua faixa etária?

Foram disponibilizadas seis faixas etárias, conforme o gráfico 24. A média de idade dos pesquisadores foi de 50 anos (49,68) e a mediana, 49 anos. A moda, elemento que possui maior frequência no rol, foi 43 anos (42,94).

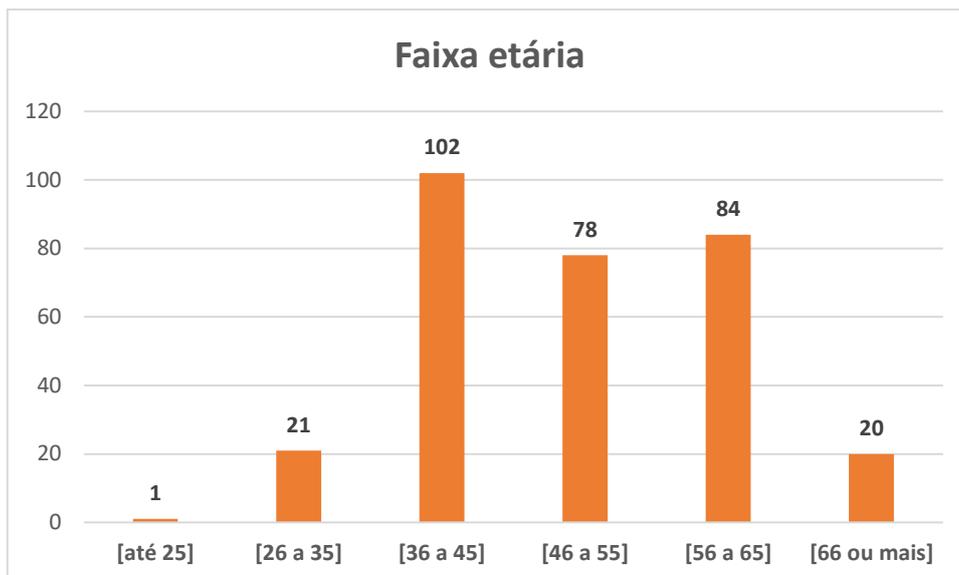


Gráfico 24: perfil dos pesquisadores por faixas etárias

Questão 3: Qual a sua área de atuação de pesquisa?

As áreas de pesquisa seguiram a divisão⁶³ utilizada pelo Ministério da Educação, pela Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e, conseqüentemente, pelas universidades brasileiras. Com mais respondentes ficou “Ciências da Saúde” (19%) seguida por “Ciências Sociais Aplicadas”, “Ciências Exatas e da Terra” e “Ciências Humanas” (16% cada), “Ciências Biológicas” (11%), “Engenharia” (10%) e, por fim, “Ciências Agrárias” e “Linguística, Letras e Artes” (6% cada). A pergunta foi relevante para caracterizar se havia um equilíbrio entre as áreas e quais delas seriam aquelas cujos pesquisadores estariam mais interessados nos temas propostos no questionário.

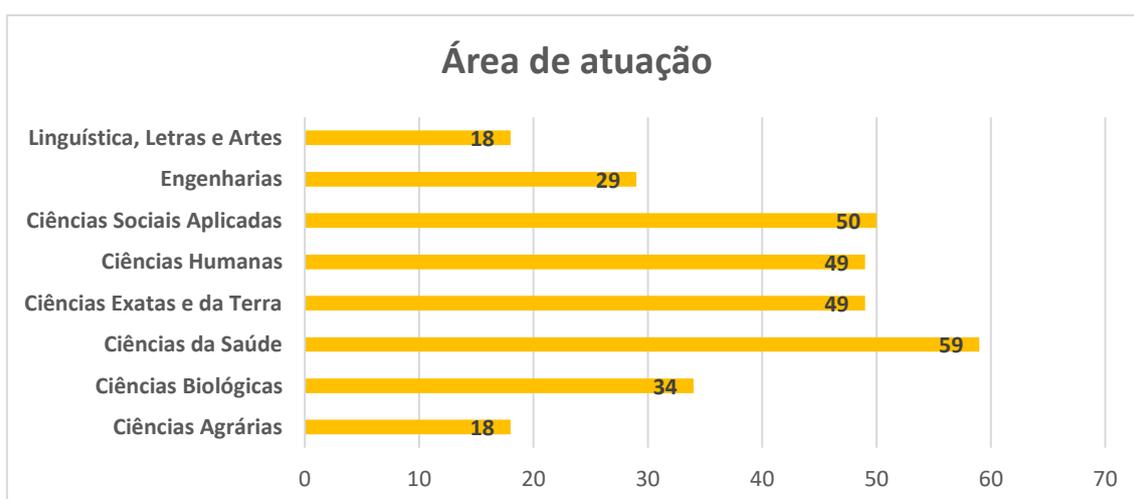


Gráfico 25: atuação dos pesquisadores por áreas de pesquisa

⁶³ Disponível em <https://www.gov.br/capes/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/avaliacao/instrumentos/documentos-de-apoio-1/tabela-de-areas-de-conhecimento-avaliacao>

Questão 4: Há quanto tempo realiza pesquisa(s) na UnB?

A pergunta buscou aferir a média de anos de trabalho e familiaridade com fazer pesquisa dentro da universidade pública e, em particular, da UnB. Constatou-se que 65% dos inquiridos têm mais de 10 anos “de casa”, ou seja, que realizam pesquisa na instituição. Desses, 25% têm mais de 20 anos de experiência. Com 10 anos ou mais realizando uma espécie de atividade, pode-se considerar que alguém adquire um grau de conhecimento moderado a elevado sobre essa atividade. Aqueles com menos anos de exercício na UnB (até 5 anos), somaram 15% e os “intermediários” (5 a 10 anos), 20%. O gráfico 26 apresenta as respostas por intervalos de tempo.

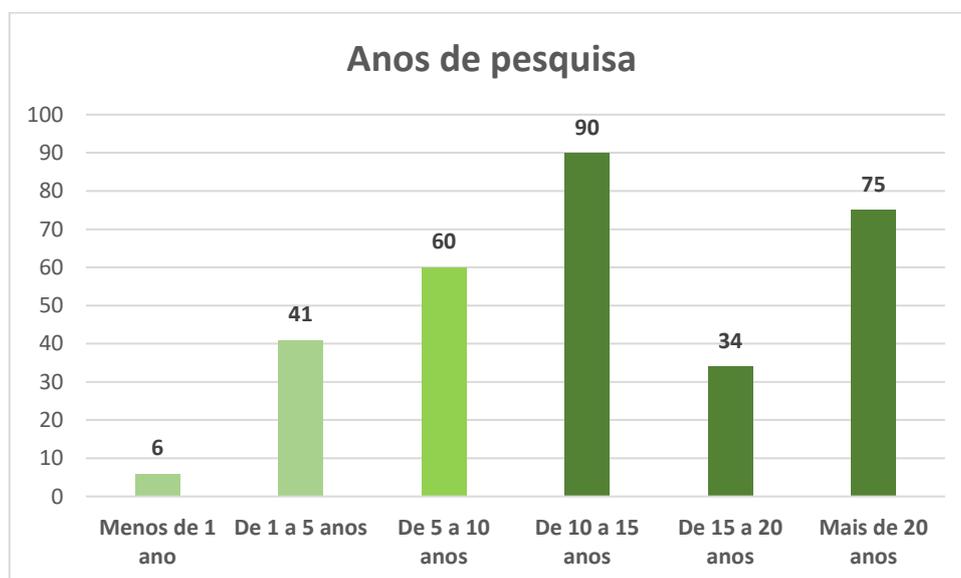


Gráfico 26: tempo que os pesquisadores realizam pesquisa na UnB

Questão 5: De quantos projetos de pesquisa participa atualmente?

Quase metade dos pesquisadores (49%) declarou trabalhar em mais de três projetos de pesquisa ao mesmo tempo. Desses, 18% marcaram que estavam envolvidos em 5 ou mais. Os envolvidos em um ou dois foram 17% e 27%, respectivamente e 7% declararam não estarem em nenhum projeto de pesquisa atualmente. O gráfico 27 traz os números correspondentes às porcentagens.

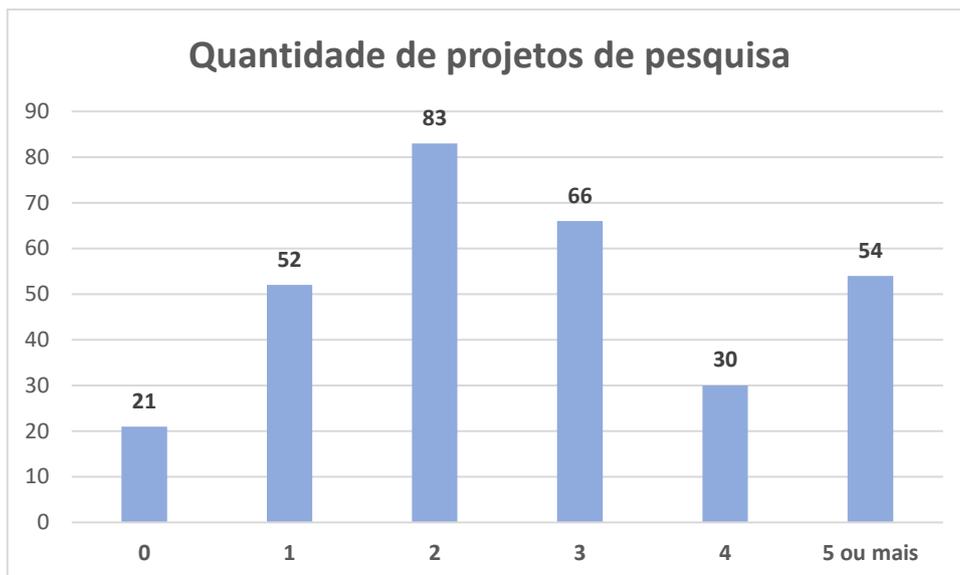


Gráfico 27: quantidade de projetos de pesquisa sendo desenvolvidos pelo inquirido

Questão 6: Quantos projetos de pesquisa já finalizou na UnB?

A maioria (56%) finalizou 5 ou mais projetos de pesquisa. Na ponta oposta, 7% dos respondentes não finalizaram nenhum projeto. Nota-se a semelhança de resultados com a questão anterior, na qual 7% também declararam não estarem envolvidos em nenhum projeto atualmente. Outros 21% terminaram entre 1 e 2 projetos de pesquisa e 16% tiveram entre 3 e 4 concluídos até então.

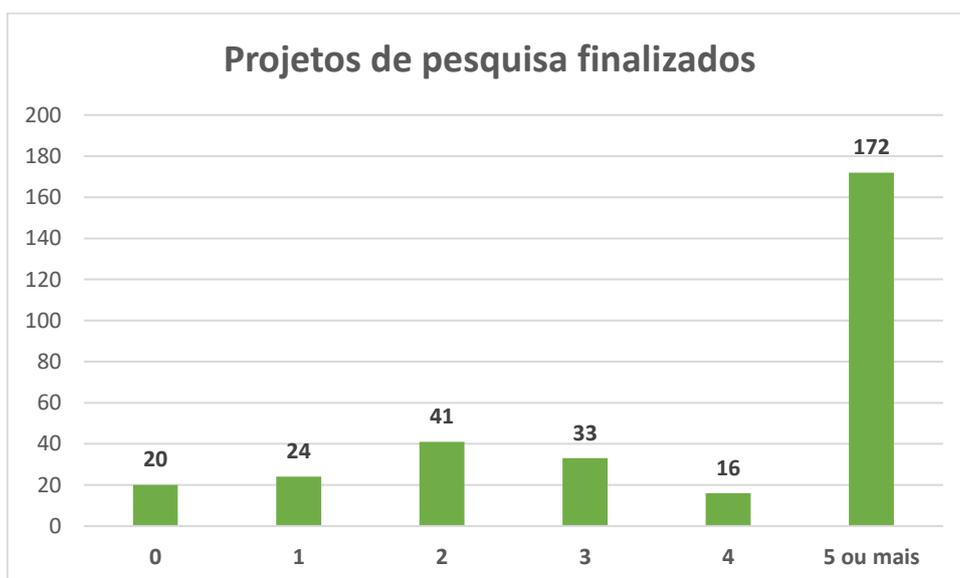


Gráfico 28: quantidade de projetos de pesquisa concluídos

Questão 7: Como considera sua familiaridade com o conceito de comunicação de ciência?

“Muita familiaridade” com o conceito de comunicação de ciência foi a opção de 29%, “alguma familiaridade”, de 49%, e “pouca familiaridade”, 18%. Assim, para 96% dos respondentes (293), comunicação de ciência não era algo desconhecido. “Nenhuma familiaridade” com o assunto foi a opção de apenas 4%.

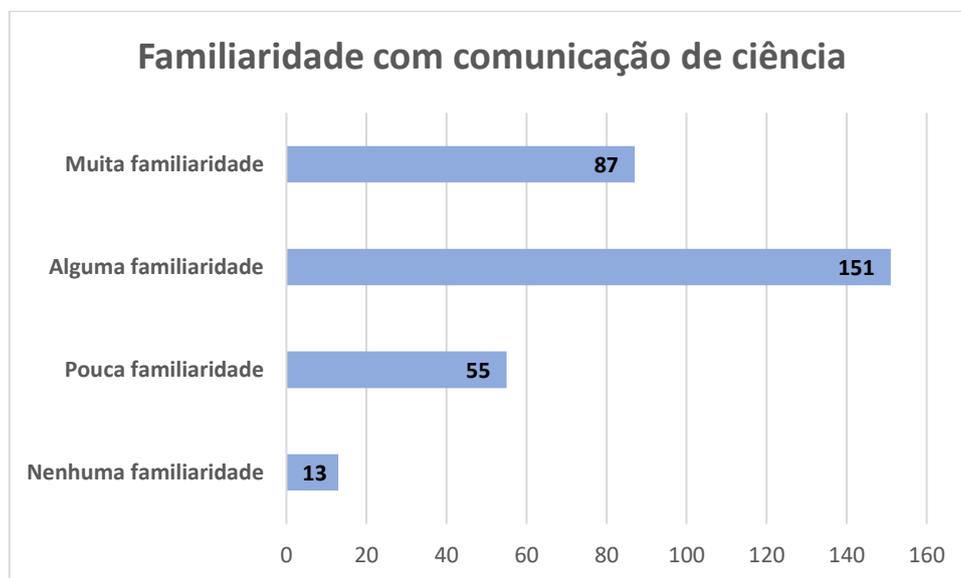


Gráfico 29: avaliação dos pesquisadores sobre a familiaridade com o assunto comunicação de ciência

Questão 8: Como considera seu interesse em comunicação de ciência?

“Muito interesse” em comunicação de ciência foi a principal resposta, obtendo 62% do total (190), seguida de “algum interesse”, com 31% (95), e “pouco interesse” ficou com 6% (18). Somente 1% (3 pessoas) afirmou não ter “nenhum interesse”. Na questão 7, muita e alguma familiaridade somaram 78% e o muito ou algum interesse aqui chegaram a 93%. Portanto, é possível inferir que o interesse no assunto é superior ao conhecimento que possuem.

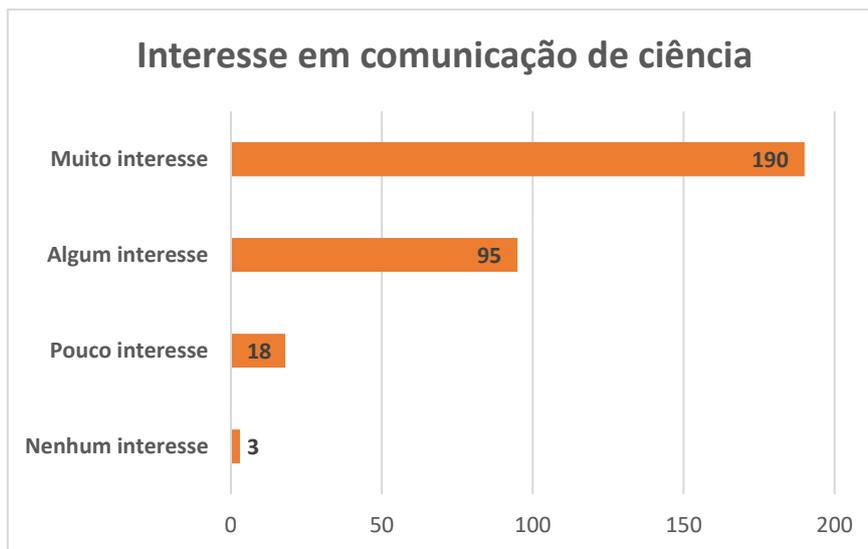


Gráfico 30: avaliação do interesse dos pesquisadores em comunicação de ciência

Questão 9: Quais as principais formas que você utiliza para comunicar ciência com o público não especialista?

A questão pedia que fossem marcadas até duas opções. A participação em “eventos presenciais e virtuais” (29%) junto às “redes sociais” (24%) foram eleitas as melhores formas dos pesquisadores se comunicarem com a população em geral. Juntas, essas duas opções somaram mais da metade (53%) das respostas. Na sequência vieram os “sites de jornais e/ou de revistas não especializadas” (13%), “Youtube ou similares” (10%), “podcasts” (6%), “televisão” (5%) e “rádio tradicional ou online” (3%). Um percentual significativo de 10% não se comunica com o público não especialista.

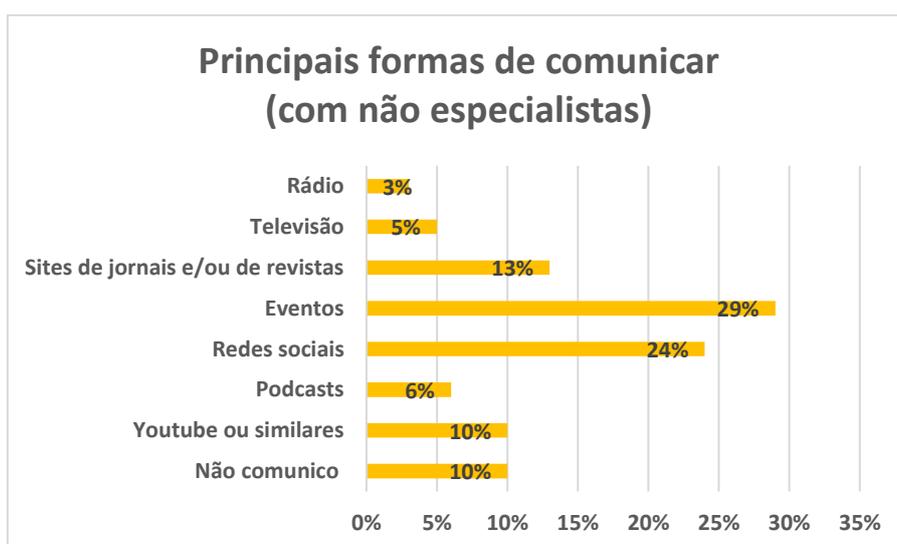


Gráfico 31: principais meios de comunicação utilizados pelos pesquisadores para se comunicarem com o público não especialista

Questão 10: Com que frequência realiza comunicação de ciência com o público não especialista?

A frequência mais comum foi “algumas vezes” (35%), seguida de “poucas vezes” (22%), “raramente” (17%) e “muitas vezes” (13%). Interessante notar que 13% dos pesquisadores responderam que não realizam, ou seja, não têm o hábito de se comunicarem com pessoas de fora de suas áreas. Uma observação válida é que, apesar de na questão 9 um total de 63 respondentes (10%) declararem não se comunicar com o público não especialista, nesta foram menos pessoas (39) a declarar igual opção. Entretanto, a porcentagem aumentou em 3% devido às diferenças entre o comando das perguntas e suas as opções de respostas (até duas X única).

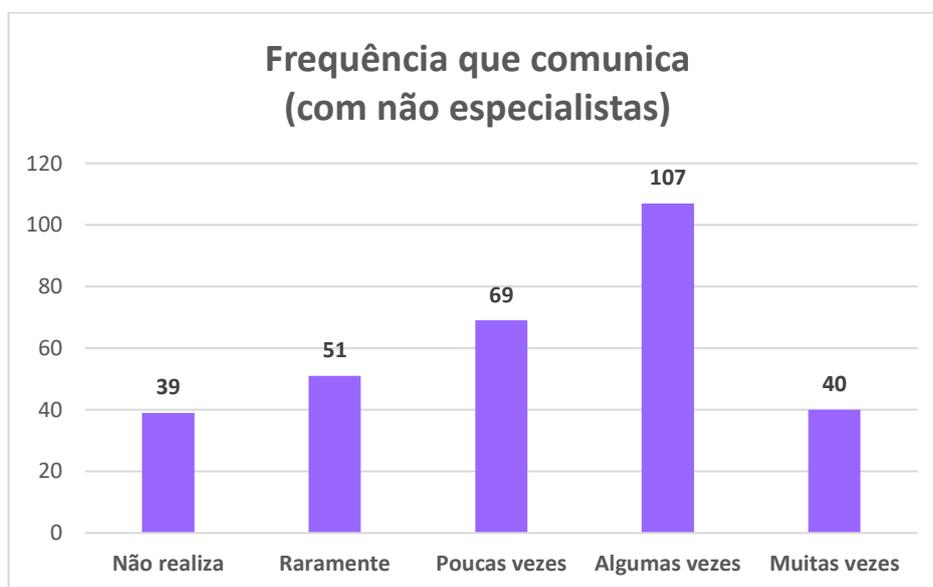


Gráfico 32: frequência que comunica com não especialistas

Questão 11: Quais os principais motivos para não comunicar ciência?

A questão pedia que fossem marcadas até duas opções. As principais respostas foram a “falta de tempo” (27%) e o “pouco incentivo” da universidade (19%). Foi dada a opção de refutar que houvesse motivos para não comunicar ciência e essa foi a terceira mais votada (16%). Em sequência vieram a “falta de conhecimento/técnica” (14%) para realizar a comunicação, “risco de simplificação excessiva da pesquisa” (11%) e “risco de distorção da pesquisa” (9%). Por último, a “falta de interesse” foi apontada por 4%.

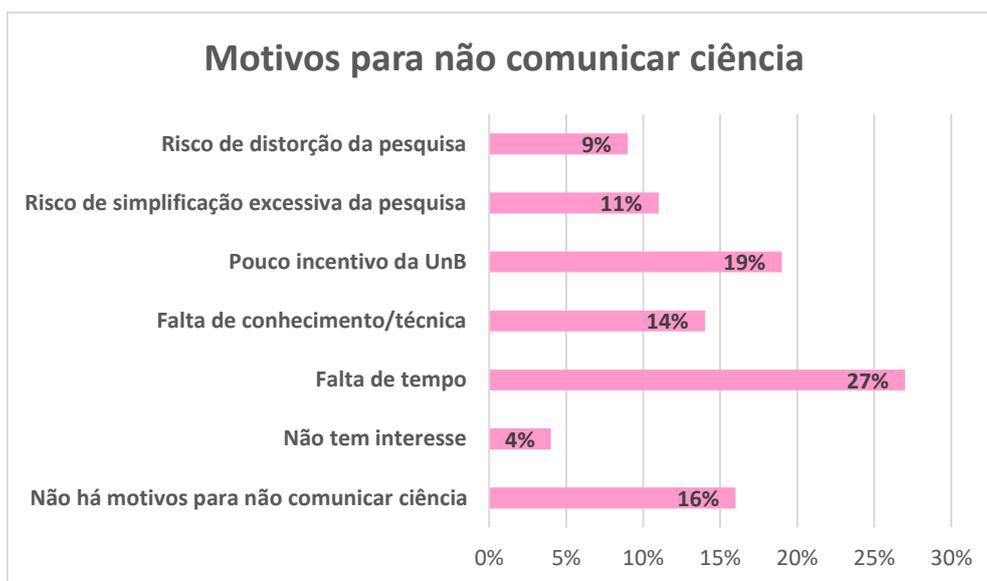


Gráfico 33: avaliação dos motivos para não comunicar ciência

Questão 12: Principais meios que utiliza para se informar sobre o que está acontecendo na universidade?

Nesta pergunta o respondente podia marcar até três opções. Dentre os principais meios que pesquisadores utilizam para se informar sobre a universidade, destacaram-se três: o “e-mail” (21%), o “portal da universidade” (17%) e as “reuniões de departamento/instituto/faculdade” (16%). Estas últimas incluíam as virtuais, que foram as opções viáveis durante o período de aplicação do questionário, por conta da suspensão das atividades presenciais devido à pandemia de covid-19. Ficaram praticamente empatados as “redes sociais da UnB”⁶⁴ (10%) e “Whastapp, Telegram ou similares” (9,5%), que são *instant messengers* disponíveis nos telemóveis, seguidos do “InfoUnB ou Informe UnB” (8,5%), que são informativos diários recebidos por e-mail, “site do próprio departamento/instituto/faculdade” (8%) e as “redes sociais do próprio departamento/instituto/faculdade” (7%). Menos utilizados como meio de informação ficaram o canal do “UnBTV no Youtube” (2%) e os “murais de aviso” (1%), que também devido ao período da não-circulação da comunidade no ambiente físico, reforça ter sido uma opção menos popular.

⁶⁴ As três contas nas redes sociais já mencionadas: twitter.com/unb_oficial; facebook.com/oficialUnB e instagram.com/unb_oficial.

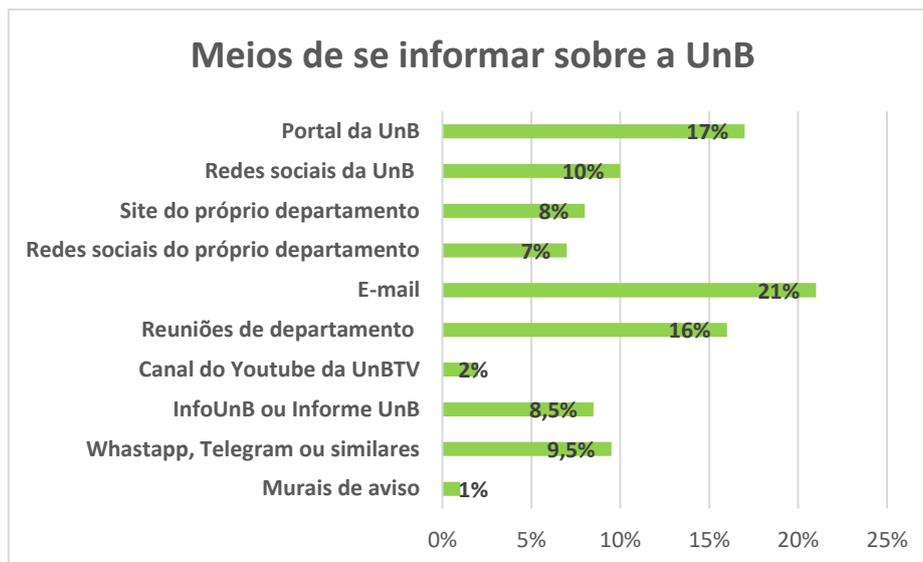


Gráfico 34: meios que os pesquisadores utilizam para se informar sobre assuntos da universidade

Questão 13: Principais meios de acompanhamento das divulgações científicas realizadas pela UnB?

A orientação da pergunta era que podiam ser escolhidas até três opções. Aqui só foram disponibilizados canais geridos pela Secretaria de Comunicação. A forma mais utilizada pelos pesquisadores para se informar sobre as divulgações científicas foram os sites “UnB Notícias” (42%) e “UnB Ciência” (18%). A opção “nenhuma das alternativas” ficou com a terceira maior quantidade de votos, 17%. Logo, um número significativo de pesquisadores não tem o hábito de se informar sobre as divulgações científicas que a Secom realiza por nenhum meio. Na sequência ficaram as redes sociais: “Instagram” (12%), “Facebook” (6%) e “Twitter” (5%).

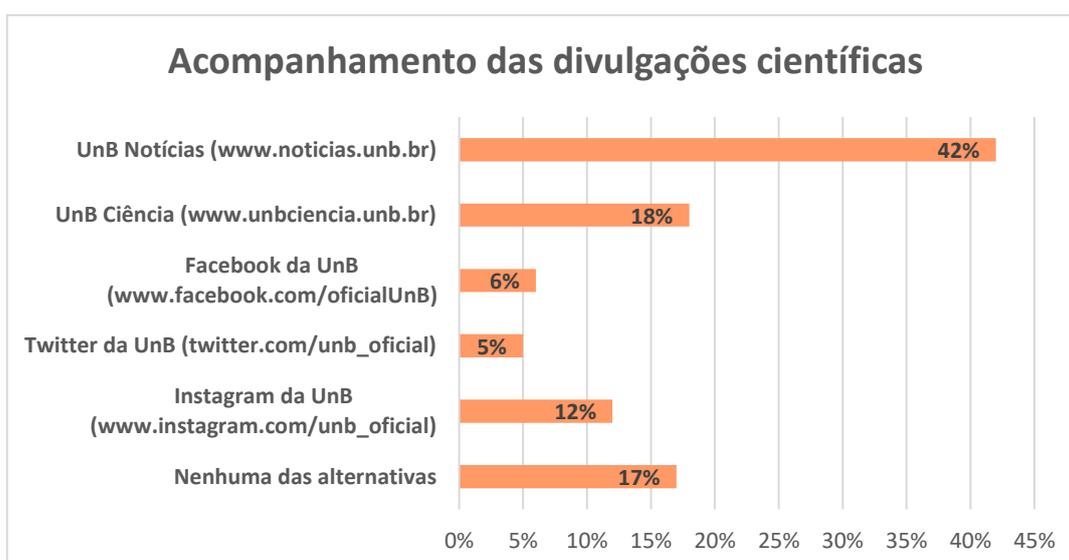


Gráfico 35: meios de comunicação utilizados para acompanhar as divulgações científicas da UnB

Questão 14: Qual sua frequência de acesso ao site UnB Notícias (www.noticias.unb.br)?

As frequências de acesso ao site UnB Notícias mais marcadas foram “algumas vezes” (32%), “poucas vezes” (22%) e “raramente” (20%). As opções diametralmente opostas, “não acesso” e “muitas vezes”, ficaram com 15% e 11%, respectivamente. Portanto, há mais investigadores que nem sequer acessam o site do que aqueles que o fazem com muita frequência.

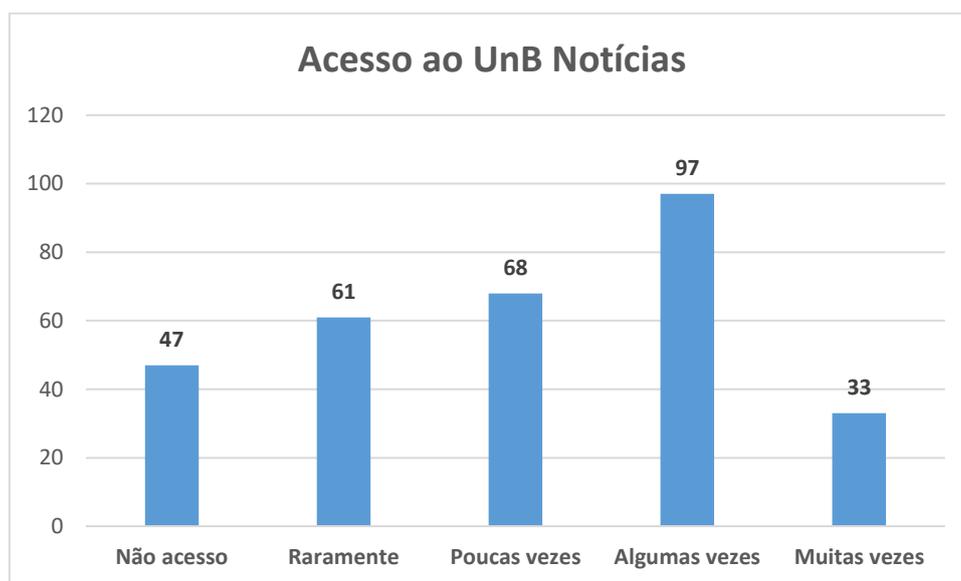


Gráfico 36: frequência de acesso dos pesquisadores ao www.noticias.unb.br

Questão 15: Qual sua frequência de acesso ao site UnB Ciência (www.unbciencia.unb.br)?

A ordem das frequências de acesso ao site UnB Ciência, das mais marcadas para a menos, foi: “não acesso” (39%), “poucas vezes” (22%), “raramente” (19%), “algumas vezes” (16%) e “muitas vezes” (4%). As respostas da questão 13 já tinham demonstrado que o Ciência é bem menos popular que o Notícias, mas chama atenção que a opção mais escolhida tenha sido a do não acesso.

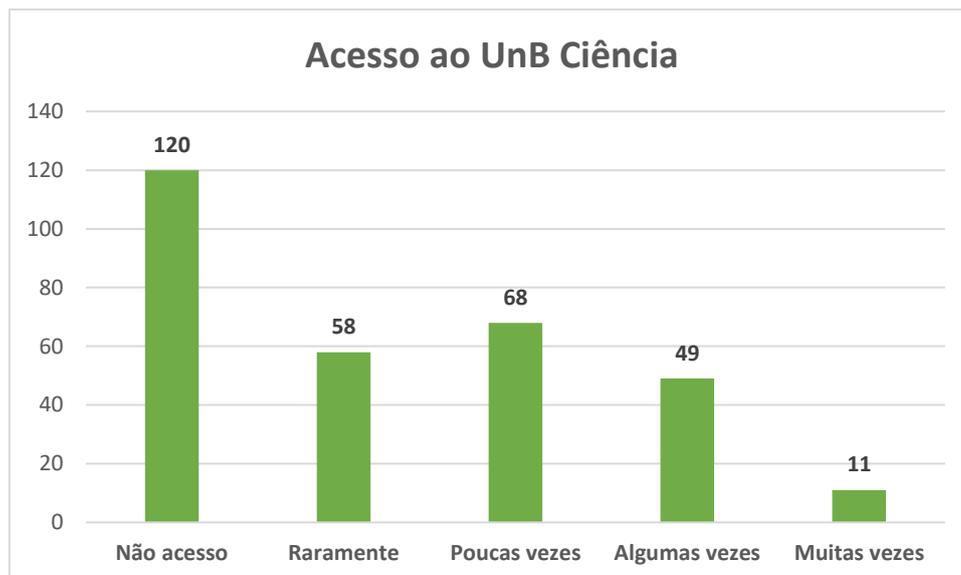


Gráfico 37: frequência de acesso dos pesquisadores ao www.unbciencia.unb.br

Questão 16: Curte ("like") conteúdos publicados nas redes sociais da UnB já mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)?

Para saber o tipo de interação mais usual dos pesquisadores com as redes sociais da UnB, foram feitas três perguntas específicas (questões 16 a 18). Esta primeira foi sobre a frequência que costumam dar "likes" (gostos) no conteúdo ali divulgado. Os resultados apontaram a seguinte ordem: "nunca" (35%), "algumas vezes" (25%), "raramente" (18%), "muitas vezes" (12%) e "poucas vezes" (10%). Destarte, mais da metade (53%) dos inquiridos não interage desta forma ou raramente o fazem.

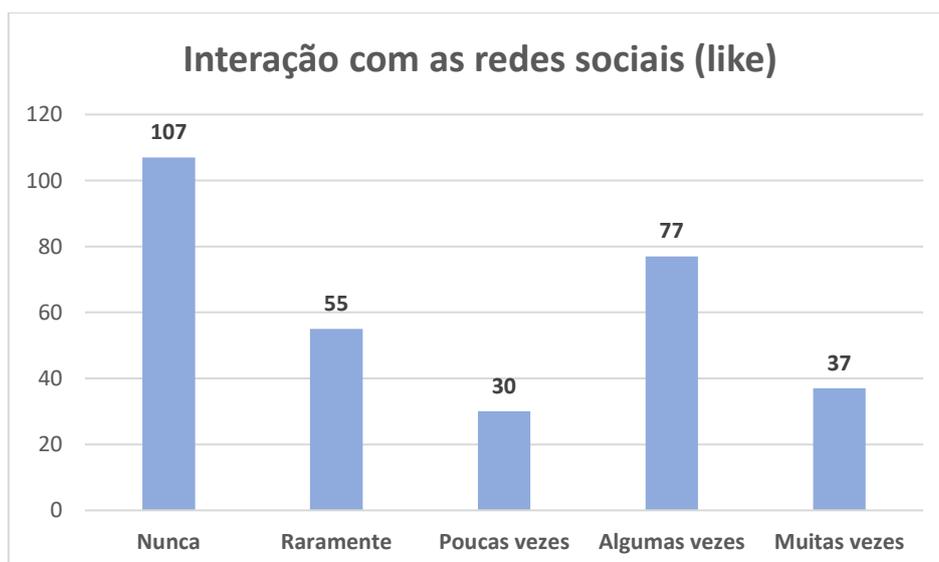


Gráfico 38: frequência de interação (likes/gostos) dos pesquisadores com as redes sociais da UnB

Questão 17: Compartilha conteúdo publicado nas redes sociais da UnB já mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)?

A ordem das opções mais marcadas para menos: “nunca” (39%), “raramente” (21%), “algumas vezes” (19%), “poucas vezes” (13%) e “muitas vezes” (8%). Assim como no resultado da pergunta anterior, aqui novamente, mais da metade (agora com um percentual ainda maior, de 60%) dos inquiridos não compartilha ou raramente o fazem. Além disso, nesta pergunta, caíram as quantidades de respostas daqueles que o fazem algumas vezes e muitas vezes.

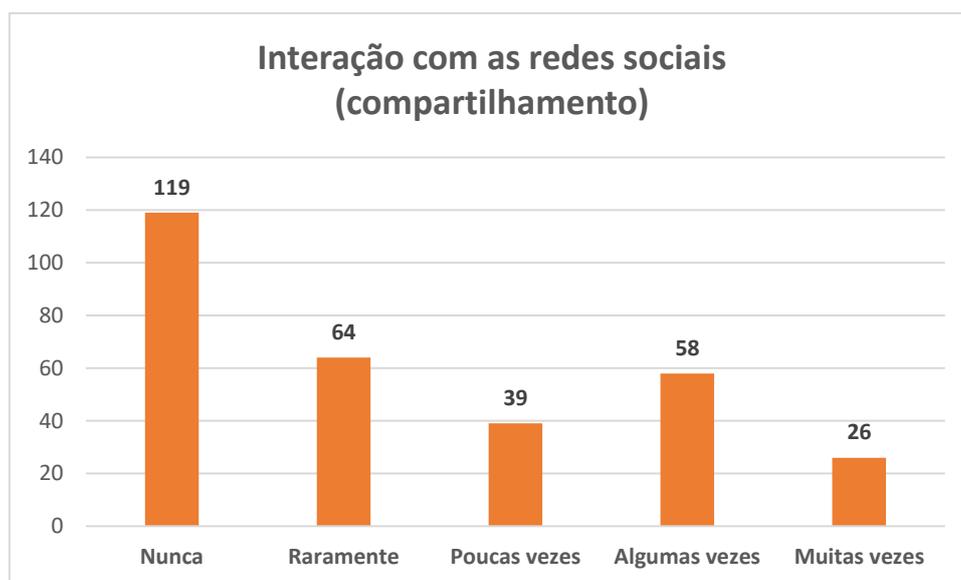


Gráfico 39: frequência que os pesquisadores compartilham conteúdos das redes sociais da UnB

Questão 18: Comenta nas publicações da UnB nas redes sociais já mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)?

“Nunca” (47%), “raramente” (29%), “poucas vezes” (13%), “algumas vezes” (9%) e “muitas vezes” (2%) foi a ordem decrescente dentre as respostas. Este é o tipo de interação menos frequente dentre as três (like/gosto, compartilhamento e comentário), com 76% relatando que não comentam ou raramente o fazem. A frequência de interação mais alta foi like/gosto, com 37% afirmando que o fazem algumas ou muitas vezes (ver questão 16), compartilhamento (27%, ver questão 17) e, por última, a interação de comentar, na qual as escolhas dessas duas alternativas, algumas ou muitas vezes, somaram 11%.

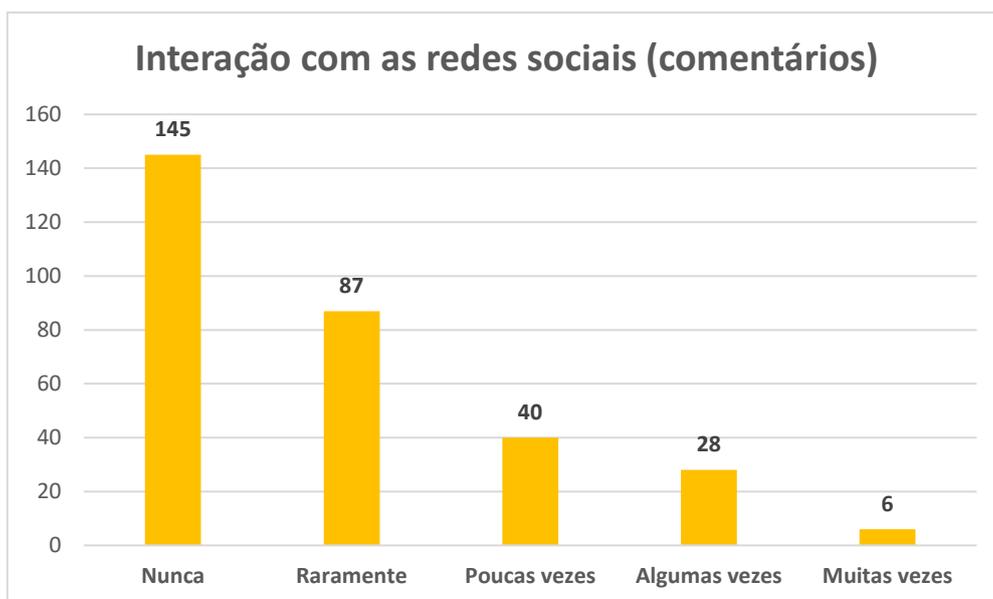


Gráfico 40: frequência que pesquisadores comentam em publicações das redes sociais da UnB

Questão 19: Nível de conhecimento sobre o trabalho Secretaria de Comunicação.

As principais respostas foram “pouco” (43%) e “algum conhecimento” (37%). “Nenhum” (14%) ficou com mais que o dobro do percentual de “muito” (6%). Chama a atenção que mais da metade (57%) dos pesquisadores, principais fontes de diversas publicações da Secom, relatam conhecerem nada ou pouco sobre as atividades do setor.

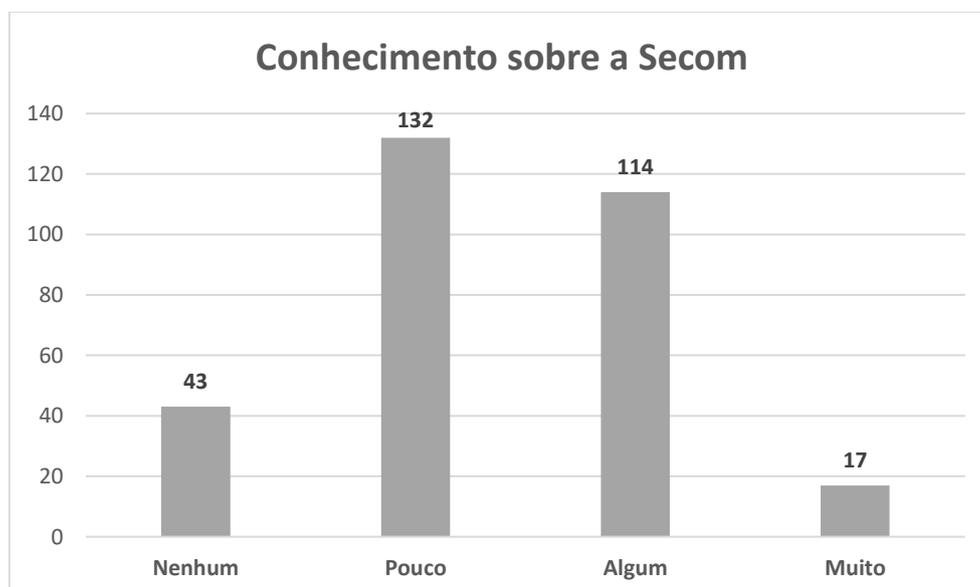


Gráfico 41: avaliação do conhecimento sobre o trabalho da Secom

Questão 20: Frequência que envia informações científicas para Secom divulgar.

Dos respondentes, 47% nunca enviaram informações para a Secretaria divulgar e 26% raramente envia. “Poucas vezes” foi a resposta de 15%, “algumas vezes”, de 9%, e “muitas vezes”, de 3%. Portanto, quase metade dos inquiridos alegou nunca ter enviado material para a Secom divulgar.

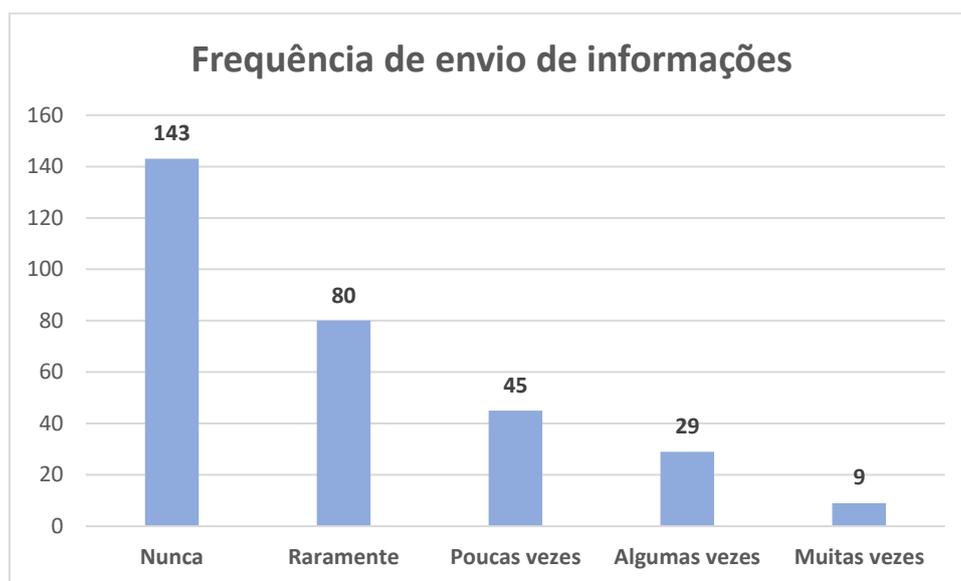


Gráfico 42: frequência que os pesquisadores enviam informações para a Secom divulgar

Questão 21: Frequência que Secom divulga informações científicas enviadas por você.

“Nunca” continuou sendo a resposta mais dada (47%), seguida de “raramente” (21%), “poucas” e “algumas vezes” ficaram empatadas com 12% cada e “muitas vezes” ficou com 8%. Observa-se aqui o aumento desta última resposta em relação ao envio, questionado na pergunta 20. Enquanto apenas 3% relatavam enviar material muitas vezes para a Secom divulgar, o percentual da divulgação “muitas vezes” por parte da Secom aumentou em 5%. Também de acordo com a pergunta anterior, 47% nunca enviou informações para a Secom divulgar, logo, era esperado que esse número se repetisse ou aumentasse nesta pergunta. Houve duas respostas a mais a esta opção, entretanto, percentualmente continuou com o mesmo valor (47%).

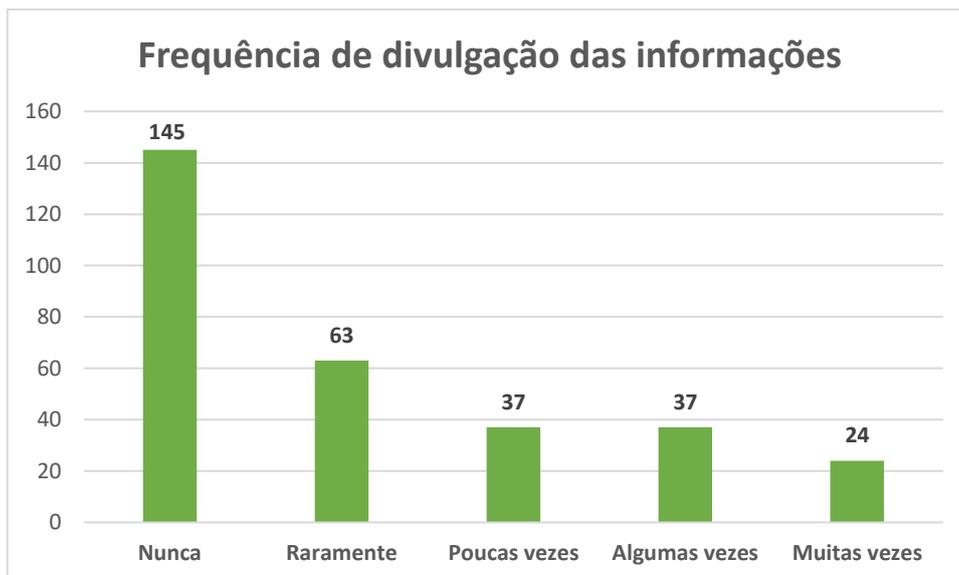


Gráfico 43: frequência que a Secom divulga as informações enviadas pelos pesquisadores

Questão 22: Nível de confiança nas divulgações científicas realizadas pela Secom/UnB.

Apesar do não envio de informações para a Secom chegar próximo à metade das respostas da questão 20, o que denota um algum distanciamento entre pesquisadores e secretaria, o nível de confiança nas divulgações científicas feitas por ela foi bastante positivo. O índice “muita confiança” resultou em 57%, seguido de “alguma confiança” (35%), “pouca” (6%) e “nenhuma confiança” (2%).

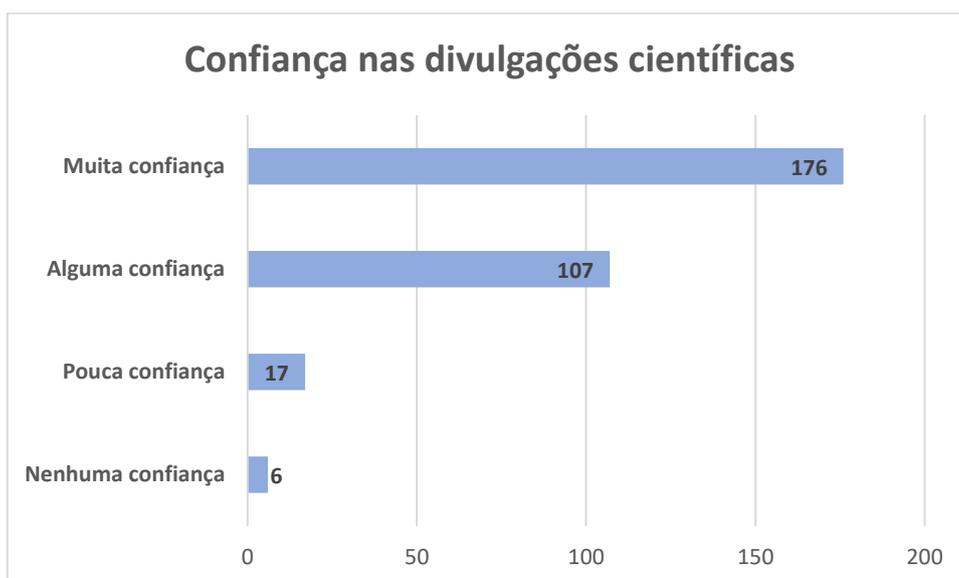


Gráfico 44: nível de confiança nas divulgações científicas da Secom/UnB

Questão 23: Nível de satisfação com o trabalho de divulgação científica realizado pela Secom.

No que tange à satisfação com o trabalho de divulgação científica, a opção “indiferente” (30%) apareceu em primeiro, “satisfeito” (28%) veio logo após e, na sequência, “parcialmente satisfeito” (20%), “muito satisfeito” (14%), “insatisfeito” (6%) e “muito insatisfeito” (2%). Apesar dos pesquisadores terem um índice relativamente alto de confiança nas divulgações científicas da Secom (57%), como visto na questão 22, a satisfação não está tão alinhada com a confiança.

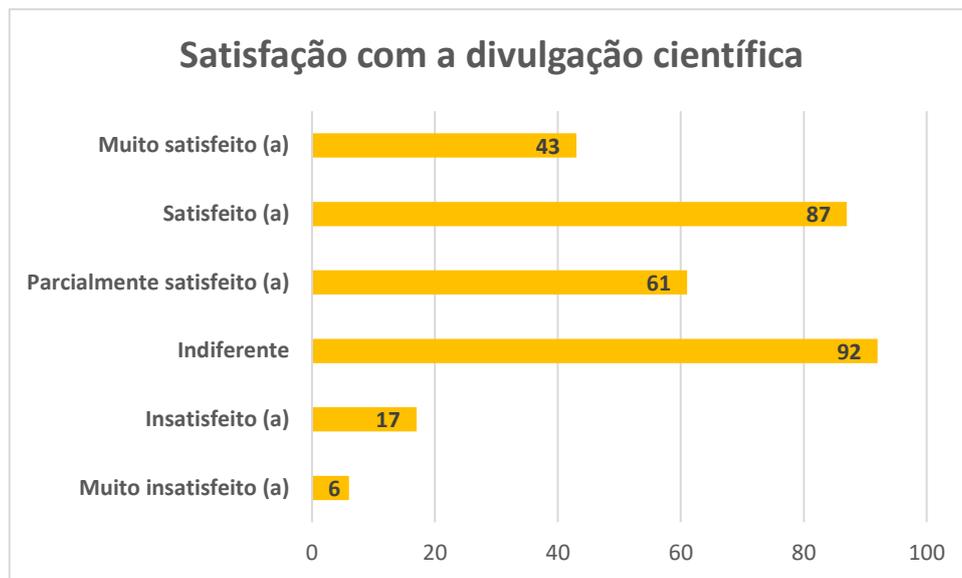


Gráfico 45: satisfação com as divulgações científicas da Secom/UnB

Questão 24: Consegue identificar pontos a melhorar no trabalho de divulgação científica da Secom/UnB? Caso sim, cite abaixo. Caso não, deixe em branco.

A única pergunta aberta e opcional do questionário obteve 91 respostas (taxa de resposta: 30%). Apesar da orientação de que, caso não conseguisse identificar pontos de melhorias, deveria deixar a questão sem resposta, 12 respondentes (11%) utilizaram o espaço para declarar que não tinham sugestão ou fazer alguma observação não pertinente à pergunta ou de cunho pessoal, como por exemplo, que não possuía perfil em rede sociais e por isso não se informava por esses meios. As demais respostas foram agrupadas em onze categorias, abaixo explicadas e com seus devidos percentuais. Algumas respostas foram enquadradas em mais de uma categoria porque sugeriram mais de uma ação de melhoria.

- 1) Processos e formas de divulgação (26%):** 28 pesquisadores mencionaram a necessidade de a Secretaria de Comunicação aumentar a divulgação atual, expandi-la, utilizar outros meios (como listas de transmissão no *whatsapp* ou *mailing list* específico) para divulgar as pesquisas. Também recomendaram deixar o procedimento de divulgação científica mais claro para os pesquisadores. Houve, inclusive, a menção de tornar uma possível política de divulgação científica mais conhecida (que, na verdade, até o momento, não existe).

- 2) Mais proatividade (23%):** 25 pesquisadores mencionaram a necessidade de Secom ser mais proativa no contato com os pesquisadores e/ou na busca de pauta junto a grupos de pesquisa, institutos e faculdades. Essa foi a segunda sugestão mais levantada pelos respondentes e ficou evidente que eles esperam que os profissionais de comunicação os procurem para assim estabelecer um relacionamento mais próximo e frequente.

- 3) Apresentar-se melhor (14%):** o papel que a Secom desempenha dentro da universidade deve ser devidamente apresentado aos pesquisadores. Foram 15 pessoas que mencionaram o desconhecimento ou a falta de clareza nas atividades da secretaria e sobre como ela pode ajudar os pesquisadores. Esse pedido pode ser relacionado à questão 19 (nível de conhecimento sobre o trabalho Secretaria de Comunicação), na qual 57% responderam ter pouco ou nenhum conhecimento.

- 4) Capacitação dos pesquisadores (6%):** para 7 inquiridos, é papel da Secom promover a capacitação dos pesquisadores em comunicação de ciência. A necessidade de cursos e treinamentos neste assunto pode ser reforçada junto ao índice da questão 8, na qual 93% responderam ter muito ou algum interesse em comunicação de ciência.

- 5) Mais imparcialidade (5%):** houve 5 relatos de que a Secom seria imparcial, no sentido que notícias administrativas e/ou da reitoria tinham mais destaque que conteúdos científicos. Palavras como imparcialidade e neutralidade foram utilizadas.

- 6)** Mais agilidade (5%): 6 pessoas reclamaram do tempo que a Secom demora para responder algum pedido de divulgação. Agilidade, rapidez e dinamicidade foram algumas das palavras usadas nas respostas.
- 7)** Mais diversidade de áreas (4%): 4 investigadores criticaram a concentração da divulgação científica em algumas áreas. De acordo com esses respondentes, há áreas ou linhas de pesquisa que recebem muito mais destaque que outras. Tal crítica pode encontrar fundamento nas análises de conteúdo do UnB Notícias, UnB Ciências e das redes sociais, apresentadas no capítulo anterior.
- 8)** Mais divulgação científica (2%): a falta de divulgação científica foi um ponto levantado por duas pessoas.
- 9)** Menos burocracia (2%): dois respondentes afirmaram que há muita burocracia para conseguirem fazer com que a Secom divulgue algo.
- 10)** Pesquisadores mais proativos (1%): uma pessoa citou que os pesquisadores precisam ser mais proativos e buscar a Secom para relatar suas pesquisas.
- 11)** Mais jornalistas especializados (1%): um inquirido sugeriu que a Secom deveria ter mais jornalistas especializados em ciência.

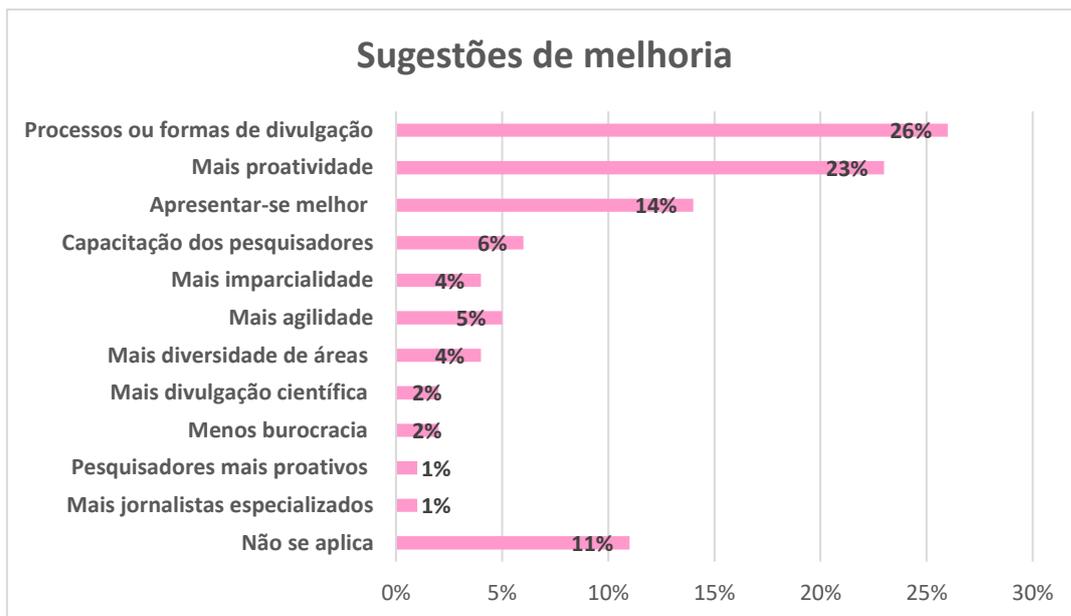


Gráfico 46: sugestões de melhoria para a Secom

Questão 25: Como percebe a imagem institucional da UnB?

A percepção que os pesquisadores têm da imagem institucional UnB tendeu muito mais à positiva, com mais da metade escolhendo esta opção (57%). Depois vieram “parcialmente positiva” (31%), “indiferente” (5%), “parcialmente negativa” (4%) e “negativa” (1%). A falta de opinião sobre o assunto foi a resposta de 2%.

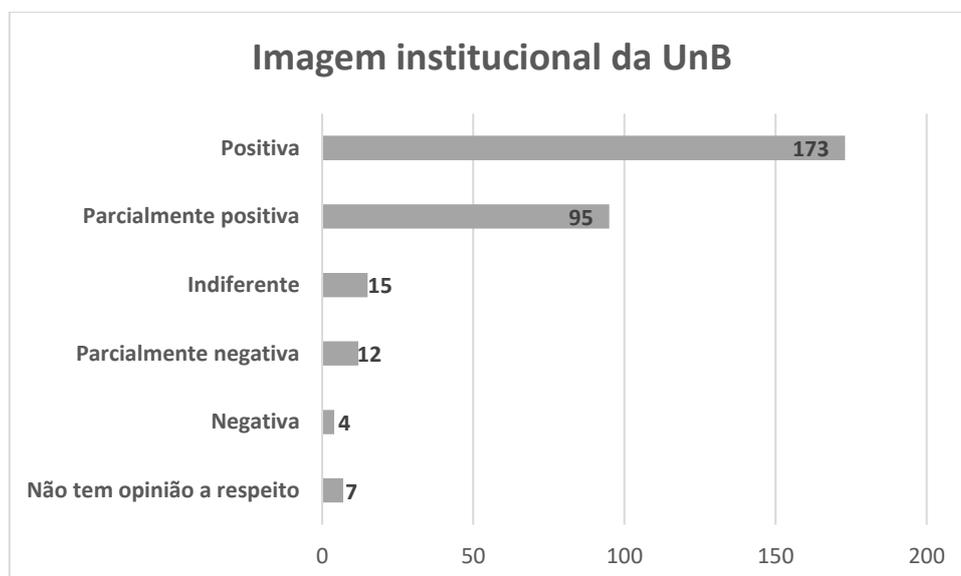


Gráfico 47: percepção da imagem institucional da UnB

Questão 26: Confiança que percebe que a sociedade tem em relação às divulgações científicas da UnB.

Mais da metade dos pesquisadores acreditam que a sociedade tem “muita confiança” (55%) nas divulgações científicas da UnB, 33% optaram por “alguma confiança”, 5% por “pouca confiança” e apenas um inquirido (0,5%) escolheu “nenhuma confiança”. A falta de opinião sobre o assunto foi a resposta de 6,5%.

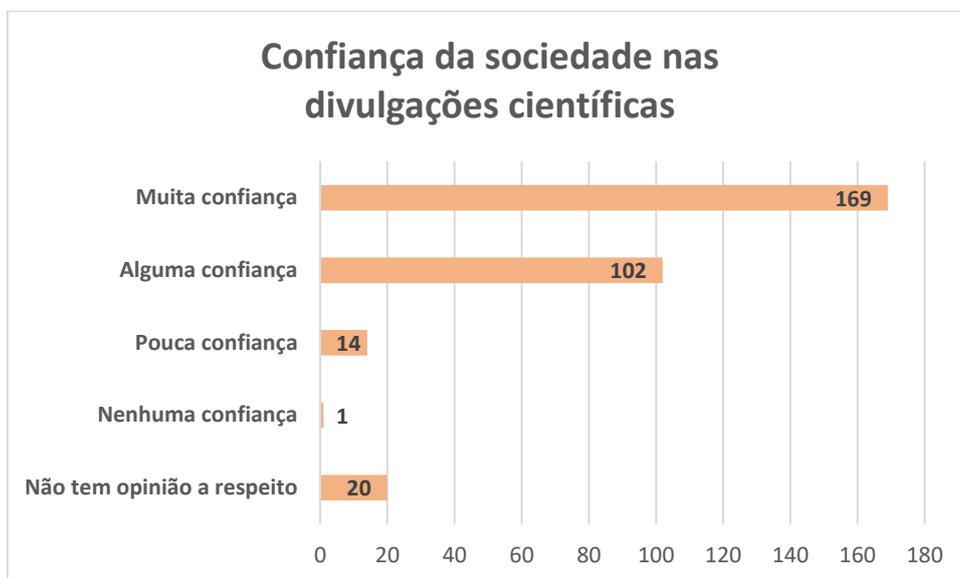


Gráfico 48: avaliação da confiança da sociedade nas divulgações científicas da UnB

Questão 27: Qual a influência da comunicação de ciência na imagem institucional?

Em relação à influência da comunicação de ciência na imagem institucional da UnB, 73% acreditam que há “muita influência”, 17% “alguma”, 4% “pouca” e 2% não enxergam nenhuma correlação. Os respondentes que não possuíam uma opinião a respeito foram 4%.

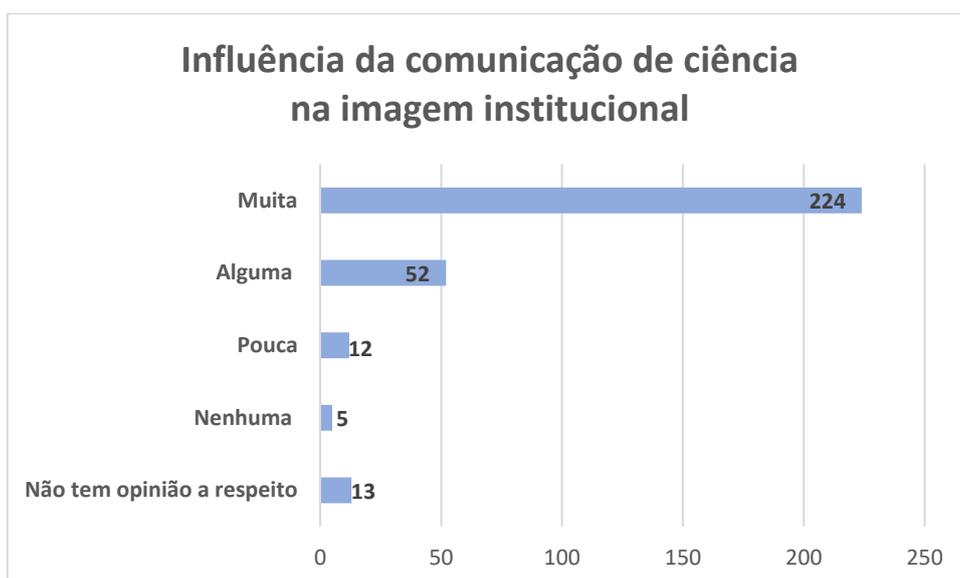


Gráfico 49: avaliação da influência da comunicação de ciência na imagem institucional da UnB

Questão 28: A comunicação de ciência reflete na melhora da imagem institucional da UnB?

A última pergunta do questionário foi a que obteve maior concentração de respostas em uma só alternativa. A grande maioria (84%) concordou com que a comunicação de ciência reflete na imagem institucional da universidade. “Concorda parcialmente” foi a opção de 11%, seguida por 3% de “indiferente”, 1,3% de “discordância parcial” e 0,7% de “discordância”.

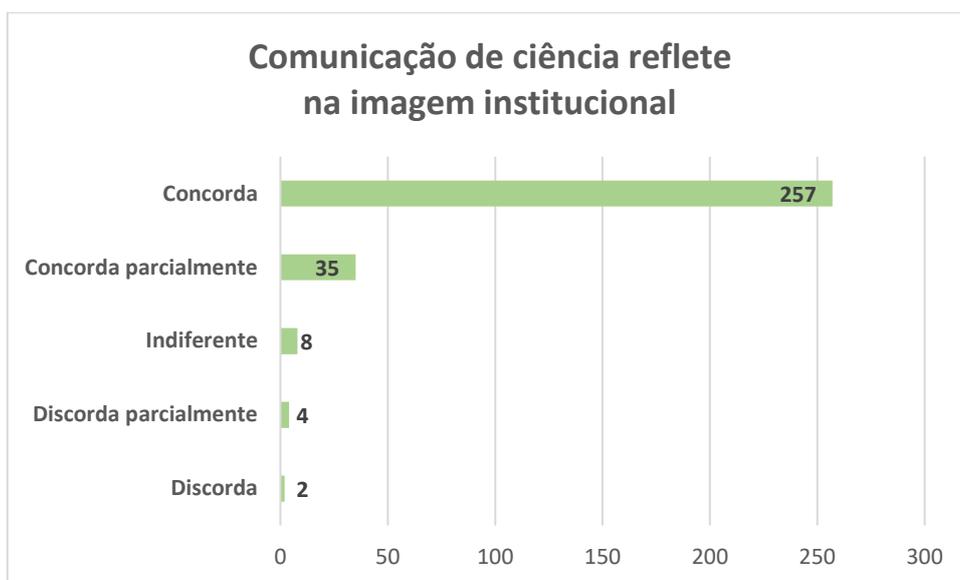


Gráfico 50: avaliação da comunicação de ciência na melhoria da imagem institucional da UnB

5.2. Discussão dos resultados

O primeiro bloco de perguntas mostrou que o respondente médio era um homem de 50 anos, com 10 a 15 anos de trabalho como pesquisador na UnB, que atualmente está envolvido em 2 ou 3 projetos de investigação e já finalizou mais de 5 pesquisas. Pode-se dizer, por conseguinte, que é uma pessoa com significativa experiência em realizar pesquisas na instituição. A área de Ciências da Saúde (19%), assim como foi a mais divulgada nas publicações da Secom no período analisado, foi aquela que obteve mais respondentes. Em seguida, ficaram empatados os respondentes das áreas de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Exatas e da Terra e Ciências Humanas (16% cada). Novamente, é possível traçar um paralelo com as publicações da Secom,

pois a área de Humanidades foi a segunda mais divulgada e engloba, em sua maioria, cursos das áreas de Ciências Sociais Aplicadas e Ciências Humanas⁶⁵.

No segundo bloco, foi positivo constatar que 78% declararam ter muita ou alguma familiaridade com o conceito de comunicação de ciência. Foi ainda mais positivo quando 93% afirmaram ter muito ou algum interesse no assunto. Diferente de que ocorre na Europa, conforme explicam Pinto e Carvalho (2009), onde agências governamentais e a Comissão Europeia exigem que os cientistas incluam em projetos de financiamento uma descrição das consequências da investigação para a sociedade e a forma que comunicarão o resultado a audiências não-técnicas, no Brasil não há uma regulamentação sobre a questão. As ações de comunicação acabam por serem geridas pelas próprias instituições, que muitas vezes também não obrigam a parte que se refere a comunicar, ao menos não de forma ampla, fora dos círculos mais restritos dos pares. Logo, o interesse, a boa-vontade, a *good will* a qual Fortenberry (2019) se refere, em comunicar por parte dos pesquisadores, é fundamental para a comunicação de ciência ser realizada.

Quantos às principais formas utilizadas para comunicar ciência com o público não especialista, notou-se a força dos eventos presenciais e virtuais (29%) e das redes sociais (24%). Youtube, plataformas similares de vídeos e podcasts somaram 16%. Tal resultado confirma a importância das mídias sociais na execução de ações de comunicação de ciência, reforçada recentemente por Schäfer e Fähnric (2020), Entradas et al. (2020), Koivumäki et al. (2021). Já os eventos, vão ao encontro do que Fortenberry (2019) defende, que nunca haverá um substituto ao contato face a face, mas que as novas tecnologias (nas quais podemos incluir as redes sociais e os eventos virtuais em tempo real) estão executando uma excelente função ao permitir o compartilhamento de ideias instantaneamente e globalmente. Apesar da maioria ter uma boa noção e interesse na comunicação de ciência, 57% relataram que a frequência de a realizar é algumas ou poucas vezes. Que raramente fazem ou não realizam comunicação de ciência somou 30% (90 respostas). Anteriormente, na pergunta sobre os meios de comunicar, 10% já haviam expressado que não se comunicavam com não especialistas. Fica claro que ter conhecimento e interesse não vem se traduzindo em comunicação efetiva.

As principais razões de não realizarem a comunicação de ciência, no entanto, parecem ser mais contornáveis que hipóteses arraigadas há muito e mencionadas por Carvalho e

⁶⁵A divisão adotada pela Secom é a que consta na tabela 1, mas para o questionário foi adotada a Tabela de Áreas do Conhecimento da Capes, disponível em <https://www.gov.br/capes/> e, via de regra, uma divisão de amplo conhecimento dos pesquisadores do país.

Cabecinhas (2004), como o risco de simplificação excessiva da pesquisa (11%) e risco de distorção da pesquisa (9%). As respostas mais escolhidas, a falta de tempo (27%), o pouco incentivo da UnB (19%), que não há motivos para não comunicar ciência (16%) e a falta de conhecimento/técnica (14%) deixam transparecer que ações sistemáticas institucionais podem ser proficuas. Com um número elevado de votos na opção sobre a falta de incentivo da universidade, é notório que o estímulo institucional, já mencionado seu crucial valor por Marcinkowski et al. (2014), é insuficiente aqui. A conscientização de se priorizar a comunicação de ciência junto com a pesquisa em si, a disseminação do próprio conceito, de sua abrangência e ampliar o incentivo da universidade para que seus pesquisadores a pratiquem, poderiam surtir efeito a curto prazo para pelo menos 76% dos inquiridos (soma dos percentuais das quatro respostas mais votadas). A médio prazo, também poderia inverter a falta de interesse de 4% dos inquiridos.

A primeira questão do terceiro bloco (nº12) aferiu como os pesquisadores têm se informado sobre a universidade em geral. Foram priorizadas opções de respostas de meios virtuais, em princípio devido às consequências da covid-19, porém as comunicações da Secom (e da UnB como um todo) para com a comunidade acadêmica antes da pandemia já eram muito mais online que físicas. Dentre as opções, uma é unicamente realizada de modo presencial, a “murais de aviso”, e foi a menos votada (1%). O consumo de informações foi maior via correio eletrônico (e-mail), portal da instituição e reuniões entre pares (de departamento/instituto/faculdade) online ou virtual. Essas três opções perfizeram 54% das preferências. Em seguida, vieram as redes sociais e aplicações de mensagens instantâneas nos telemóveis. Diferente do constatado no estudo de Entradas et al. (2021), infere-se que uma parcela considerável dos cientistas dá credibilidade às redes sociais ao admitirem se informar por meio delas. Mas neste caso são as redes sociais da própria instituição e não em geral. É válido ressaltar o potencial dos *instant messengers*, pois dentre as opções mais votadas (e possíveis de uso pela área de comunicação), é aquela que ainda não é utilizada pela Secom. As respostas foram esclarecedoras no sentido de saber as principais formas que os pesquisadores têm consumido informações sobre a UnB e as melhores formas de futuras comunicações chegarem até eles.

A questão seguinte buscou ser mais específica ao perguntar por onde acompanham as divulgações científicas da UnB. O site UnB Notícias obteve uma boa vantagem, de no mínimo 24% maior que as demais opções. Um ponto de atenção foi que o percentual entre o UnB Ciência,

segundo mais votado, e a opção “nenhuma das alternativas”, a terceira, foi de apenas 1%. Assim, é possível que muitos pesquisadores nem sequer conheçam o site voltado especificamente para a divulgação científica ou até o confundam com o Notícias, uma vez que na página inicial do portal, quando há destaque de matérias recém-publicada, não há uma diferenciação entre o que é de um site e o que é de outro. Dentre as redes sociais, o Instagram foi a mais popular, entretanto, conforme análise de conteúdo das publicações apresentada no capítulo anterior, é a menos usada para divulgações científicas. Facebook e Twitter tiveram praticamente metade dos votos que o Instagram, ficando em um mesmo patamar.

As perguntas 14 e 15 se concentraram em aferir a frequência de acesso aos sites geridos pela Secom no portal da UnB. Constatou-se uma grande disparidade: enquanto 43% expressaram acessar o Notícias algumas ou muitas vezes, no Ciência, “não acesso” ou “raramente” foi a resposta de 58%. Essas respostas conjugadas com as da questão 13, reforçam o desconhecimento de grande parte dos pesquisadores em torno de um site que é justamente para dar maior destaque à ciência que eles e grupos de pesquisa desenvolvem. Como já explicado, não há uma diferenciação dentre os destaques na *landing page* do portal, as matérias do Ciência são bem menos frequentes que o Notícias e os layouts de ambos os sites são parecidos, tais fatores podem contribuir para não se aperceberem que se trata de um site distinto. É perceptível a necessidade de a Secom dar maior visibilidade e diferenciação ao produto, caso queira mantê-lo com a finalidade a que se destina.

Koivumäki e Wilkinson (2020) pontuaram que em relação aos cientistas, pouco se sabe se eles têm o costume de usar as redes sociais estrategicamente para divulgar suas atividades. Como a Secom possui essa prática em relação à divulgação científica, para fechar o terceiro bloco, três perguntas foram destinadas a conhecer a interação praticada pelos pesquisadores em relação às contas nas redes sociais geridas pela Secretaria. Apesar de as redes sociais terem aparecido como a quarta principal forma dos pesquisadores se informar sobre a UnB, foi constatado que a interação não é habitual. A opção “nunca” foi a mais escolhida nas três perguntas, seguida por “raramente” na prática de compartilhamentos e comentários. Apenas no hábito de dar “likes” (gostos), a opção “alguma vezes” ficou à frente de “raramente”. Utilizar as redes sociais não significa, portanto, ser entusiasta delas. Na questão aberta (24), embora não se perguntasse sobre isso, houve três pessoas que pontuaram que não tinham perfis em redes sociais. Isso pode ser uma outra evidência porque a interação dos pesquisadores é baixa. Conforme Illingworth e Allen

(2016) frisam, nem sempre é do gosto pessoal de todos, mas é importante estabelecer uma presença efetiva na web, e isso inclui as redes sociais. Esta é mais uma forma do cientista realizar uma comunicação de ciência mais abrangente ou, no caso das divulgações da Secom, ajudar aquele conteúdo científico a ganhar relevância nesses meios tão repletos de informações superficiais e desinformações (*fake news*).

As seis questões que compuseram o quarto bloco buscaram compreender a relação que os pesquisadores têm com a Secretaria de Comunicação. O *feedback* mostrou que há um significativo distanciamento entre as partes e desconhecimento sobre as atividades da Secom. Mais que a maioria (57%) alegou ter pouco ou nenhum conhecimento sobre o trabalho da Secretaria de Comunicação. Concordando com a hipótese de Besley (2020), a comunicação de ciência pode estar aquém de seu potencial por conta do desconhecimento ao acesso limitado aos profissionais de comunicação. O entrosamento é ainda menor quando se refere ao envio de informações, “nunca” ou “raramente” enviou algo para ser divulgado foram as respostas preponderantes (73%). Seguindo esta linha, a questão seguinte abordava a frequência que a Secom divulgava aquilo que eles enviam. Houve uma melhora nos índices, pois as respostas “nunca” e “raramente” diminuíram (68%), assim como “poucas vezes”, “algumas vezes” e “muitas vezes” aumentaram. O crescimento discreto nas opções denota um retorno mais favorável da Secom (3% e 5% em “algumas vezes” e “muitas vezes”, respectivamente) e infere-se que, quando procurada, as chances de um retorno positivo do pedido de divulgação são maiores que as de uma negativa. Todavia, o lapso de um relacionamento mais próximo traz consequências negativas, como por exemplo, o prejuízo do bom desenvolvimento do “trinómio cientista-comunicador-jornalista” (Pinto e Carvalho, 2011). A lacuna corrobora para ocorrer uma espécie de ciclo vicioso e restrito, no qual os pesquisadores procurados pela Secom para serem fontes externas (para os *media*) são sempre os mesmos, deixando de oportunizar o potencial de mais pesquisas e seus protagonistas dentro do vasto corpo docente. A UnB também deve se valer da estratégia de construir uma comunicação de ciência mais abrangente por meio da publicização de mais investigações, afinal cientistas visíveis, universidade visível (Marcinkowski et al., 2014). Contudo, é preciso cautela para o aumento na visibilidade não ser um objetivo despropositado de outros que promovam a comunicação de ciência como um todo e não causar pressão desnecessária nos cientistas.

Confiança é um bem imaterial de enorme valia nas relações, inclusive nas profissionais. É por meio dela que os relacionamentos têm mais chance de serem prósperos e mutuamente benéficos. Ao invés de perguntar diretamente se os cientistas percebiam a *expertise* na área de comunicação que os apoia, associando diretamente a discernimentos de Marcinkowski et al. (2014) e Besley et al. (2021), as perguntas giraram em torno da confiança e satisfação, sentimentos que podem ser associados a um *know-how* competente. As respostas à pergunta 22 relevaram um nível de confiança muito bom nas divulgações científicas feitas pela Secom: 92% manifestaram ter muita ou alguma confiança nelas. É interessante observar uma porcentagem tão positiva quando mais da metade (57%) alegou ter pouco ou nenhum conhecimento sobre o trabalho Secom (questão 19) e 58% afirmando que raramente ou nem sequer acessam o site UnB Ciência (questão 15). Mesmo com o pouco conhecimento que muitos pesquisadores demonstraram ter sobre as atividades da Secretaria, a credibilidade que lhe é dada é um ótimo ponto de partida para o desenvolvimento de uma aproximação mais efetiva e equilibrada com esse público.

Ter confiança e estar satisfeito não necessariamente estão ligados e as respostas à questão 23 demonstraram isso. A satisfação e a muita satisfação com o trabalho atual de divulgação científica da Secom conquistaram quase metade dos votos (48%), mas a opção “indiferente” chamou mais atenção, pois foi a mais escolhida (92 votos/30%). É possível concatenar esse dado à lacuna no relacionamento entre as partes, já percebida em respostas anteriores, como na da questão 19, na qual foi atribuído um baixo conhecimento sobre o trabalho da Secretaria. Consequentemente, é de se esperar que eles não saibam as formas que a Secom pode auxiliar na comunicação de ciência, em especial, na parte da divulgação.

A questão 24, última do quarto bloco, foi bastante relevante para dar mais liberdade e espaço à opinião dos inquiridos. Das 91 respostas, 80 obedeciam ao comando da pergunta, que era o de identificar pontos de melhoria no trabalho de divulgação científica da Secom (caso conseguisse, senão deveria deixar em branco). É manifesto que os pesquisadores esperam e querem mais da Secom, seja de maneira a deixar os processos de divulgação mais claros e práticos, aumentar ações de divulgação ou ser mais proativa no contato com eles. Pode-se dizer que ligada a esta proatividade está a melhor apresentação do próprio setor (inclusive no portal da UnB, onde houve uma pertinente observação que a Secom deveria ficar “mais visível” lá). Na

página inicial do portal realmente não há nenhuma aba que leve diretamente à Secretaria de Comunicação, apenas aos seus produtos (Notícias, Ciências, UnB Hoje, agenda e redes sociais).

Basicamente, o principal setor de comunicação da universidade precisa se comunicar melhor com um dos seus principais públicos, isso inclui sua apresentação, explicação de suas atividades, serviços, produtos e potencialidades. Os que pediram mais imparcialidade, agilidade e divulgação equânime entre as áreas de pesquisa, demonstraram insatisfação e algum conhecimento sobre o trabalho da Secom. Isso porque conseguiram realizar crítica pertinente ao desequilíbrio entre as áreas de pesquisa divulgadas, constatação identificada na análise de conteúdo das publicações apresentada neste estudo. Solicitações que demonstraram a disposição em querer melhorar a comunicação de ciência dos próprios cientistas foram os pedidos deles por capacitação no assunto. Essas sugestões reforçam as respostas dadas na questão 8, sobre o interesse em comunicação de ciência.

O quinto e último bloco relacionou as percepções de imagem institucional, confiança e divulgações de ciência. A importância da imagem da organização é reforçada por autores como Simões (1995), Van Riel e Fombrun, Argenti e Forman (2002) e Kotler e Keller (2006), e, a partir do conhecimento das percepções de um público específico, pode-se pensar políticas, planos e ações para que ela não seja dissonante com a real ou idealizada identidade institucional. Os investigadores têm uma percepção favorável da imagem institucional, com 88% enxergando-a de forma positiva ou parcialmente positiva. Em seguida, foi perguntado como eles enxergam a confiança da sociedade nas divulgações científicas da UnB e, novamente, um índice favorável de 88% para alguma ou muita confiança. Nesta pergunta houve um percentual mais significativo de pessoas que escolheram a opção “não tenho opinião a respeito” (6,5%) que na anterior (2%). O aumento pode ser explicado por uma questão ser sobre a própria percepção, e a outra, da sociedade.

Na sequência, foi perguntado se eles conseguiam perceber influência da comunicação de ciência na imagem institucional e 90% responderam que há muita ou alguma influência. Destarte, uma enorme maioria consegue perceber uma ligação direta entre as duas. Além da conexão, para fechar o inquérito, a última pergunta foi se eles entendiam que a comunicação de ciência refletia na melhora da imagem institucional da UnB. Um total de 95% concordou, completamente ou

parcialmente. Isso confirma a preponderante consciência que os pesquisadores têm sobre a interferência positiva da comunicação de ciência também para a construção de uma imagem positiva da universidade. Infere-se, por fim, e em conexão a outras respostas, que empreender mais esforços nesta atividade é algo que desperta a atenção e boa disposição entre os pesquisadores, visto que já realizam ou gostariam de realizar (mais) comunicação de ciência.

6. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os propósitos atingidos por este trabalho foram definidos em duas linhas. Uma foi a desenvoltura de um estudo exploratório sobre a comunicação de ciência institucional a partir da análise das práticas de comunicação da Secretaria de Comunicação da UnB e da percepção de pesquisadores. A outra é a propositura de reflexões que possam melhorar a efetividade da comunicação de ciência e servir de referencial para outras universidades. O segundo propósito vai ao encontro do que Besley et al. (2021) propôs sobre encontrar formas de melhorar a motivação dos cientistas e a capacidade de trabalhar com os profissionais de comunicação. A otimização deste relacionamento é benéfica para todas as partes envolvidas no estudo: cientistas, comunicadores e universidade.

Como bem acentuado no capítulo 2, a comunicação de ciência não é uma prática nova, há séculos vem sendo realizada, e sofreu consideráveis transformações ao longo do último século (modelos comunicacionais de déficit, diálogo e participação são expoentes dessas transformações). O conceito de *Public Engagement with Science and Technology* (PEST), debatido há mais de duas décadas, principalmente, em países europeus e norte-americanos, tem encontrado boa aceitação entre os agentes da comunicação de ciência. Apesar de não haver uma definição única, conforme sua tradução literal para o português, PEST diz respeito ao engajamento público em ciência e tecnologia e como “esse envolvimento é facilitador da integração dos públicos não especialistas no debate de temas científico-tecnológicos e de uma aprendizagem recíproca entre esses públicos e a comunidade científica, favorecendo uma democratização dos processos de resolução de questões neste campo” (Oliveira & Carvalho, 2016, p.85). Contudo, para que essa integração e aprendizagem recíproca aconteçam, é preciso antes que, dentro das instituições de pesquisa, os cientistas estejam conscientes de seu imprescindível papel no constante desenvolvimento desse processo participativo. Para isso, o apoio e a *expertise* dos profissionais

de comunicação são essenciais, assim como, conforme Casini e Neresini (2013) afirmam, a cultura organizacional da própria instituição.

Relacionando estes importantes agentes da comunicação de ciência, cientistas e comunicadores, buscou-se identificar como os pesquisadores da Universidade de Brasília percebem a comunicação de ciência e como a divulgação científica, importante parte dessa comunicação, é realizada pelo principal setor de comunicação da instituição, a Secom. Foram objetos de levantamento, pesquisa e análise, a opinião dos pesquisadores-docentes e os produtos de divulgação científica da Secretaria de Comunicação. Toda universidade pública brasileira tem pelos menos um setor central responsável pela comunicação. Esses setores têm como finalidade divulgar informações sobre a instituição, o que inclui as investigações realizadas por seus pesquisadores. Assim, as ideias contidas nessa pesquisa e seus resultados podem contribuir para realidades análogas e aperfeiçoamento da comunicação de ciência nesses microambientes.

Foram analisadas as matérias divulgadas no portal (sites UnB Ciência e UnB Notícias) e nas redes sociais, pois são os principais meios gerais de divulgação científica da universidade. A análise das publicações conseguiu mensurar como a Secretaria têm realizado a publicização de pesquisas, a visibilidade alcançada e o engajamento desses conteúdos nas redes sociais. Não houve foco na interação, embora ela tenha sido contabilizada, mas sim na frequência e repercussão. A avaliação por um período de seis meses foi considerada suficiente para uma amostra representativa do universo. Por meio de inquéritos por questionário direcionados aos pesquisadores-docentes foi levantado como são entendidos o conceito, as expectativas e o consumo relacionados à comunicação e divulgações científicas, como se dá o relacionamento com a Secretaria de Comunicação, a relação da comunicação de ciência com a imagem institucional e outras questões pertinentes aos objetivos da pesquisa.

No que tange às divulgações científicas, foi constatado que a Secom as realiza com constância regular em um dos sites, o UnB Notícias, com quase 1/5 do seu conteúdo sendo sobre ciência e pesquisas, no Facebook e no Twitter, onde além de se divulgar todas as matérias do portal, também são divulgados dezenas de eventos científicos mensalmente. Essa constância é relativamente baixa no UnB Ciência, pois a média de publicações no período de análise foi de apenas três reportagens por mês. No saldo geral (publicações do Notícias + do Ciência), há em média três publicações relacionadas a pesquisas por semana. Existe uma desproporção entre as áreas, com Ciências da Vida e Humanidades muito mais divulgadas em todos os meios. Para além

dos efeitos da pandemia de covid-19, que ajudaram a aumentar a proporção da área de Ciências da Vida, como *insider* da Secom, considero que a situação também pode ocorrer porque não há um regramento quanto a necessidade de um equilíbrio entre elas. A tentativa de harmonia é feita com base na *expertise* dos editores de conteúdo e nas pautas que chegam, de forma passiva. Desta forma, se pesquisadores de uma determinada área enviam mais sugestões de pauta e elas correspondem aos critérios de noticiabilidade internos, eles têm mais chance de terem suas pesquisas divulgadas.

As publicações científicas tentam ser equilibradas no protagonismo das pesquisas entre homens e mulheres, porém a predominância masculina persiste. O coletivismo da atividade científica é reforçado constantemente com mais de 70% nos dois sites contendo citações a mais investigadores ou equipes nas pesquisas. Há bastante uso de imagens acompanhando os textos, com muitas fotos dos próprios pesquisadores. Principalmente nos sites, destaca-se o profissional por meio de sua exposição imagética. No Ciência apenas uma matéria não tinha foto do pesquisador e no Notícia, foram 84% com foto dos pesquisadores entrevistados. Já a replicação nas redes sociais não segue esse mesmo padrão, dando-se mais destaque ao objeto da pesquisa ou algo que remeta a sua ideia.

A replicação das matérias nas redes sociais consegue gerar mais visibilidade aos assuntos, mas nem sempre isso representa o *click-through* até a informação completa no portal, visto que os números de acessos às matérias nos sites representam cerca de 12% (143.881) dos alcances somados das redes sociais (1.173.370). No processo de divulgação e interação foi percebido que não há diferenciação da audiência: são utilizados formatos semelhantes para atingir tanto o público interno (professores, estudantes e servidores), como o público externo (sociedade, *media*, governo, etc.). As divulgações científicas feitas pela Secom são fundamentais para dar a conhecer mais sobre os cientistas e as pesquisas e desenvolvidas na universidade. Todavia, nota-se a falta de estratégias definidas para cada meio, o que revela pontos vulneráveis como o desequilíbrio entre as pesquisas das áreas de conhecimento, uma audiência sobre a qual pouco se sabe e a escassa interatividade/participação dos pesquisadores.

A falta de visibilidade da Secom na página inicial do portal da universidade é outra vulnerabilidade. Não é possível encontrar informações sobre a secretaria na *landing page*, apenas após clicar em algum de seus produtos, esses sim todos dispostos na página inicial. Há também uma confusão em relação a duas das principais ferramentas de divulgação científica. Dentro do

portal da universidade, o site UnB Notícias é bem mais conhecido e fonte de informação para os pesquisadores, com 42% declarando que acompanha as divulgações de ciência por meio dele. Ironicamente, esse público conhece pouco o UnB Ciência, que é exclusivamente para divulgar a produção científica da instituição. Apesar de a organização de conteúdo não ter sido problematizada neste trabalho, seguir a mesma divisão de áreas de conhecimento adotada por outros setores da universidade e pela CAPES poderia trazer mais coesão ao UnB Ciência, assim como facilitar a busca por matérias.

A influência da área de comunicação destacada por Marcinkowski et al. (2014) como correlacionada aos potenciais esforços midiáticos dos cientistas, é possível de ser adaptada aos esforços na comunicação de ciência nas mídias sociais, uma vez que uma parte significativa dos pesquisadores (28,5%) as utiliza para se informar sobre a UnB. Porém, a grande maioria deles não possui o hábito de interagir com as redes sociais da própria instituição. O Instagram precisa ser mais bem trabalhado, pois é mais utilizado que Facebook e Twitter juntos, mas é a rede menos usada para divulgação científica e com significativo atraso em relação ao dia de publicação das matérias correspondente nos sites. Tal prática denota que esse tipo de divulgação não tem sido um assunto prioritário no Instagram. Além disso, pontua-se que não há um trabalho institucional, da Secom ou de outra área, para criação de regras ou de uma “consciência coletiva” dos benefícios do uso das redes sociais e da interação com as contas oficiais da UnB.

O documento Critérios de Divulgação da Secretaria de Comunicação, estabelecido em 2019, funciona muito bem como orientador do próprio setor e a terceiros para definir e explicar quais assuntos são divulgados pela Secom e em que meio. Apesar de não existir um levantamento antes e depois de sua adoção para verificar a eficácia, a publicação é considerada de enorme ajuda para filtrar os mais diversos pedidos de divulgação que chegam à Secom. Entretanto, para alguns docentes-pesquisadores, é considerado demasiado burocrático e pouco prático, como mencionado na resposta aberta do questionário. Em termos de comunicação de ciência, o documento é omissivo e não há outros que versem sobre o assunto, nem na Secom, nem em outros setores da UnB, como poderia se esperar do Decanato de Pesquisa e Inovação, por exemplo.

A percepção dos pesquisadores entre imagem institucional e comunicação de ciência foi um ponto bastante positivo, com 95% concordando que a segunda influi diretamente na primeira. Além disso, não é tanto preciso criar uma imagem favorável, mas muito mais mantê-la e continuar a desenvolvê-la, porque a grande maioria dos pesquisadores (88%) já enxerga que a UnB possui

uma boa imagem e confia em suas divulgações científicas. A comunicação de ciência até pode continuar não sendo uma obrigatoriedade para os pesquisadores, mas não deve ser tratada com displicência institucional, uma vez que sua importância e conexões são reconhecidas até mesmo sem esforços sistematizados para tal. Acrescenta-se que a falta de incentivo institucional foi o segundo motivo mais citado pelos cientistas para não comunicar ciência, perdendo apenas para a falta de tempo. E sabemos que falta de tempo costuma estar associada a falta de prioridade. Há então duas linhas a serem trabalhadas: a priorização institucional e individual.

Por fim, a partir da análise do inquérito, ficou flagrante o distanciamento da Secom com os pesquisadores. O pouco ou nenhum conhecimento que 57% dos inquiridos declararam ter sobre as atividades do principal setor de comunicação da universidade, confirma que o pouco acesso a profissionais de comunicação contribui para que menos cientistas façam uso de suas competências na comunicação científica (Besley, 2020). O comentário de um dos inquiridos que relatou que há três anos é docente na UnB e nunca tinha ouvido falar da Secom, corrobora em demonstrar a falha. Mais da metade dos respondentes (63%) teceram sugestões que pedem mais proatividade no contato com os pesquisadores, expansão das atividades ou a melhor apresentação da Secretaria, de serviços e produtos e de formas possíveis de apoio. Além disso, a necessidade de capacitação deles no que concerne à comunicação de ciência também apareceu explicitamente em algumas respostas. Eles exteriorizaram que querem e esperam mais da Secom. Isso pode ir ao encontro do que Marcinkowski et al. (2014) inferiram: cientistas ao se sentirem bem apoiados, tornam-se mais dispostos a cooperar na comunicação de ciência. Portanto, a Secretaria deve estar mais próxima dos pesquisadores e encontrar formas eficientes de construir um relacionamento permanente e simbiótico. Os profissionais de comunicação devem auxiliar não só na construção, estímulo à participação e práticas da comunicação de ciência, mas na conscientização da sua importância e constante evolução.

Considera-se, portanto, que o objetivo principal e os subjetivos buscados neste estudo foram atingidos. Por meio da análise de conteúdo das divulgações científicas da Secom, foi possível traçar um perfil comunicativo de como a Universidade têm divulgado ciência para sua comunidade acadêmica. Com o inquérito por questionário e sua análise, foi possível identificar como os pesquisadores da UnB percebem essa divulgação, a comunicação de ciência e seus desdobramentos.

As perguntas dos subobjetivos 1 foram respondidas no decorrer da análise das publicações científicas (capítulo 4) assim como as dos subjetivos 2 e 3 foram respondidas ao longo na análise dos questionários (capítulo 5, item 5.2). Ficou para esta parte da conclusão, as respostas ao subobjetivo 4, que busca diagnosticar pontos de melhoria para um melhor relacionamento entre pesquisadores e comunicadores e, conseqüentemente, uma comunicação de ciência mais estratégica e assertiva. Os próximos parágrafos tratam de cada uma das perguntas que compõem o último subobjetivo.

De que forma os comunicadores podem melhorar a comunicação de ciência na UnB? Conforme Besley et al. (2021) compartilharam, compreender como os cientistas pensam a comunicação de ciência é uma forma de aprimorá-la. Na UnB, constatou-se que comunicação da ciência é um tema de relevante interesse aos pesquisadores, mas não amplamente valorizado por eles, pela administração superior ou pela própria área de comunicação. Faz-se fundamental o desenvolvimento de um relacionamento estratégico entre os comunicadores e pesquisadores, assim como ressaltado por Van Dyke e Lee (2020). Mas estratégias só podem ser pensadas quando todos os envolvidos no processo estiverem conscientes de seus papéis, precisando existir uma política e uma cultura de comunicação de ciência bem disseminadas, com parâmetros claros e objetivos a serem almejados. Como já visto anteriormente, fatores-chave para estimular a vontade dos cientistas comunicarem ciência são a forma como a instituição incentiva tal prática (Marcinkowski et al., 2014; Casini & Neresini, 2013) e o relacionamento com a área de comunicação (Koivumäki & Wilkinson, 2020). Pela hierarquia, o segundo depende do primeiro. Para a proatividade e a melhor apresentação da Secom, tão mencionadas pelos pesquisadores no inquérito, precisa-se antes ter claro o que é a comunicação de ciência para a instituição, estabelecer os parâmetros e as formas que a UnB apoia o cientista nesse sentido, inclusive dando-lhe tempo e estímulos para isso. É ideal que a já existente Comissão Consultiva Permanente de Comunicação da UnB inclua em seus tópicos o debate acerca da comunicação de ciência. Ou que seja criada uma comissão específica para esse fim, com a participação de comunicadores e pesquisadores de todas as áreas e *campi*.

A Secom tem tido papel de protagonismo na divulgação científica e, dentro da UnB, pode ser o principal agente provocador do processo de comunicar ciência. Pode, inclusive, fomentar a interação com os pesquisadores por meio de eventos periódicos, pois este é um dos meios mais utilizados por eles para se comunicarem com não especialistas, como constatado no questionário.

Destarte, a Secretaria tem grandes desafios pela frente, como desenvolver sensibilização e disseminação à causa, colaboração mais próxima e direta com os pesquisadores e divulgações científicas mais efetivas e direcionadas, desenvolvidas de forma a pensar nos diversos públicos, os próprios cientistas sendo um deles. Para a concretização destas ações, o apoio de outros profissionais dos departamentos, institutos e faculdades é essencial.

De que forma os pesquisadores podem melhorar a comunicação de ciência na UnB? Uma política de comunicação de ciência só se faz com a participação de cientistas e comunicadores. Além da participação na elaboração, uma vez que a administração superior decida priorizar, estimular e adotar uma política, os pesquisadores precisam fazer uso dos mecanismos que a instituição oferece. A melhor forma de conscientizar, individualmente e coletivamente, é fazer com que eles consigam expressar não só o que entendem por comunicação de ciência, mas o porquê ela é importante para si e para outrem. E, assim como o setor de comunicação, os pesquisadores precisam sistematizar metas e objetos que desejam alcançar por meio da comunicação de ciência. Na parte da divulgação, devem contar com a *expertise* dos profissionais da área e terem sempre em perspectiva que “a comunicação científica não pode mais ser entendida simplesmente como comunicação de comunicadores científicos, mas deve ser considerada como toda uma comunicação pública sobre a ciência e as questões éticas, sociais e políticas que a cercam.” (Schäfer & Fähnric, 2020, p.142/143).

Como o relacionamento mais próximos entre pesquisadores e comunicadores pode refletir em uma melhor comunicação de ciência? A perspectiva de uma melhoria na comunicação de ciência com a aproximação com a Secom ficou muito clara nas sugestões dadas pelos cientistas na pergunta aberta do questionário. A aproximação também encontra respostas positivas a partir de estudos como os de Besley et al. (2021), Entradas et al. (2020) e Trench (2017). Mas, para uma resposta realmente fidedigna, haveria se fazer um novo estudo, com o antes e depois do estabelecimento de uma relação mais próxima e combinada com a implementação de uma política de comunicação de ciência. Embora ambas as partes continuarão a ter atribuições distintas, o relacionamento próximo certamente imprime maior legitimidade ao propósito da universidade de disseminar conhecimento. E, a partir do momento que unem suas competências para realizar o propósito da ciência de “melhorar a sociedade, respondendo aos seus problemas e aperfeiçoando-a, não só no sentido técnico, mas também ético, de aperfeiçoamento social e moral” (Grandim &

Morais, 2016, p.130), tornam a comunicação de ciência um pujante e necessário vetor de transformação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afonso, E.G.M. (2008). A divulgação científica para o grande público: o papel das Relações Públicas. O caso CIIMAR. Dissertação de mestrado, Universidade Fernando Pessoa, Lisboa, Portugal. Retirado de <https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1056/2/emiliaafonso.pdf>
- Argenti, P. A. & Forman, J. (2002). *The Power of Corporate Communication – Crafting the Voice and Image of Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Barbeiro, L. (2007). Introdução, in L. Barbeiro (coord.) *Comunicação de Ciência*. Porto: Setepés.
- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Besley, J.C. (2020). Five thoughts about improving science communication as an organizational activity. *Journal of Communication Management*, v.24, n.3, 155-161. DOI: 10.1108/JCOM-03-2020-0022.
- Besley, J.C. et al. (2021). The role of communication professionals in fostering a culture of public engagement. *International Journal of Science Education*, part B, 1-17. DOI: 10.1080/21548455.2021.1943763.
- Borchelt, R. E., & Nielsen, K. H. (2014). Public relations in science: Managing the trust portfolio. *In Routledge handbook of public communication of science and technology* (pp. 74–85). London: Routledge.
- Bucchi, M. (2004). *Science in society: an introduction to social studies of science*. Bologna: Routledge.
- Bucchi, M. & Trench, B. (2008). *Handbook of public communication of science and technology*. London: Routledge.
- Bucchi, M., & Trench, B. (2014). Science communication research: Themes and challenges. *In Routledge handbook of public communication of science and technology*. New York: Routledge.
- Bueno, W. C. (2010). Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, 15, 1-12. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15nespp1.
- Burns, T., O'Connor, J., S.M. Stocklmayer. (2003). Science communication: a contemporary definition. *Public Understanding of Science*, v.12, n.2, 183-202. DOI:10.1177/09636625030122004
- Campenhoudt, L.V., Marquet, J. & Quivy, R. (2021). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Cascais, A. F. (2004). A retórica dos resultados na comunicação da ciência. *Revista Comunicação e Sociedade*, 6, 135-150. DOI: [https://doi.org/10.17231/comsoc.6\(2004\).1232](https://doi.org/10.17231/comsoc.6(2004).1232)

Casini, S. and Neresini, F. (2013). 'Behind Closed Doors. Scientists' and Science Communicators' Discourses on Science in Society. A Study Across European Research Institutions'. *Tecnoscienza*, 3(2), 37-62. Retirado de <http://www.tecnoscienza.net/index.php/tsj/article/view/113>

Caraça, J. (2001). O que é ciência. Coimbra: Quimera.

Carvalho, A., & Cabecinhas, R. (2004). Comunicação da ciência: perspectivas e desafios. *Revista Comunicação e Sociedade*, 6, 510. DOI: 10.17231/comsoc.6(2004).1225

Coutinho, C. P. (2021). Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática. Coimbra: Almedina.

Csermely, P. (2003). Recruiting the younger generation to science. *Science & society*, 4 (9). DOI: 10.1038/sj.embor.embor927

Cury, J. (2005) Quadragésimo ano do parecer CFE no 977/65. *Revista Brasileira de Educação*, 30, 8-20. DOI: 10.1590/S1413-24782005000300002

Davies, S. R. & Horst, M. (2016). Science communication: culture identity and citizenship. Londres: Palgrave Macmillan.

De Semir, V. (2000). Scientific journalism: problems and perspectives. *International Microbiology*, v.3, n°2, 125-128. Retirado de www.researchgate.net/publication/12321112_Scientific_journalism_Problems_and_perspectives

Doorley, J. & Garcia, H.F. (2010). Reputation manager: the key to successful public relations and corporate communication. New York: Routledge.

Duarte, J.A.M. (2013). Metodologia de investigação científica. Lisboa: Virgula.

Entradas, M. (2016). What is the public's role in 'space' policymaking? Images of the public by practitioners of 'space' communication in the United Kingdom. *Public Understanding of Science*, 5, 603 - 611. DOI: 10.1177/0963662515579838

Entradas, M. & Bauer, M. (2016). Mobilisation for public engagement: Benchmarking the practices of research institutes. *Public Understanding of Science*, 7, 771-788. DOI: 10.1177/0963662516633834

Entradas, M. et al. (2020). Public communication by research institutes compared across countries and sciences: Building capacity for engagement or competing for visibility? *PLoS ONE*, 7, 1-7. DOI: 10.1371/journal.pone.0235191

Epstein, I. (1998). Comunicação da Ciência. *São Paulo em Perspectiva*, 12(4), 60-68. Retirado de <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/index.php?men=rev&cod=2098>

Fortenberry, R. C. (2019). Complete Science Communication: a guide to connecting with scientists, journalists and the public. London: Royal Society of Chemistry.

- Gradim, A. & Morais, R. (2016). *Anões aos ombros de gigantes: desafios contemporâneos na comunicação de ciência*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Gregory, J. & Miller, S. (2000). *Science in public: communication, culture, and credibility*. USA: Basic Books.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Illingworth, S. & Allen, G. (2016). *Effective Science Communication: a practical guide to surviving as a scientist*. Bristol: IOP Publishing
- Ketele, J-M. D. & Roegiers, X. (1993). *Metodologia da Recolha de Dados*. Lisboa: Piaget.
- Koivumäki, K. & Wilkinson, L. (2020). Exploring the intersections: researchers and communication professionals' perspectives on the organizational role of science communication. *Journal of Communication Management*, 24 (3), 207-226. DOI: 10.1108/JCOM-05-2019-0072
- Koivumäki, K.; Koivumäki, T.; & Karvonen, R. (2021). Challenges in the collaboration between researchers and in-house communication professionals in the digital media landscape. *JCOM*, 20(3), 1-21. DOI: 10.22323/2.20030204
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2015). *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson.
- Kunsch, M. (2006) Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas. *Análisi*, 34, 125-139. Retirado de <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/55448>
- Kunth, D. (1992). La place du chercheur dans la vulgarisation scientifique. Rapport demandé par la Délégation à l'information Scientifique et Technique (DIST). Paris: Ministère de la Recherche et d l'Espace. Retirado de <https://science-societe.fr/kunth-daniel-la-place-du-chercheur-dans-la-vulgarisation-scientifique-rapport-demande-par-la-delegation-a-l%E2%80%99information-scientifique-et-technique1992%20/>
- Lamas, S.; Araújo, S.J.; Bettencourt Dias, M. & Coutinho, A.G. (2007). Os cientistas como agentes na comunicação de ciência: motivação, formação e iniciativas em Portugal, in L. Barbeiro (coord.) *Comunicação de Ciência*. Porto: Setepés.
- Loose, E. B. & Lima, M. (2013). A ciência nos portais de notícias: notas para pensar a popularização científica a partir do jornalismo online. *Animus - Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 12(23), 85-102. DOI: 10.5902/217549779085
- Magalhães, R. (2014). *A Comunicação da Ciência e as estratégias online: o caso do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/40394>
- Magalhães, R. & Ruão, T. (2018). A imagem da ciência e dos cientistas: retratos de um estudo na Universidade do Minho. *Observatorio (OBS) Journal*, 12(3), 195-223. DOI:10.15847/obsOBS12320181077

- Marcinkowski, F. & Kohring, M. (2014). The changing rationale of science communication: a challenge to scientific autonomy. *JCOM*, 13(3), 1-7. DOI: 10.22323/2.13030304.
- Marcinkowski et al. (2014). Organizational Influence on Scientists' Efforts to Go Public: An Empirical Investigation. *Science Communication*, 36(1), 56-80. DOI: 10.1177/1075547013494022
- McLuhan, M. (1999). Os meios de comunicação de massa como extensões do homem. São Paulo: Cultrix.
- Merton, R. K. (2013). Ensaio de sociologia da ciência. São Paulo: Editora 34.
- Meis, L. de & Leta, J. (1996). O perfil da ciência brasileira. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Mueller, S. & Caribé, R. (2010). Comunicação científica para o público leigo: breve histórico. *Informação & Informação*, v. 15, p. 13-30. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15nesp.p13
- Nisbet, M. (2011, 28 de setembro). The Science Journalist Online Shifting Roles and Emerging Practices [Post em blogue]. Retirado de <https://climateshiftproject.org/the-science-journalist-online-shifting-roles-and-emerging-practices/>
- Oliveira, L. (2015). As universidades e a participação pública em ciência. Percepções e práticas de cientistas, profissionais de comunicação e cidadãos em Portugal e Espanha. Tese de Doutorado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/40547>
- Oliveira, L., & Carvalho, A. (2017). Comportamentos e percepções acerca da participação pública em ciência e tecnologia e nas alterações climáticas: os casos de Portugal e Espanha. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 40, 63-188. DOI: 10.5380/dma.v40i0.49067
- Oliveira, L., & Carvalho, A. (2016). Implementar o conceito de Public Engagement with Science and Technology: Visões e Reflexões sobre a Prática. *International Journal of Deliberative Mechanisms in Science*, 4 (1), 82-110. DOI:10.17583/demesci.2016.2184
- Oliveira, L., & Carvalho, A. (2015). Public Engagement with Science and Technology: contributos para a definição do conceito e a análise da sua aplicação no contexto português. *Observatorio (OBS*) Journal*, 9 (3), 155-178. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/37334>
- Peters, H.P. (2013). Gap between science and media revisited: scientists as public communicators. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, 110, supplement 3 (pp. 14102-14109). DOI: 10.1073/pnas.1212745110
- Peters, H. et al. (2008). Interactions with the Mass Media. *Science*, 321(5886), 204 - 205. DOI: 10.1126/science.1157780

Peters, H.P., et al. (2008). Medialization of science as a prerequisite of its legitimization and political relevance. In Donghong, C., Claessens, M., Gascoigne, T., Metcalfe, J., Schiele, B. and Shi, S. (Eds), *Communicating Science in Social Contexts* (pp. 71-92). Dordrecht: Springer. DOI: 10.1007/978-1-4020-8598-7_5

Pinto, S., & Carvalho, A. (2011). Cientistas, jornalistas e profissionais de comunicação: agentes na comunicação de ciência e tecnologia. *Observatorio (OBS*) Journal*, 3(5), 65-100. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/15257>

Pupo, S.C., Oliveira, T.M., Gomes, E.F., Vieira, R.M.B., Santos, E.I. & Piassi, L.P.C. (2017). Ciência, Tecnologia, Mídia e Igualdade de Gênero: estratégias de Comunicação Científica. *Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH)*, 10 (1). Retirado de <https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/2261>

Ribeiro, D., Oliveira, E., Denadai, M. & Garcia, M.L. (2020). Financiamento à ciência no Brasil: distribuição entre as grandes áreas do conhecimento. *Revista Katálysis*, 23(2), 548-561. DOI: 10.1590/1982-02592020v23n3p548

Rödder, S. (2019). Organisation matters: towards an organisational sociology of science communication. *Journal of Communication Management*, 24(3), 169-188. DOI: 10.1108/JCOM-06-2019-0093

Ruão, T., & Pessôa, C. (2019). A natureza do fenómeno da reputação científica: o caso dos consórcios universidade-indústria. *Media & Jornalismo*, 19(34), 233-247. DOI: 10.14195/2183-5462_34_17

Ruão, T., & Salgado, P. (2007). Comunicação, imagem e reputação em organizações desportivas: um estudo exploratório. *Comunicação e Cidadania - Livro de Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação* (pp. 328- 340), Braga: CECS. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/37205>

Schäfer, M.S. & Fähnric, B. (2020). Communicating science in organizational contexts: toward an “organizational turn” in science communication research. *Journal of Communication Management*, vol. 24 (3), 137-154. DOI: 10.1108/JCOM-04-2020-0034

Schmitt, C. V. (2018) Push or Pull: Recommendations and Alternative Approaches for Public Science Communicators. *Frontiers in Communication*, 3, 1-5. DOI: 10.3389/fcomm.2018.00013

Simões, R.P. (1995). *Relações Públicas: função política*. São Paulo: Summus.

Sousa, G. (2006). Comunicação Institucional, Imagem Corporativa e Identidade corporativa: a inter-relação das categorias. *Revista Cambiassu*, 2, 177-191. Retirado de http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2006/gisela.pdf

Souza, C.D., De Filippo, D. & Casado, E.S. (2018). Crescimento da atividade científica nas universidades federais brasileiras: análise por áreas temáticas. *Avaliação (Campinas)*, 23(1), 126-156. DOI: 10.1590/S1414-40772018000100008

Stocklmayer, S. M. (2001). The Background to Effective Science Communication by the Public. In Stocklmayer, S. M; Gore, M. M. & Bryant, C. (Eds), *Science Communication in Theory and Practice* (pp. 3-21). Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Stocklmayer, S. M. (2001). Reaching the Public - Communicating the Vision. In Stocklmayer, S. M; Gore, M. M. & Bryant, C. (Eds), *Science Communication in Theory and Practice* (pp. 3-21). Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Torquato, F. G. (1986). Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus.

Traquina, N. (2005). Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular.

Trench, B. (2017). Universities, science communication and professionalism. *JCOM*, 16(05), 1-8. DOI: 10.22323/2.16050302.

Valerio, P. & Pinheiro, L. (2008). Da comunicação científica à divulgação. *TransInformação*, 20(2), 159-169. Retirado de <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/28>

VanDyke, S.M.; & Lee, N.M. (2020). Science public relations: The parallel, interwoven, and contrasting trajectories of public relations and science communication theory and practice. *Public Relations Review*, 46, 1-9. DOI: 10.1016/j.pubrev.2020.101953

Van Riel, C. (2013). Reputação: valor Estratégico do Engajamento de Stakeholders. Rio de Janeiro, Elsevier.

Van Riel, C. B. M. & Fombrun, C.J. (2010). Essential of Corporate Communication - Implementing practices for effective reputation management. London: Routledge.

Vásquez, R. (2007). Identidade de marca, gestão e comunicação. *Organicom*, 7, 199-211. DOI:10.11606/issn.2238-2593.organicom.2007.138952

Vieira, Barros, Freitas e Silva (2013). A Medição da Imagem Institucional: construção de escala para a associação fluminense de reabilitação. *Vianna Sapiens*, 4(1), 90-118. Retirado de https://www.academia.edu/28748618/A_MEDI%C3%87%C3%83O_DE_IMAGEM_INSTITUCIONAL_constru%C3%A7%C3%A3o_de_escala_para_a_Associa%C3%A7%C3%A3o_Fluminense_de_Reabilita%C3%A7%C3%A3o

Villafañe, J. (1993). *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide.

Weingart, P. & Joubert, M. (2019). The conflation of motives of science communication—causes, consequences, remedies. *Journal of Science Communication*, 18 (3), 1-13. DOI: 10.22323/2.18030401

Yin, R. (2001). Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman.

Yuan, S., Besley, J.C. & Dudo, A. (2019). A comparison between scientists' and communication scholars' views about scientists' public engagement activities. *Public Understanding of Science*, 28(1), 101-118. DOI: 10.1177/0963662518797002

Outras referências:

Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, República Federativa do Brasil. Consultada em 05/05/2021, em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm

Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, República Federativa do Brasil. Consultada em 12/05/2021, em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12711.htm

Lei nº 13.415, de 16 de fevereiro de 2017, República Federativa do Brasil. Consultada em 12/05/2021, em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13415.htm

Manual dos Critérios de Divulgação da Secretaria de Comunicação da UnB (2019), consultado 29/07/2021, em <https://www.noticias.unb.br/secom>

Plano Orientador da Universidade de Brasília - 1962. Consultado em 25/04/2021, em https://unb.br/images/Noticias/2019/Documentos/PDE_UnB_Plano_Orientador_UnB_1962_LQ.pdf

ANEXOS

Anexo 1 - Planilha UnB Notícias

Nº	Nº/ mês	Mês	Data	Título	Nº acessos	Área	Grande área	Nº de caracteres	Nº de entrevistados	Gênero	Foto pesquisador?	Menção a grupo de pesquisa/projeto?	Imagens	Gráficos?	Atualização?	Pedido de financiamento?	Relação com covid-19?	Fase do estudo
1	1		01/09/2020	<u>Pesquisa da UnB identifica aprovação do trabalho remoto em órgãos públicos do DF durante a pandemia</u>	1.586	Psicologia	Humanidades	5.652	1	F	Sim	Sim	2	Sim (2)	Não	Não	Sim	Concluído
2	2		03/09/2020	<u>Projeto nacional mapeia cadeias alternativas de distribuição de alimentos saudáveis e sustentáveis durante a pandemia</u>	1.286	Nutrição	Ciências da Vida	5.169	2	F	Sim	Sim	3	Não	Sim	Não	Sim	Desenvolvimento
3	3		04/09/2020	<u>Pesquisa avaliará impacto psicossocial do isolamento na comunidade acadêmica</u>	1.725	Psicologia	Humanidades	3.832	2	F	Sim (de 1)	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
4	4	S e t e m b r o	08/09/2020	<u>Projeto quer identificar grupos populacionais com menos acesso à informação sobre a covid-19</u>	949	Comunicação	Humanidades	3.523	1	M	Sim	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Início
5	5		16/09/2020	<u>Projetos da UnB de combate à covid-19 têm financiamento aprovado em edital</u>	1.701	Saúde	Institucional	6.646	1	F	Sim	Sim	4	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
6	6		24/09/2020	<u>UnB desenvolve aplicativo para facilitar reinserção de egressos do sistema prisional à sociedade</u>	1.557	Ciência da Computação	Ciências Exatas	2.166	1	M	Não	Sim	1	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
7	7		25/09/2020	<u>Projeto leva informações a produtores do campo sobre manejo de animais durante a pandemia</u>	1.208	Medicina Veterinária	Ciências da Vida	5.352	1	F	Sim	Sim	4	Não	Não	Sim	Sim	Concluído
8	8		28/09/2020	<u>Grupo da UnB e do IFB desenvolve aparato de ventilação para combater a covid-19 nos hospitais</u>	1.903	Farmácia	Ciências da Vida	5.016	2	F e M	Não	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
9	9		29/09/2020	<u>Pesquisa da UnB faz recorte da contaminação por covid-19 entre profissionais de odontologia do DF</u>	3.662	Odontologia	Ciências da Vida	6.754	1	F	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Início

10	1	01/10/2020	<u>Projeto propõe alternativas para auxiliar docentes da rede pública do DF no ensino remoto emergencial</u>	2.317	Educação e Pedagogia	Humanidades	4.954	1	M	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Início
11	2	02/10/2020	<u>Pesquisa pretende identificar impacto da pandemia entre mulheres no DF</u>	1.739	Arquitetura e Urbanismo	Humanidades	5.715	1	F	Sim (em grupo)	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
12	3	05/10/2020	<u>Pesquisa conduzida pela UnB analisa manifestações orais relacionadas à covid-19</u>	2.366	Ciências da Saúde	Ciências da Vida	4.133	1	F	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
13	4	08/10/2020	<u>Projeto avalia melhorias nos espaços escolares do DF para a retomada em tempos de pandemia</u>	1.245	Arquitetura e Urbanismo	Humanidades	6.010	1	M	Sim (em grupo)	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Início
14	5	14/10/2020	<u>Pesquisadores da UnB geram resultados em intercâmbio em empresa alemã de tecnologia automotiva</u>	1.568	Engenharia	Ciências Exatas	2.988	1	M	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
15	6	14/10/2020	<u>Pesquisa busca entender ressignificações de mundo geradas pela pandemia entre a comunidade acadêmica</u>	903	Psicologia	Humanidades	4.330	1	F	Sim (em grupo)	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
16	7	19/10/2020	<u>Estudo da UnB busca caracterizar percepções sobre sofrimento psíquico decorrente da pandemia</u>	1.781	Psicologia	Humanidades	3.982	1	F	Sim (em grupo)	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
17	8	21/10/2020	<u>Critérios para participar de testes da vacina chinesa no HUB são ampliados</u>	3.535	Medicina	Ciências da Vida	1.870	1	M	Não	Sim	1	Não	Não	Não	Sim	Desenvolvimento
18	9	28/10/2020	<u>Em disciplina integrada à pesquisa contra covid-19, estudantes monitoram casos da doença no DF</u>	1.424	Medicina Veterinária	Ciências da Vida	5.616	1	M	Sim (em grupo)	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
19	1	03/11/2020	<u>Projetos da UnB destacam informação como importante aliada no enfrentamento à pandemia</u>	1.019	Comunicação	Humanidades	6.065	2	M	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento

20	2	e	03/11/2020	<u>Projeto de extensão avalia gestão de resíduos sólidos entre comunidade acadêmica durante a pandemia</u>	1.311	Desenvolvimento sustentável	Humanidades	4.119	1	F	Sim	Sim	2	Não	Não	Não	Sim	Desenvolvimento
21	3	r	04/11/2020	<u>Pesquisa da Sociologia analisa condições do ensino remoto emergencial em escolas do DF</u>	1.758	Sociologia	Humanidades	4.429	1	M	Sim (em grupo)	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
22	4		10/11/2020	<u>Equipe da UnB representa o Brasil na Cybathlon 2020</u>	1.539	Engenharia	Ciências Exatas	3.527	1	M	Sim (em grupo)	Sim	2 (+1 vídeo)	Não	Não	Não	Não	Concluído
23	5		12/11/2020	<u>Pesquisa da UnB analisa as consequências da pandemia no trabalho de psicólogos</u>	1.557	Psicologia	Humanidades	4.516	1	M	Sim	Sim	2	Não	Não	Sim	Sim	Concluído
24	6		19/11/2020	<u>Portfólio reúne informações detalhadas sobre infraestrutura de pesquisa e inovação da UnB</u>	696	Institucional	Institucional	4.996	1	F	Sim	Não se aplica	2	Não	Não	Não	Não	Concluído
25	7		23/11/2020	<u>Em webinar, DPI lança portfólio e painéis com dados sobre infraestrutura de pesquisa e inovação da UnB</u>	986	Institucional	Institucional	7.209	4	F e M	Sim	Sim	3	Sim	Não	Não	Não	N/A
26	8		25/11/2020	<u>Universidade de Brasília tem 25 pesquisadores entre os mais influentes do mundo</u>	4.049	Institucional	Institucional	4.220	1	F e M	Não	Não se aplica	3	Não	Não	Não	Não	N/A
27	9		25/11/2020	<u>Estudo indica que opinião pública brasileira tem receio de vacinas contra covid-19 provenientes da China e Rússia</u>	3.629	Comunicação	Humanidades	3.755	3	M	Sim	Sim	4	Sim (2)	Não	Não	Sim	Concluído
28	0		26/11/2020	<u>Professora da Universidade de Brasília está entre as mais citadas do mundo em 2020</u>	1.420	Ecologia	Ciências da Vida	2.314	1	F	Sim	Sim	1	Não	Não	Não	Não	N/A
29	1	D	07/12/2020	<u>Iniciada segunda rodada da pesquisa social com a comunidade acadêmica acerca do semestre remoto</u>	5.338	Institucional	Institucional	2.766	1	M	Não	Sim	1	Não	Sim	Não	Sim	Desenvolvimento
30	2	e	08/12/2020	<u>Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado</u>	4.061	Ciências Sociais	Humanidades	2.649	1	M	Sim	Não	2	Não	Não	Não	Não	Concluído
31	3	m	11/12/2020	Grupo de pesquisa da Faculdade de	938	Direito	Humanidades	4.718	1	F	Sim	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento

				<u>Direito atua como 'amigo da corte' em sessão no STF</u>														
3 2	4		11/12/2020	Professora da Universidade de Brasília é eleita para a Academia Brasileira de Ciências <u>Sônia Bão, que já foi vice-reitora da UnB, toma posse no dia 1º de janeiro</u>	1.954	Biologia	Ciências da Vida	2.719	1	F	Sim	Sim	1	Não	Não	Não	Não	N/A
3 3	5		15/12/2020	<u>Desenvolvido na UnB, unicórnio brasileiro tem potencial para revolucionar agronegócio</u>	12.025	Agronomia	Ciências da Vida	8.837	1	M	Sim	Sim	4	Não	Não	Não	Não	Concluído
3 4	6		23/12/2020	<u>Docente da UnB recebe o prêmio Anpocs de Excelência Acadêmica 2020</u>	695	Sociologia	Humanidades	3.352	2	F e M	Sim	Não	1	Não	Não	Não	Não	N/A
3 5	7		28/12/2020	<u>Mutação do novo coronavírus: qual é o real perigo?</u>	1.932	Ciências Biológicas	Ciências da Vida	3.814	2	F e M	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Sim	N/A
3 6	8		29/12/2020	<u>Com coordenação nacional ligada à UnB, Aliança Tropical de Pesquisa da Água monitora o Rio São Francisco</u>	431	Ciências Biológicas	Ciências da Vida	2.931	2	M	Sim (em grupo)	Sim	1	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
3 7	1		05/01/2021	<u>Pesquisa que usa inteligência artificial para frear agravamento da covid-19 em regiões brasileiras é premiada</u>	1.159	Ciências da Saúde	Ciências da Vida	4.261	2	F e M	Sim (de 1)	Sim	3	Não	Não	Não	Sim	Concluído
3 8	2	J	11/01/2021	<u>UnB integra projeto de tradução de maior dicionário jurídico on-line mundial</u>	1.927	Direito	Humanidades	6.197	2	F e M	Sim (em grupo)	Sim	4	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
3 9	3	a	12/01/2021	<u>"Estamos muito satisfeitos com os resultados da vacina", diz diretor da Faculdade de Medicina da UnB</u>	4.983	Medicina	Ciências da Vida	5.057	1	M	Sim	Sim	1	Não	Não	Não	Sim	Concluído
4 0	4	n	12/01/2021	<u>Pesquisa aponta para desequilíbrio na ação de proteínas como principal causa das formas graves de covid-19</u>	1.310	Ciências da Saúde	Ciências da Vida	4.163	2	M	Sim	Sim	2	Não	Não	Não	Sim	Concluído
4 1	5	e	14/01/2021	<u>Especialistas comentam: as vacinas contra covid-19 são seguras?</u>	1.427	Medicina & Biologia	Ciências da Vida	4.930	2	F e M	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Sim	Concluído
4 2	6	r	22/01/2021	<u>Pesquisadores da UnB identificam padrão em inflamação celular causada pelo novo coronavírus</u>	1.144	Ciências da Saúde	Ciências da Vida	4.812	2	M	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Sim	Concluído

437		25/01/2021	<u>Cartilha aborda uso racional de medicamentos na infância</u>	1.456	Farmácia	Ciências da Vida	3.359	1	F	Não	Sim	2	Não	Não	Não	Não	Concluído
448		26/01/2021	<u>Grupo de pesquisa ajuda a redigir projeto de lei que tramita no Senado</u>	856	Letras	Artes e Letras	4.083	1	F	Sim	Sim	2	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
459		27/01/2021	<u>Grupo de pesquisa desenvolve ferramentas inéditas para aprimorar o SUS em Goiânia</u>	1.008	Engenharia Biomédica	Ciências Exatas	3.475	1	F	Sim	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Desenvolvimento
460		28/01/2021	<u>UnB, Embrapa e Krilltech assinam acordo de propriedade intelectual</u>	970	Química	Ciências da Vida	3.581	2	M	Sim (em grupo)	Não	1	Não	Não	Não	Não	N/A
471	F e v e r e i r o	1º/02/2021	<u>Pesquisas da UnB são agraciadas no Prêmio Brasil de Economia</u>	1.163	Economia	Humanidades	3.102	1	M	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
482		02/02/2021	<u>Iniciativa da Engenharia Florestal ganha premiação internacional</u>	1.527	Engenharia	Ciências Exatas	4.078	1	M	Não	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
493		03/02/2021	<u>UnB faz testes para reduzir mortandade de aves que colidem em fachadas envidraçadas</u>	1.758	Engenharia Florestal	Ciências da Vida	6.367	1	M	Não	Não	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
504		17/02/2021	<u>Instituto de Psicologia coordena pesquisa sobre múltiplos impactos da pandemia de covid-19 no Brasil</u>	888	Psicologia	Humanidades	2.765	1	F	Sim	Sim	2	Não	Não	Não	Sim	Início
515		18/02/2021	<u>Professor da UnB está em lista dos cientistas que mais contribuíram para estudos sobre doenças negligenciadas</u>	1.024	Medicina	Ciências da Vida	3.205	1	M	Sim	Não	1	Não	Não	Não	Não	Concluído
		TOTAL		100.393			224.079	69				121					

Anexo 2 - Planilha UnB Ciência

Nº	Nº/mês	Mês	Data	Título	Nº acessos	Área	Grande área	Caracteres	Nº de entrevistados	Gênero	Foto pesquisador?	Co-autores?	Menção a grupo de pesquisa/projeto?	Imagens	Gráficos?	Atualização posterior?	Pedido de financiamento?	Relação com covid-19?	Fase do estudo
1	1	Setembro	02/09/2020	<u>Enzimas utilizadas na fabricação de testes para covid-19 poderão ser produzidas na UnB</u>	2.139	Ciências Biológicas	Ciências da Vida	2.733	1	F	Sim	Não	Não	2	Não	Não	Não	Sim	Início
2	2		09/09/2020	<u>Estudo identifica relação entre situação socioeconômica de municípios e tendências nutricionais da população</u>	1.898	Ecologia	Ciências da Vida	5.887	1	F	Sim	Sim	Sim	4	Sim (1)	Não	Não	Não	Concluído
3	3		16/09/2020	<u>Castanha-de-caju pode ser fonte para terapia de baixo custo contra covid-19</u>	3.804	Medicina	Ciências da Vida	4.713	1	M	Sim	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Desenvolvimento
4	4		23/09/2020	<u>Pesquisa com mães de crianças acometidas pela síndrome congênita do zika vírus vira livro</u>	1.362	Antropologia	Humanidades	10.125	1	F	Sim, mas não individual	Sim	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
5	5		30/09/2020	<u>Pessoas com deficiência apontam educação profissional como meio de inserção social</u>	1.446	Educação e Pedagogia	Humanidades	5.966	1	M/F	Sim	Sim	Sim	4	Não	Não	Não	Não	Concluído
6	1		Out	07/10/2020	<u>Livro versa olhar sociológico sobre principal inovação tecnológica do mercado</u>	1.422	Ciências sociais	Ciências da Vida	8.732	1	M	Sim	Não	Não	3	Não	Não	Não	Não

		u		<u>financeiro: as criptomoedas</u>															
7	2	r	14/10/2020	<u>Pesquisadores da UnB identificam neurotransmissor responsável por ativação cardiovascular no exercício físico</u>	2.762	Educação Física	Ciências da Vida	7.591	1	M	Sim, mas não individual	Sim	Sim	4	Sim (1)	Não	Não	Não	Concluído
8	3	o	21/10/2020	<u>Pesquisa internacional avalia uso de fitoterápicos no tratamento contra a covid-19</u>	5.578	Farmácia	Ciências da Vida	5.132	1	F	Sim	Não	Não	3	Não	Não	Não	Sim	Concluído
9	1	N	04/11/2020	<u>Artigo premiado simplifica compreensão da norma internacional sobre arrendamento mercantil para contadores</u>	1.029	Ciências contábeis	Humanidades	3.730	1	M	Sim	Sim	Não	2	Não	Não	Não	Não	Concluído
10	2	v	18/11/2020	<u>Tese estuda projeto pioneiro da UnB de inteligência artificial para o Poder Judiciário</u>	2.107	Direito	Humanidades	6.868	2	M/F	Sim, mas não individual	Não	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
11	3	e	25/11/2020	<u>Tese analisa comportamento dos eleitores ao votar em corruptos</u>	1.682	Ciência Política	Humanidades	7.440	1	M	Não	Não	Não	4	Não	Não	Não	Não	Concluído
12	1	m	16/12/2020	<u>Degradação florestal supera desmatamento na Amazônia</u>	1.189	Engenharia Florestal	Ciências da Vida	6.201	1	M	Sim	Sim	Sim	4	Não	Não	Não	Não	Concluído
13	1	b	06/01/2021	<u>Proteína alfa-1-antitripsina tem potencial preventivo e terapêutico contra covid-19.</u>	4.154	Ciências da Saúde	Ciências da Vida	6.810	2	M	Sim, mas não	Sim	Sim	3	Não	Não	Sim	Sim	Concluído

		i r o	<u>apontam pesquisadores da UnB</u>						indiv dual										
14	2		20/01/2021	<u>Pesquisa inédita do Laboratório de Imunologia e Inflamação da UnB conclui que vírus zika ataca o intestino</u>	1.502	Ciências Biológicas	Ciências da Vida	4.198	1	F	Sim, mas não indivi dual	Sim	Sim	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
15	3	27/01/2021	<u>Software de inteligência artificial auxilia interessados em investir no mercado financeiro</u>	3.085	Engenharia Mecatrônica	Ciências Exatas	7.421	1	M	Sim	Sim	Não	3	Sim (1)	Não	Não	Não	Concluído	
16	4	F e v e r e i r o	03/02/2021	<u>Pesquisadores propõem nova hipótese para o mistério da origem das Terras Pretas de Índio na Amazônia</u>	1.139	Ciências Ambientais	Ciências da Vida	6.240	2	M	Sim	Sim	Sim	5	Não	Não	Não	Não	Concluído
17	5		11/02/2021	<u>Nanopartícula à base da goma do caiueiro é nova tecnologia capaz de identificar impressão digital para perícia criminal</u>	1.471	Biotechnology	Ciências da Vida	7.944	1	M	Sim, mas não indivi dual	Sim	Sim	4	Não	Não	Não	Não	Concluído
18	6		24/02/2021	<u>Tese sobre consolidação histórica do tronco linguístico Macro-Jê é reconhecida internacionalmente</u>	5.719	Letras	Artes e Letras	6.166	1	F	Não	Sim	Não	3	Não	Não	Não	Não	Concluído
TOTAL				43.488			113.897	21					60						

Anexo 3 - Planilha Facebook

Nº	Nº/mês	Mês	Data	Post	Pessoas alcançadas	Engajamento	Reações	Comentários	Compartilhamentos	Grande área	Notícias ou Ciência?	Quando no site?	Imagem repetida?
1	1	Setembro	01/09/2020	<u>Artigo científico equaciona condições climáticas, combate ao fogo e vulnerabilidade de indígenas a covid-19</u> <u>Estudo da UnB em 19 zonas de terras dos povos tradicionais mostra que seca não é anômala na maior parte e casos de infecção aumentaram nas comunidades:</u> Artigo científico equaciona condições climáticas, combate ao fogo e vulnerabilidade de indígenas a covid-19 <u>Estudo da UnB em 19 zonas de terras dos povos tradicionais mostra que seca não é anômala na maior parte e casos de infecção aumentaram nas comunidades:</u> https://bit.ly/32HALJc	5.340	211	82	0	11	Humanidades	Ciência	31/ago	Sim
2	2		02/09/2020	<u>Pesquisa da UnB identifica aprovação do trabalho remoto em órgãos públicos do DF durante a pandemia</u> <u>Resultados trazem análises e recomendações relevantes para auxiliar gestores e servidores atualmente e no futuro:</u> https://bit.ly/3lBhPV4	5.327	210	61	0	3	Humanidades	Notícias	01/set	Sim
3	3		07/09/2020	<u>Projeto nacional mapeia cadeias alternativas de distribuição de agroalimentos durante a pandemia</u> <u>Com participação da UnB, Ação Coletiva Comida de Verdade busca auxiliar agricultores familiares e garantir alimentação de qualidade:</u> https://bit.ly/2R1KWmt	5.664	177	95	0	10	Ciências da Vida	Notícias	03/set	Sim
4	5		08/09/2020	<u>Pesquisa avaliará impacto psicossocial do isolamento na comunidade acadêmica</u> <u>Três frentes serão avaliadas: saúde mental, uso de álcool e outras drogas e papéis ocupacionais:</u> https://bit.ly/3bG3WRa Foto: Beto Monteiro - Secom/UnB	6.151	399	96	2	14	Humanidades	Notícias	04/set	Sim

5	6	09/09/2020	<p><u>Enzimas utilizadas na fabricação de testes para covid-19 poderão ser produzidas na UnB</u> <u>Professora do Departamento de Biologia Celular obteve recursos para fabricar as substâncias em laboratório a fim de baratear a testagem: https://bit.ly/35h2W4G</u> Foto: Acácio Pinheiro/Agência Brasília</p>	9.712	634	219	0	47	Ciências da Vida	Ciência	02/set	Sim
6	7	10/09/2020	<p><u>Projeto quer identificar grupos populacionais com menos acesso à informação sobre a covid-19</u> <u>Pesquisadores irão monitorar segmentos por três meses para observar se houve redução nas lacunas de conhecimento sobre o assunto: https://bit.ly/3bK8hmc</u> <u>[Esta iniciativa aguarda financiamento. Para viabilizar este e outros projetos, a UnB criou um fundo para arrecadar doações - Fundo Covid-19 UnB em Ação. Pessoas e empresas podem destinar recursos, contribua: https://www.finatec.org.br/doacaoprojetos/form.]</u></p>	4.025	42	23	0	3	Humanidades	Notícias	08/set	Sim
7	8	11/09/2020	<p><u>Estudo identifica relação entre situação socioeconômica de municípios e tendências nutricionais da população</u> <u>Pesquisa que analisa unhas para ligar Índice de Desenvolvimento Humano a hábitos alimentares estampa capa de renomada revista do grupo Nature: https://bit.ly/32i8Mkh</u></p>	4.806	155	65	2	6	Ciências da Vida	Ciência	09/set	Sim
8	9	21/09/2020	<p><u>Projetos da UnB de combate à covid-19 têm financiamento aprovado em edital</u> <u>Ação organizada pelo Copei, DPI e DEX beneficiou 47 iniciativas da UnB. Entre elas, está e-book com informações científicas acessíveis sobre a covid-19: https://bit.ly/33NsqUJ</u></p>	6.434	251	110	0	21	Institucional	Notícias	16/set	Sim
9	10	24/09/2020	<p><u>Castanha-de-caju pode ser fonte para terapia de baixo custo contra covid-19</u> <u>Projeto tem como base substâncias extraídas da casca do fruto para tratamento profilático e terapêutico: https://bit.ly/2RXvNTC</u> Foto: Ana Elisa Sidrim/Embrapa</p>	10.154	830	197	16	33	Ciências da Vida	Ciência	16/set	Sim
10	11	26/09/2020	<p><u>UnB desenvolve aplicativo para facilitar reinserção de egressos do sistema prisional à sociedade</u> <u>Fruto de parceria com CNJ, FAP-DF e Finatec, a ferramenta Escritório Social Virtual vai potencializar o trabalho já realizado presencialmente: https://bit.ly/3cyHWbd</u></p>	3.493	81	47	0	5	Ciências Exatas	Notícias	24/set	Sim

11	12		<p><u>Projeto leva informações a produtores do campo sobre manejo de animais durante a pandemia</u> <u>Professores e residentes do Hospital Veterinário da UnB ofereceram orientações por videoconferências. Cartilhas com temas discutidos também serão distribuídas:</u> https://bit.ly/3kLpKxS Foto: Amália Gonçalves/Secom UnB</p>	4.496	73	39	3	1	Ciências da Vida	Notícias	25/set	Sim
12	13		<p><u>Pesquisa com mães de crianças acometidas pela síndrome congênita do zika vírus vira livro</u> <u>Obra retrata, de forma simples e sensível, histórias de mulheres que enfrentam até hoje desafios da doença para criar seus filhos: resgate de uma epidemia com consequências no momento presente.</u> https://bit.ly/3mVsWZD</p>	4.775	101	44	0	6	Humanidades	Ciência	23/set	Sim
13	14		<p><u>Grupo da UnB e do IFB desenvolve aparato de ventilação para combater a covid-19 nos hospitais</u> <u>Equipamento faz filtragem do ar para diminuir a circulação de partículas do novo coronavírus e as chances de contágio:</u> https://bit.ly/3n36vld Foto: Tatiana Fortes/Governo do Ceará</p>	9.626	463	140	2	42	Ciências da Vida	Notícias	28/set	Sim
14	15		<p><u>Pesquisa da UnB faz recorte da contaminação por covid-19 entre profissionais de odontologia do DF</u> <u>Estudo pretende avaliar de que forma a pandemia impactou as rotinas da categoria e se as medidas de biossegurança têm reduzido os riscos de contágio:</u> https://bit.ly/2G4pCLr Foto: Lúcio Bernardo Jr./Agência Brasília</p>	4.775	131	45	0	5	Ciências da Vida	Notícias	29/set	Sim
15	1	O u t u b r o	<p><u>Pessoas com deficiência apontam educação profissional como meio de inserção social</u> <u>Para elas, formação também permite a descoberta de potencialidades e valores, como autoestima, autonomia e cidadania. Conclusões estão em artigo de pesquisadores da UnB e da Fiocruz:</u> https://bit.ly/2HNKwih Foto: Luis Gustavo Prado - Secom/UnB</p>	6.353	244	85	0	9	Humanidades	Ciência	30/set	Sim
16	2		<p><u>Projeto propõe alternativas para auxiliar docentes da rede pública do DF no ensino remoto emergencial</u> <u>Pesquisadores acompanharão professores e suas salas de aula on-line para entenderem as dificuldades educacionais e buscarem soluções:</u> https://bit.ly/30tGUZ5 Foto: Lucas Sabino</p>	4.569	151	40	0	16	Humanidades	Notícias	1º/out	Sim

17	3	05/10/2020	<u>Pesquisa pretende identificar impacto da pandemia entre mulheres no DF</u> <u>Projeto vai mapear disseminação local da covid-19 a partir de notificações de casos entre população feminina:</u> https://bit.ly/33tcJmS Foto: Lucio Bernardo Jr./Agência Brasília	4.674	125	41	1	4	Humanidades	Notícias	02/out	Sim
18	4	10/10/2020	<u>Pesquisa conduzida pela UnB analisa manifestações orais relacionadas à covid-19</u> <u>Desordem no paladar é a mais comum e afeta 45% dos pacientes. Pesquisadores também buscam potenciais biomarcadores salivares para diagnóstico da doença:</u> https://bit.ly/3nCO4fl	5.126	128	57	0	3	Ciências da Vida	Notícias	05/out	Sim
19	5	10/10/2020	<u>Projeto avalia melhorias nos espaços escolares do DF para a retomada em tempos de pandemia</u> <u>Equipe da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da UnB irá medir e avaliar o conforto térmico e a qualidade do ar em salas de aula:</u> https://bit.ly/3nvOeO1 Foto: Dênio Simões/Agência Brasília	7.372	319	115	2	12	Humanidades	Notícias	08/out	Sim
20	5	12/10/2020	<u>Livro versa olhar sociológico sobre principal inovação tecnológica do mercado financeiro: as criptomoedas</u> <u>Professor da UnB explica em obra, baseada em tese de doutorado, o papel do bitcoin na economia e conclui que este não irá substituir o dinheiro convencional:</u> https://bit.ly/2SJaGoq	5.003	173	43	3	9	Ciências da Vida	Ciência	07/out	Sim
21	6	16/10/2020	<u>Pesquisa busca entender ressignificações de mundo geradas pela pandemia entre a comunidade acadêmica</u> <u>Iniciativa estuda as relações pessoais na continuidade da formação educacional e da atuação profissional em situações emergenciais:</u> https://bit.ly/37bpXXu Foto: Beatriz Ferraz/Secom UnB	4.837	183	77	0	9	Humanidades	Notícias	14/out	Sim
22	7	17/10/2020	<u>Pesquisadores da UnB identificam neurotransmissor responsável por ativação cardiovascular no exercício físico</u> <u>Estudo inédito em humanos aponta neurônios gabaérgicos como responsáveis pela comunicação entre músculo e cérebro durante o estímulo:</u> https://bit.ly/342OUT4	9.050	581	238	1	40	Ciências da Vida	Ciência	14/out	Sim
23	8	17/10/2020	<u>Pesquisadores da UnB geram resultados em intercâmbio em empresa alemã de tecnologia automotiva</u> <u>Mestrandos em Sistemas Mecatrônicos ampliam oportunidades de atuação dedicados a estudos com carros autônomos:</u> https://bit.ly/2H9EDf8	6.304	213	93	0	12	Ciências Exatas	Notícias	14/out	Sim

24	9		22/10/2020	<u>Estudo da UnB busca caracterizar percepções sobre sofrimento psíquico decorrente da pandemia</u> <u>Pesquisadores irão identificar impactos psicossociais a partir das expressões das pessoas sobre o cotidiano e a saúde emocional. Questionário está disponível:</u> https://bit.ly/31OBbxZ Foto: Emilia Silberstein	4.349	165	66	0	13	Humanidades	Notícias	19/out	Não
25	10		24/10/2020	<u>Critérios para participar de testes da vacina chinesa no HUB são ampliados</u> <u>Agora, profissionais de saúde do DF maiores de 60 anos ou que já tiveram covid-19 podem ser voluntários:</u> https://bit.ly/37zPIBd	15.532	1.019	141	17	41	Ciências da Vida	Notícias	21/out	Sim
26	11		28/10/2020	<u>Pesquisa internacional avalia uso de fitoterápicos no tratamento contra a covid-19</u> <u>Liderado por equipe da UnB, estudo classificou o risco de principais plantas medicinais utilizadas por pacientes com sintomas da doença:</u> https://bit.ly/3Cf57U	3.887	101	42	0	5	Ciências da Vida	Ciência	21/out	Sim
27	1		05/11/2020	<u>Projeto de extensão avalia gestão de resíduos sólidos entre comunidade acadêmica durante a pandemia</u> <u>Iniciativa promoverá a conscientização acerca dos processos de coleta seletiva com base em resultados de pesquisa sobre o assunto:</u> https://bit.ly/3p1Zu5t Foto: Luis Gustavo Prado - Secom/UnB	2.580	43	27	0	0	Humanidades	Notícias	03/nov	Sim
28	2	N o v e m b r o	06/11/2020	<u>Projetos da UnB destacam informação como importante aliada no enfrentamento à pandemia</u> <u>Pesquisa avalia conhecimento da população sobre a covid-19; no âmbito da extensão, outra iniciativa contribui no combate às fake news nas redes sociais:</u> https://bit.ly/2JHb7OY Foto: Beto Monteiro - Secom/UnB	3.355	88	58	0	2	Humanidades	Notícias	03/nov	Não
29	3		07/11/2020	<u>Artigo premiado simplifica compreensão da norma internacional sobre arrendamento mercantil para contadores</u> <u>Trabalho elaborado por professor da UnB, em parceria com pesquisador da USP, foi agraciado com honraria do Conselho Federal de Contabilidade:</u> https://bit.ly/3mX37Yo	5.121	172	66	2	7	Humanidades	Ciência	04/nov	Sim

30	4	07/11/2020	<u>Pesquisa da Sociologia analisa condições do ensino remoto emergencial em escolas do DF</u> <u>Projeto visa a construção coletiva do conhecimento, com contribuições para a educação durante a pandemia a partir da realidade de estudantes secundaristas:</u> https://bit.ly/3ewagfo	3.376	69	28	0	2	Humanidades	Notícias	04/nov	Sim
31	5	11/11/2020	<u>Equipe da UnB representa o Brasil na Cybathlon 2020</u> <u>Competição internacional reúne grupos que desenvolvem tecnologias para aperfeiçoar a reabilitação de pessoas com deficiências motoras:</u> https://bit.ly/3niG1vD	4.635	191	110	1	6	Ciências Exatas	Notícias	10/nov	Sim
32	6	13/11/2020	<u>Pesquisa da UnB analisa as consequências da pandemia no trabalho de psicólogos</u> <u>Dados foram coletados para construção de um panorama sobre as condições de desempenho das atividades dos profissionais da categoria:</u> https://bit.ly/3f80kaB	3.034	74	37	0	3	Humanidades	Notícias	12/nov	Sim
33	1	05/12/2020	<u>Tese estuda projeto pioneiro da UnB de inteligência artificial para o Poder Judiciário</u> <u>Trabalho analisou impacto do uso de software desenvolvido em 2018 por estudantes e docentes do Direito e das Engenharias da Universidade, em parceria com o Supremo Tribunal Federal:</u> https://bit.ly/33lCejl	7.587	773	88	3	21	Humanidades	Ciência	18/nov	Sim
34	2	07/12/2020	<u>Tese analisa comportamento dos eleitores ao votar em corruptos</u> <u>Agraciado com menção honrosa pela Capes, estudo baseia-se em evidências experimentais sobre as limitações do voto no combate à corrupção:</u> https://bit.ly/2VptMuA	5.267	262	104	2	24	Humanidades	Ciência	25/nov	Sim
35	3	09/12/2020	<u>Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado.</u> <u>Resultado de tese doutoral, obra conquista primeiro lugar na categoria Ciências Sociais Aplicadas em honraria da Associação Brasileira de Editoras Universitárias:</u> https://tinyurl.com/vyu2z94o Foto: divulgação	8.277	632	302	7	30	Humanidades	Notícias	08/dez	Sim
36	4	14/12/2020	<u>Professora da Universidade de Brasília é eleita para a Academia Brasileira de Ciências. Sônia Bão, que já foi vice-reitora da UnB, toma posse no dia 1º de janeiro:</u> https://tinyurl.com/yddnlet7 Foto: Mariana Costa/Secom UnB	11.537	1.198	334	30	38	Ciências da Vida	Notícias	11/dez	Sim

37	5	16/12/2020	<u>Grupo de pesquisa da Faculdade de Direito atua como 'amigo da corte' em sessão no STF. Pela primeira vez, grupo de pesquisa em direito do trabalho participa de julgamento de inconstitucionalidade na maior instância do poder judiciário: https://tinyurl.com/ycuho33v</u>	9.036	476	136	1	36	Humanidades	Notícias	11/dez	Sim
38	6	17/12/2020	<u>Desenvolvido na UnB, unicórnio brasileiro tem potencial para revolucionar agronegócio. Krilltech, empresa especializada em nanotecnologia, já está avaliada em mais de R\$ 1 bilhão. Iniciativa aposta na arbolina como biofertilizante do futuro: https://tinyurl.com/y8fqflv4</u> <u>Foto: Tetiana Bykovets/Unsplash</u>	7.109	463	133	1	22	Ciências da Vida	Notícias	15/dez	Sim
39	7	18/12/2020	<u>A revista Darcy lança edição especial com foco na pandemia</u> <u>Chegou o dossiê que você precisava para entender de forma clara, direta e cientificamente embasada o atual cenário pandêmico da covid-19.</u> <u>Já houve algo parecido na história do planeta? Quais fatores teriam contribuído para o início e a disseminação da doença? Quais impactos econômicos, sociais e psicológicos ela está gerando? A vacina vai mesmo resolver o problema? Que diabos é Sars-Cov-2 e outros termos que andam falando por aí?</u> <u>Ficou com pulga atrás da orelha pra saber as respostas? Pois tire essa danada daí com a #RevistaDarcy. (Até rimou)!</u> <u>Informe-se com qualidade, proteja-se e dissemine informação: revistadarcy.unb.br</u>	4.523	134	133	0	14	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A
40	8	29/12/2020	<u>Mutação do novo coronavírus: qual é o real perigo? Pesquisador da UnB e infectologista do HUB analisam impactos da circulação da variante do Sars-Cov-2 detectada no Reino Unido: https://tinyurl.com/ybcn5j7b</u> <u>Imagem: Pixabay</u>	4.061	125	40	0	5	Ciências da Vida	Notícias	28/dez	Sim

41	9		30/12/2020	<u>Degradação florestal supera desmatamento na Amazônia. Publicada na Science, pesquisa liderada por professor da UnB revela nova forma de entender dinâmica nas mudanças da cobertura vegetal da Floresta:</u> https://tinyurl.com/ycot7k4o Foto: Grupo de pesquisa EFL/UnB	3.488	79	37	0	3	Ciências da Vida	Ciência	16/dez	Sim
42	1		06/01/2021	<u>Pesquisa que usa inteligência artificial para frear agravamento da covid-19 em regiões brasileiras é premiada. Integrante do Núcleo de Evidências em Saúde da UnB faz parte da equipe do projeto vencedor:</u> https://tinyurl.com/yxgs9pd9 Imagem: Gerd Altmann/Pixabay	3.063	61	38	0	7	Ciências da Vida	Notícias	05/jan	Sim
43	2	J a n e i r o	09/01/2021	<u>Proteína alfa-1-antitripsina tem potencial preventivo e terapêutico contra covid-19, apontam pesquisadores da UnB</u> <u>Com propriedades antivirais e anti-inflamatórias já comprovadas em vírus como HIV, a proteína pode ser uma aliada importante contra o novo coronavírus:</u> https://bit.ly/2L8afEe	8.420	481	128	1	41	Ciências da Vida	Ciência	06/jan	Sim
44	3		13/01/2021	<u>"Estamos muito satisfeitos com os resultados da vacina", diz diretor da Faculdade de Medicina da UnB</u> <u>Gustavo Romero, coordenador dos testes clínicos da CoronaVac no DF, explica os resultados de eficácia apresentados pelo Butantan nesta terça:</u> https://bit.ly/3qiLMuA Foto: Ascom - HUB	9.268	605	210	0	47	Ciências da Vida	Notícias	12/jan	Sim
45	4		14/01/2021	<u>Pesquisa aponta para desequilíbrio na ação de proteínas como principal causa das formas graves de covid-19. Em parceria com a Universidade de Verona, estudo sugere mecanismo para explicar o pior desfecho clínico apresentado por pacientes de grupo de risco:</u> https://tinyurl.com/y6nfeszs Imagem: Mohamed Hassan/Pixabay	3.488	114	27	0	5	Ciências da Vida	Notícias	12/jan	Sim

46	5	20/01/2021	<p><u>Pesquisadores da UnB pela vacinação</u> <u>Agora temos uma grande aliada no combate à pandemia de covid-19: a vacina chegou e está sendo aplicada em etapas! Para reduzir o número de casos da doença e contribuir para o não agravamento do caos na saúde pública, é fundamental a imunização da população. Quando chegar a sua vez, vacine-se! Faça isso por você e por todos a sua volta.</u> <u>Junte-se à Universidade de Brasília no combate à desinformação e compartilhe este esclarecimento dos especialistas!</u> <u>#vemvacina</u> <u>Video: UnBTV</u></p>	4.300 (1.100 visualizações)	195	58	0	28	Ciências da Vida	N/A	20/jan	Video
47	6	23/01/2021	<p><u>Pesquisa inédita do Laboratório de Imunologia e Inflamação da UnB conclui que vírus zika ataca o intestino</u> <u>Estudo investiga as alterações causadas pelo agente infeccioso no órgão. Trabalho foi publicado na revista Scientific Reports, do grupo Nature: https://bit.ly/3iCPYmo</u></p>	5.265	230	102	0	14	Ciências da Vida	Ciência	20/jan	Sim
48	7	27/01/2021	<p><u>Pesquisadores da UnB identificam padrão em inflamação celular causada pelo novo coronavírus</u> <u>Em artigo internacional, cientistas levantam a hipótese de uma alternativa que pode diminuir a capacidade inflamatória na superfície das células infectadas: https://bit.ly/2NJIvD</u></p>	5.948	298	113	3	18	Ciências da Vida	Notícias	22/jan	Sim
49	8	28/01/2021	<p><u>Cartilha aborda uso racional de medicamentos na infância</u> <u>Livro estimula adesão à terapia com fármacos e destaca informações mais importantes sobre os usados com mais frequência em casos específicos: https://bit.ly/2NKBQMB</u></p>	3.235	40	16	0	3	Ciências da Vida	Notícias	25/jan	Sim
50	9	30/01/2021	<p><u>Grupo de pesquisa ajuda a redigir projeto de lei que tramita no Senado</u> <u>O Mobilang faz parte da iniciativa que pretende inovar sobre direitos linguísticos na legislação brasileira: https://bit.ly/2MhR3UP</u> <u>Foto: Isa Lima - Secom UnB</u></p>	4.848	170	65	4	7	Artes e Letras	Notícias	26/jan	Sim
51	1	04/02/2021	<p><u>Software de inteligência artificial auxilia interessados em investir no mercado financeiro</u> <u>Gratuita e on-line, a ferramenta Smart Trading foi desenvolvida por mestrando da UnB. Pesquisa que embasa a tecnologia foi premiada em evento científico: https://bit.ly/3trgtjR</u></p>	10.420	1.233	189	35	35	Ciências Exatas	Ciência	27/jan	Sim

52	2	i r o	04/02/2021	<u>Pesquisas da UnB são agraciadas no Prêmio Brasil de Economia</u> <u>Instituição teve representantes entre os primeiros lugares em duas categorias:</u> https://bit.ly/3pQHZ8b Foto: Beatriz Ferraz - Secom/UnB	4.425	207	97	3	15	Humanidades	Notícias	1º/fev	Sim
53	3		06/02/2021	<u>Iniciativa da Engenharia Florestal ganha premiação internacional</u> <u>Projeto beneficia a população abastecida pela bacia hidrográfica do Pipiripau e incrementa a recuperação da cobertura vegetal nativa da região:</u> https://bit.ly/3jo6APc	4.891	262	124	15	11	Ciências Exatas	Notícias	02/fev	Sim
54	4		11/02/2021	<u>Pesquisadores propõem nova hipótese para o mistério da origem das Terras Pretas de Índio na Amazônia.</u> <u>Publicada na Nature Communications, pesquisa faz novas descobertas, indo de encontro à teoria antropogênia vigente há décadas:</u> https://tinyurl.com/terraspretasdeindio	3.607	137	38	0	2	Ciências da Vida	Ciência	03/fev	Sim
55	5		15/02/2021	<u>Nanopartícula à base da goma do cajueiro é nova tecnologia capaz de identificar impressão digital para perícia criminal</u> <u>Desenvolvida pela UnB com outras instituições, solução é de baixo custo, não tóxica e rápida na revelação de datilograma oculto em superfícies porosas:</u> https://bit.ly/3rNDmMz	6.350	272	138	1	21	Ciências da Vida	Ciência	11/fev	Sim
56	6		18/02/2021	<u>Instituto de Psicologia coordena pesquisa sobre múltiplos impactos da pandemia de covid-19 no Brasil</u> <u>Parte de iniciativa internacional, estudo permitirá comparar dados sobre desafios e estratégias de enfrentamento à pandemia em diferentes países:</u> https://bit.ly/3iZrjX Foto: Lúcio Bernardo Jr./Agência Brasília	3.274	104	51	0	6	Humanidades	Notícias	17/fev	Sim
57	7		23/02/2021	<u>Professor da UnB está em lista dos cientistas que mais contribuíram para estudos sobre doenças negligenciadas</u> <u>Gerson Penna, do Programa de Pós-Graduação em Medicina Tropical, publicou mais de 200 artigos com importantes contribuições no combate à hanseníase:</u> https://bit.ly/3dDekMf Foto: Beto Monteiro - Secom/UnB	5.768	415	247	2	15	Ciências da Vida	Notícias	18/fev	Não
TOTAL				327.090	16763	5575	160	868					

Anexo 4 - Planilha Twitter

Nº	Nº/ mês	Mês	Data	Post	Impressões	Engajamento	Curtidas	Comentários	Retweet	Grande área	Notícias ou Ciência?	Quando no site?	Imagem repetida?
1	1	Setembro	01/09/2020	Artigo científico equaciona condições climáticas, combate ao fogo e vulnerabilidade de indígenas a covid-19 Estudo da UnB em 19 zonas de terras dos povos tradicionais mostra que seca não é anômala na maior parte e casos de infecção aumentaram: https://bit.ly/32HALJc pic.twitter.com/Mo7R4uKT6a	4.082	58	16	0	1	Humanidades	Notícias	31/08/2020	Sim
2	2		02/09/2020	Pesquisa da UnB identifica aprovação do trabalho remoto em órgãos públicos do DF durante a pandemia Resultados trazem análises e recomendações relevantes para auxiliar gestores e servidores atualmente e no futuro: https://bit.ly/3lBhPV4 pic.twitter.com/oB6Vxpc3Q	3.908	40	10	0	1	Humanidades	Notícias	01/09/2020	Sim
3	3		07/09/2020	Projeto nacional mapeia cadeias alternativas de distribuição de agroalimentos durante a pandemia Com participação da UnB, Ação Coletiva Comida de Verdade busca auxiliar agricultores familiares e garantir alimentação de qualidade: https://bit.ly/2R1KWmt pic.twitter.com/vzIX8yWLEc	4.817	111	45	0	3	Ciências da Vida	Notícias	03/09/2020	Sim
4	4		08/09/2020	Pesquisa avaliará impacto psicossocial do isolamento na comunidade acadêmica Três frentes serão avaliadas: saúde mental, uso de álcool e outras drogas e papéis ocupacionais: https://bit.ly/3bG3WRa pic.twitter.com/q0CcQMLcG3	6.458	381	97	5	10	Humanidades	Notícias	04/09/2020	Sim

5	5	09/09/2020	<p>Enzimas utilizadas na fabricação de testes para covid-19 poderão ser produzidas na UnB</p> <p>Professora do Departamento de Biologia Celular obteve recursos para fabricar as substâncias em laboratório a fim de baratear a testagem: https://bit.ly/35h2W4G pic.twitter.com/UCmMrqjwjl</p>	5.506	172	67	0	12	Ciências da Vida	Ciência	02/09/20	Sim
6	6	11/09/2020	<p>Estudo identifica relação entre situação socioeconômica de municípios e tendências nutricionais da população</p> <p>Pesquisa que analisa unhas para ligar Índice de Desenvolvimento Humano a hábitos alimentares estampa capa de renomada revista do grupo Nature: https://bit.ly/32i8Mkh pic.twitter.com/NFEkTkOnbg</p>	4.313	85	23	0	2	Ciências da Vida	Ciência	09/09/2020	Sim
7	7	17/09/2020	<p>Projetos da UnB de combate à covid-19 têm financiamento aprovado em edital.</p> <p>Ação organizada pelo Copei, DPI e DEX beneficiou 47 iniciativas da UnB. Entre elas, está e-book com informações científicas acessíveis sobre a covid-19. http://bit.ly/3krX7pq</p> <p>Foto: Acácio Pinheiro pic.twitter.com/RCqmgzRayu</p>	4.612	61	22	0	5	Institucional	Notícias	16/09/2020	Sim
8	8	24/09/2020	<p>Castanha-de-caju pode ser fonte para terapia de baixo custo contra covid-19</p> <p>Projeto tem como base substâncias extraídas da casca do fruto para tratamento profilático e terapêutico: https://bit.ly/2RXvNTC pic.twitter.com/kDEXTxRdNM</p>	7.513	417	88	2	27	Ciências da Vida	Ciência	16/09/2021	Sim
9	9	25/09/2020	<p>UnB desenvolve aplicativo para facilitar reinserção de egressos do sistema prisional à sociedade.</p> <p>Fruto de parceria com CNJ, FAP-DF e Finatec, a ferramenta Escritório Social Virtual vai potencializar o trabalho já realizado presencialmente. http://bit.ly/3hYoeqh pic.twitter.com/jaOWZbySzD</p>	5.095	104	27	0	5	Ciências Exatas	Notícias	24/09/2020	Sim

10	10		28/09/2020	Projeto leva informações a produtores do campo sobre manejo de animais durante a pandemia. Professores e residentes do Hospital Veterinário da UnB ofereceram orientações por videoconferências. Cartilhas com temas discutidos também serão distribuídas. http://bit.ly/3jdUdo6 pic.twitter.com/1y6GdqTfTI	4.283	60	18	0	5	Ciências da Vida	Notícias	25/09/2020	Sim
11	11		28/09/2020	Pesquisa com mães de crianças acometidas pela síndrome congênita do zika vírus vira livro Obra retrata histórias de mulheres que enfrentam até hoje desafios da doença para criar seus filhos: resgate de uma epidemia com consequências no momento presente. https://bit.ly/3mVsWZD pic.twitter.com/WkvyDJ0kre	3.952	88	15	0	0	Humanidades	Ciência	23/09/2020	Sim
12	12		29/09/2020	Grupo da UnB e do IFB desenvolve aparato de ventilação para combater a covid-19 nos hospitais. Equipamento faz filtragem do ar para diminuir a circulação de partículas do novo coronavírus e as chances de contágio. http://bit.ly/33bA9wQ Foto: Tatiana Fortes pic.twitter.com/wvUCqGHGIS	5.391	150	66	3	18	Ciências da Vida	Notícias	28/09/2020	Sim
13	1	Outubro	01/10/2020	Pessoas com deficiência apontam educação profissional como meio de inserção social Para elas, formação também permite a descoberta de potencialidades e valores. Conclusões estão em artigo de pesquisadores da UnB e da Fiocruz: https://bit.ly/2HNKwih pic.twitter.com/SVh5WmAUcx	4.446	135	19	0	2	Humanidades	Ciência	30/09/2020	Sim
14	2		02/10/2020	Projeto propõe alternativas para auxiliar docentes da rede pública do DF no ensino remoto emergencial. Pesquisadores acompanharão professores e suas salas de aula on-line para entenderem as dificuldades educacionais e buscarem soluções: https://bit.ly/30tGUZ5 pic.twitter.com/ODa5h96nCZ	4.354	66	21	0	3	Ciências da Vida	Notícias	01/10/2020	Sim

15	3	05/10/2020	<p>Pesquisa pretende identificar impacto da pandemia entre mulheres no DF</p> <p>Projeto vai mapear disseminação local da covid-19 a partir de notificações de casos entre população feminina: https://bit.ly/33tcJmS pic.twitter.com/xcihoG43wG</p>	4.516	71	26	0	5	Humanidades	Notícias	02/10/2020	Sim
16	4	10/10/2020	<p>Pesquisa conduzida pela UnB analisa manifestações orais relacionadas à covid-19</p> <p>Desordem no paladar é a mais comum e afeta 45% dos pacientes. Pesquisadores também buscam potenciais biomarcadores salivares para diagnóstico da doença: https://bit.ly/3nCQ4fl pic.twitter.com/zkB3YgKZyL</p>	5.231	95	31	1	4	Ciências da Vida	Notícias	05/10/2020	Sim
17	5	10/10/2020	<p>Projeto avalia melhorias nos espaços escolares do DF para a retomada em tempos de pandemia</p> <p>Equipe da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da UnB irá medir e avaliar o conforto térmico e a qualidade do ar em salas de aula: https://bit.ly/3nvOeO1 pic.twitter.com/PbHR0TdWST</p>	7.086	314	60	3	10	Humanidades	Notícias	08/10/2020	Sim
18	6	12/10/2020	<p>Livro versa olhar sociológico sobre principal inovação tecnológica do mercado financeiro: as criptomoedas</p> <p>Professor da UnB explica em obra o papel do bitcoin na economia e conclui que este não irá substituir o dinheiro convencional: https://bit.ly/2SJJaGoq pic.twitter.com/aZlko2bQQW</p>	5.471	88	23	0	2	Humanidades	Ciência	07/10/2020	Sim
19	7	16/10/2020	<p>Pesquisa busca entender ressignificações de mundo geradas pela pandemia entre a comunidade acadêmica</p> <p>Iniciativa estuda as relações pessoais na continuidade da formação educacional e da atuação profissional em situações emergenciais: https://bit.ly/37bpXXu pic.twitter.com/7OUtbyzqjL</p>	5.482	119	36	0	7	Humanidades	Notícias	14/10/2020	Sim

20	8	17/10/2020	<p>Pesquisadores da UnB identificam neurotransmissor responsável por ativação cardiovascular no exercício físico</p> <p>Estudo inédito em humanos aponta neurônios gabaérgicos como responsáveis pela comunicação entre músculo e cérebro durante o estímulo: https://bit.ly/342OUT4 pic.twitter.com/jo5TiMnkL2</p>	11.294	634	201	0	39	Ciências da Vida	Ciência	14/10/2020	Sim
21	9	17/10/2020	<p>Pesquisadores da UnB geram resultados em intercâmbio em empresa alemã de tecnologia automotiva</p> <p>Mestrandos em Sistemas Mecatrônicos ampliam oportunidades de atuação dedicados a estudos com carros autônomos: https://bit.ly/2H9EDf8 pic.twitter.com/e2jEuHqKnQ</p>	6.488	295	56	1	5	Ciências Exatas	Notícias	14/10/2020	Sim
22	10	22/10/2020	<p>Estudo da UnB busca caracterizar percepções sobre sofrimento psíquico decorrente da pandemia</p> <p>Pesquisadores irão identificar impactos psicossociais a partir das expressões das pessoas sobre o cotidiano e a saúde emocional. Questionário está disponível: https://bit.ly/310BbxZ pic.twitter.com/rr5nSfcsgl</p>	7.120	228	66	0	11	Humanidades	Notícias	19/10/2020	Sim
23	11	24/10/2020	<p>Critérios para participar de testes da vacina chinesa no HUB são ampliados</p> <p>Agora, profissionais de saúde do DF maiores de 60 anos ou que já tiveram covid-19 podem ser voluntários: https://bit.ly/37zPIBd pic.twitter.com/15UnPDfhE6</p>	7.860	350	76	3	15	Ciências da Vida	Notícias	21/10/2020	Sim
24	12	28/10/2020	<p>Pesquisa internacional avalia uso de fitoterápicos no tratamento contra a covid-19</p> <p>Liderado por equipe da UnB, estudo classificou o risco de principais plantas medicinais utilizadas por pacientes com sintomas da doença: https://bit.ly/3jCf57U pic.twitter.com/Svn5TfndNu</p>	7.166	152	44	0	9	Ciências da Vida	Ciência	21/10/2020	Sim

25	13		29/10/2020	Em disciplina integrada à pesquisa contra covid-19, estudantes monitoram casos da doença no DF Discentes aprendem na prática a utilizar ferramenta para rastrear infectados e conter disseminação do novo coronavírus: https://bit.ly/2JaoiaM	5.626	53	15	0	0	Ciências da Vida	Notícias	28/10/2020	Sem imagem
26	1	Novembro	05/11/2020	Projeto de extensão avalia gestão de resíduos sólidos entre comunidade acadêmica durante a pandemia Iniciativa promoverá a conscientização acerca dos processos de coleta seletiva com base em resultados de pesquisa sobre o assunto: https://bit.ly/3p1Zu5t pic.twitter.com/UYGtcKZa90	6.690	120	28	0	4	Humanidades	Notícias	03/11/2020	Sim
27	1		06/11/2020	Projetos da UnB destacam informação como importante aliada no enfrentamento à pandemia Pesquisa avalia conhecimento da população sobre a covid-19; no âmbito da extensão, outra iniciativa contribui no combate às fake news nas redes sociais: https://bit.ly/2JHb7OY pic.twitter.com/4IK3bUV56I	6.220	140	22	1	4	Humanidades	Notícias	03/11/2020	Não
28	2		07/11/2020	Artigo premiado simplifica compreensão da norma internacional sobre arrendamento mercantil para contadores Trabalho elaborado por professor da UnB, em parceria com pesquisador da USP, foi agraciado com honraria do Conselho Federal de Contabilidade: https://bit.ly/3mX37Yo pic.twitter.com/VKlqogVIFO	6.506	124	23	0	2	Humanidades	Ciência	04/11/2020	Sim
29	3		07/11/2020	Pesquisa da Sociologia analisa condições do ensino remoto emergencial em escolas do DF Projeto visa a construção coletiva do conhecimento, com contribuições para a educação durante a pandemia a partir da realidade de estudantes secundaristas: https://bit.ly/3ewagfo pic.twitter.com/Bsaur30ghb	6.715	74	26	0	4	Humanidades	Notícias	04/11/2020	Sim
30	4		11/11/2020	Equipe da UnB representa o Brasil na Cybathlon 2020 Competição internacional reúne grupos que desenvolvem tecnologias para aperfeiçoar a reabilitação de pessoas com deficiências motoras: https://bit.ly/3niG1vD pic.twitter.com/jSLcxFzHct	6.937	232	58	2	8	Ciências Exatas	Notícias	10/11/2020	Sim

31	5	13/11/2020	<p>Pesquisa da UnB analisa as consequências da pandemia no trabalho de psicólogos</p> <p>Dados foram coletados para construção de um panorama sobre as condições de desempenho das atividades dos profissionais da categoria: https://bit.ly/3f80kaB pic.twitter.com/YY41I7gsig</p>	4.651	66	19	1	1	Humanidades	Notícias	12/11/2020	Sim
32	6	19/11/2020	<p>Tese estuda projeto pioneiro de inteligência artificial para o Poder Judiciário.</p> <p>Trabalho analisou impacto do uso de software desenvolvido em 2018 por estudantes e docentes do Direito e das Engenharias da UnB, em parceria com o Supremo Tribunal Federal. http://bit.ly/2UGkJfd</p>	25.143	256	40	0	6	Humanidades	Ciência	18/11/2020	Sim
33	7	24/11/2020	<p>Portfólio reúne informações detalhadas sobre infraestrutura de pesquisa e inovação da UnB.</p> <p>Lançado em evento nesta quinta (19), documento é fruto de mapeamento realizado pelo DPI de instalações e recursos dedicados à produção científica. http://bit.ly/36XglJ3 pic.twitter.com/EKOCEnNhUo</p>	4.898	57	12	0	0	Institucional	Notícias	23/11/2020	Sim
34	8	27/11/2020	<p>Universidade de Brasília tem 25 pesquisadores entre os mais influentes do mundo.</p> <p>Ranking dos 100 mil cientistas com maior impacto traz 34 menções a representantes da Universidade, em duas listas. http://bit.ly/2V5U8bl pic.twitter.com/790D2pli6z</p>	24.715	1.029	322	20	71	Institucional	Notícias	25/11/2020	Não
35	9	27/11/2020	<p>Estudo indica que opinião pública brasileira tem receio de vacinas contra covid-19 provenientes da China e Rússia.</p> <p>A pesquisa avalia as atitudes da população em relação à imunização. http://bit.ly/3o1vEwx pic.twitter.com/SAA4FsbnhT</p>	4.438	89	10	1	1	Humanidades	Notícias	25/11/2020	Sim

36	10	27/11/2020	<p>Professora da Universidade de Brasília está entre as mais citadas do mundo em 2020.</p> <p>Mercedes Bustamante, do Departamento de Ecologia, tem atuação acadêmica de impacto em várias áreas do conhecimento. http://bit.ly/369SiMY pic.twitter.com/2JpnOmH7DN</p>	37.017	1.942	558	29	76	Ciências da Vida	Notícias	26/11/2020	Sim
37	1	07/12/2020	<p>Tese analisa comportamento dos eleitores ao votar em corruptos</p> <p>Agraciado com menção honrosa pela Capes, estudo baseia-se em evidências experimentais sobre as limitações do voto no combate à corrupção: https://bit.ly/2VPtMuA pic.twitter.com/xuAAbnQFqH</p>	4.835	95	26	0	0	Humanidades	Ciência	25/11/2020	Sim
38	2	09/12/2020	<p>Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado. Resultado de tese doutoral, obra conquista primeiro lugar na categoria Ciências Sociais Aplicadas em honraria da Associação Brasileira de Editoras Universitárias: http://tinyurl.com/yYu2z94o pic.twitter.com/VzUZ4XeuJW</p>	11.692	526	178	9	26	Humanidades	Notícias	08/12/2020	Sim
39	3	14/12/2020	<p>Professora da UnB é eleita para a Academia Brasileira de Ciências. Sônia Bão, que já foi vice-reitora da UnB, toma posse no dia 1º de janeiro: https://tinyurl.com/yddnlet7</p> <p>Foto: Mariana Costa/Secom UnB pic.twitter.com/70Yha3RQnN</p>	9.192	311	109	6	12	Ciências da Vida	Notícias	11/12/2020	Sim
40	4	16/12/2020	<p>Grupo de pesquisa da Faculdade de Direito atua como 'amigo da corte' em sessão no STF. Pela primeira vez, grupo de pesquisa em direito do trabalho participa de julgamento de inconstitucionalidade na maior instância do poder judiciário: https://tinyurl.com/yCuho33v pic.twitter.com/Xgh0bEbtEo</p>	7.716	302	49	3	6	Humanidades	Notícias	11/12/2020	Sim
41	5	17/12/2020	<p>Tecnologia inspirada na natureza tem potencial de revolucionar a agroindústria mundial. A arbolina, biofertilizante nanotecnológico, motivou a criação da Krilltech – empresa de tecnologia no ramo do agronegócio, originada como startup na UnB:</p>	7.325	325	41	2	9	Ciências da Vida	Notícias	15/12/2020	Sim

			https://tinyurl.com/y8fqflv4 pic.twitter.com/iLiZ9Qc2UZ									
42	6	18/12/2020	A nova edição da revista Darcy, publicação de jornalismo científico da @unb_oficial, debruçou-se sobre as causas e os impactos da pandemia de covid-19. E resume, de forma clara, direta e esclarecedora, múltiplos desafios deste novo contexto. Acesse http://revistadarcy.unb.br pic.twitter.com/GcmgWTnajX	5.183	38	11	0	2	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A
43	7	24/12/2020	Docente da UnB recebe o prêmio Anpocs de Excelência Acadêmica 2020. Carlos Benedito Martins é o primeiro professor da Universidade a ser homenageado na categoria destinada a pesquisadores da sociologia: https://bit.ly/3pgrm4Q pic.twitter.com/TjIvIYiSI7	5.919	141	45	0	3	Humanidades	Notícias	23/12/2020	Sim
44	8	29/12/2020	Mutação do novo coronavírus: qual é o real perigo? Pesquisador da UnB e infectologista do HUB analisam impactos da circulação da variante do Sars-Cov-2 detectada no Reino Unido: https://tinyurl.com/ybcn5j7b Imagem: Pixabay pic.twitter.com/bREnII8SZT	6.619	116	36	1	11	Ciências da Vida	Notícias	28/12/2020	Sim
45	9	30/12/2020	Degradação florestal supera desmatamento na Amazônia. Publicada na Science, pesquisa liderada por professor da UnB revela nova forma de entender dinâmica nas mudanças da cobertura vegetal da Floresta: https://tinyurl.com/ycot7k4o Foto: Grupo de pesquisa EFL/UnB pic.twitter.com/cdsTONHkCZ	5.523	86	20	0	6	Ciências da Vida	Ciência	16/12/2020	Não
46	10	30/12/2020	Com coordenação nacional ligada à UnB, Aliança Tropical de Pesquisa da Água monitora o Rio São Francisco Expedição percorreu 240 km do rio e coletou mais de mil amostras para estudos científicos. Iniciativa tem perspectiva de crescimento para 2021: https://tinyurl.com/y7he8v92 pic.twitter.com/ALuE3iqJOE	5.962	67	16	0	1	Ciências da Vida	Ciência	29/12/2020	Não

47	1	06/01/2021	<p>Pesquisa que usa inteligência artificial para frear agravamento da covid-19 em regiões brasileiras é premiada. Integrante do Núcleo de Evidências em Saúde da UnB faz parte da equipe do projeto vencedor: https://tinyurl.com/yxgs9pd9 pic.twitter.com/9hfsN5BkV4</p>	8.003	82	30	0	6	Ciências da Vida	Notícias	05/01/2021	Sim
48	2	09/01/2021	<p>Proteína alfa-1-antitripsina tem potencial preventivo e terapêutico contra covid-19, apontam pesquisadores da UnB</p> <p>Com propriedades antivirais e anti-inflamatórias já comprovadas em vírus como HIV, a proteína pode ser uma aliada contra o coronavírus: https://bit.ly/2L8afEe pic.twitter.com/Cq5E0FU9fF</p>	10.662	403	127	0	24	Ciências da Vida	Ciência	06/01/2021	Sim
49	3	13/01/2021	<p>UnB integra projeto de tradução de maior dicionário jurídico on-line mundial. O Instituto de Letras e a Faculdade de Direito participam da iniciativa, estabelecida por meio de convênio em 2019. Já foram traduzidos sete mil termos: https://tinyurl.com/y2bakzta pic.twitter.com/GWwfqllaJQ</p>	8.811	253	72	0	17	Humanidades	Notícias	11/01/2021	Sim
50	4	13/01/2021	<p>"Estamos muito satisfeitos com os resultados da vacina", diz diretor da Faculdade de Medicina da UnB</p> <p>Gustavo Romero, coordenador dos testes clínicos da CoronaVac no DF, explica os resultados de eficácia apresentados pelo Butantan nesta terça: https://bit.ly/3qiLMuA pic.twitter.com/E00rNX4L0m</p>	11.170	507	188	0	24	Ciências da Vida	Notícias	12/01/2021	Sim
51	5	14/01/2021	<p>Pesquisa aponta para desequilíbrio na ação de proteínas como principal causa das formas graves de covid-19.</p> <p>Estudo sugere mecanismo para explicar o pior desfecho clínico apresentado por pacientes de grupo de risco: https://tinyurl.com/y6nfeszs</p> <p>Imagem: Mohamed Hassan/Pixabay pic.twitter.com/QpUItMpsgh</p>	5.854	102	14	0	1	Ciências da Vida	Notícias	12/01/2021	Sim

52	6	16/01/2021	<p>Especialistas comentam: as vacinas contra covid-19 são seguras?</p> <p>Com base nos dados dos principais imunizantes disponíveis até o momento, a resposta é sim: https://tinyurl.com/y5exwlza pic.twitter.com/JCJNcSG9oG</p>	6.223	87	25	0	4	Ciências da Vida	Notícias	14/01/2021	Sim
53	7	23/01/2021	<p>Pesquisa inédita do Laboratório de Imunologia e Inflamação da UnB conclui que vírus zika ataca o intestino</p> <p>Estudo investiga as alterações causadas pelo agente infeccioso no órgão. Trabalho foi publicado na revista Scientific Reports, do grupo Nature: https://bit.ly/3iCPYmo pic.twitter.com/zEb7tdGKvc</p>	9.983	252	103	0	15	Ciências da Vida	Ciência	20/01/2021	Sim
54	8	27/01/2021	<p>Pesquisadores da UnB identificam padrão em inflamação celular causada pelo novo coronavírus</p> <p>Em artigo internacional, cientistas levantam a hipótese de uma alternativa que pode diminuir a capacidade inflamatória na superfície das células infectadas: https://bit.ly/2NJliVd pic.twitter.com/Oq2gfVtkN0</p>	9.048	346	99	1	29	Ciências da Vida	Notícias	22/01/2021	Sim
55	9	28/01/2021	<p>Grupo de pesquisa desenvolve ferramentas inéditas para aprimorar o SUS em Goiânia</p> <p>Tecnologias de saúde devem permitir mais agilidade no atendimento aos usuários: https://bit.ly/3sYJT8y</p>	6.784	86	15	1	3	Ciências Exatas	Notícias	27/01/2021	Sem imagem
56	10	28/01/2021	<p>Cartilha aborda uso racional de medicamentos na infância</p> <p>Livro estimula adesão à terapia com fármacos e destaca informações mais importantes sobre os usados com mais frequência em casos específicos: https://bit.ly/2NKBQMB</p>	6.338	73	22	0	3	Ciências da Vida	Notícias	25/01/2021	Sem imagem
57	11	30/01/2021	<p>Grupo de pesquisa ajuda a redigir projeto de lei que tramita no Senado</p> <p>O Mobilang faz parte da iniciativa que pretende inovar</p>	5.261	64	16	0	2	Artes e Letras	Notícias	26/01/2021	Sem imagem

			sobre direitos linguísticos na legislação brasileira: https://bit.ly/2Mhr3UP										
58	12		30/01/2021	UnB, Embrapa e Krilltech assinam acordo de propriedade intelectual Parceria consolida cooperação entre as duas instituições públicas e fortalece modelo de negócios em que há transferência de tecnologia para o setor produtivo: https://bit.ly/2MAibyg	6.225	78	18	1	1	Ciências da Vida	Notícias	28/01/2021	Sem imagem
59	1		04/02/2021	Software de inteligência artificial auxilia interessados em investir no mercado financeiro Gratuita e on-line, a ferramenta Smart Trading foi desenvolvida por mestrando da UnB. Pesquisa que embasa a tecnologia foi premiada em evento científico: https://bit.ly/3trgtjR	11.060	386	71	0	8	Ciências Exatas	Ciência	27/01/2021	Sem imagem
60	2		04/02/2021	Pesquisas da UnB são agraciadas no Prêmio Brasil de Economia Instituição teve representantes entre os primeiros lugares em duas categorias: https://bit.ly/3pQHZ8b	5.812	81	31	1	1	Humanidades	Notícias	01/02/2021	Sem imagem
61	3	Fevereiro	04/02/2021	UnB faz testes para reduzir mortandade de aves que colidem em fachadas envidraçadas TCC de egressa impulsionou medidas para reduzir o impacto no meio ambiente. Pesquisa oferece modelo sustentável para outras edificações: https://bit.ly/2MWfkQe	6.828	155	57	1	13	Ciências da Vida	Notícias	03/01/2021	Sem imagem
62	4		06/02/2021	Iniciativa da Engenharia Florestal ganha premiação internacional Projeto beneficia a população abastecida pela bacia hidrográfica do Pipiripau e incrementa a recuperação da cobertura vegetal nativa da região: https://bit.ly/3jo6APc	6.133	161	30	7	9	Ciências Exatas	Notícias	02/02/2021	Sem imagem

63	5	11/02/2021	<p>Pesquisadores propõem nova hipótese para o mistério da origem das Terras Pretas de Índio na Amazônia.</p> <p>Publicada na Nature Communications, pesquisa faz novas descobertas, indo de encontro à teoria antropogênia vigente há décadas: https://tinyurl.com/terraspretasdeindio ... pic.twitter.com/SjUQ0YCfCI</p>	6.631	568	25	0	4	Ciências da Vida	Ciência	03/02/2021	Sim
64	6	15/02/2021	<p>Nanopartícula à base da goma do cajueiro é nova tecnologia capaz de identificar impressão digital para perícia criminal</p> <p>Solução é de baixo custo, não tóxica e rápida na revelação de datilograma oculto em superfícies porosas: https://bit.ly/3rNDmMz</p>	6.701	185	92	0	8	Ciências da Vida	Ciência	11/02/2021	Sem imagem
65	7	18/02/2021	<p>Instituto de Psicologia coordena pesquisa sobre múltiplos impactos da pandemia de covid-19 no Brasil</p> <p>Parte de iniciativa internacional, estudo permitirá comparar dados sobre desafios e estratégias de enfrentamento à pandemia em diferentes países: https://bit.ly/3jZrjJx pic.twitter.com/21JEX7o3I7</p>	7.375	131	43	1	6	Humanidades	Notícias	17/02/2021	Sim
66	8	23/02/2021	<p>Professor da UnB está em lista dos cientistas que mais contribuíram para estudos sobre doenças negligenciadas</p> <p>Gerson Penna, do PPG em Medicina Tropical, publicou mais de 200 artigos com importantes contribuições no combate à hanseníase: https://bit.ly/3dDekMf</p>	8.193	176	109	0	12	Ciências da Vida	Notícias	18/02/2021	Sem imagem
TOTAL				499.061	14.639	4.004	106	644				

Anexo 5 - Planilha Instagram

Nº	Nº/ mês	Mês	Data	Post	Alcance	Curtidas	Comentários/ respostas	Compartilha- mentos	Story ou Feed	Cliques no link	Grande área	Notícias ou Ciência?	Quando no site?	Imagem repetida?
1	1	Setembro	01/09/2020	Artigo científico equaciona condições climáticas, combate ao fogo e vulnerabilidade de indígenas a covid-19 Estudo da UnB em 19 zonas de terras dos povos tradicionais mostra que seca não é anômala na maior parte e casos de infecção aumentaram nas comunidades	5.893	N/A	0	1	Story	16	Humanidades	Notícias	31/08/2020	Apenas texto
2	2		02/09/2020	Pesquisa da UnB identifica aprovação do trabalho remoto em órgãos públicos do DF durante a pandemia Resultados trazem análises e recomendações relevantes para auxiliar gestores e servidores atualmente e no futuro	6.991	N/A	0	4	Story	36	Humanidades	Notícias	01/09/2020	Apenas texto
3	3		08/09/2020	Pesquisa avaliará impacto psicossocial do isolamento na comunidade acadêmica Três frentes serão avaliadas: saúde mental, uso de álcool e outras drogas e papéis ocupacionais.	8.655	N/A	0	3	Story	121	Humanidades	Notícias	04/09/2020	Apenas texto

4	4	09/09/2020	Enzimas utilizadas na fabricação de testes para covid-19 poderão ser produzidas na UnB Professora do Departamento de Biologia Celular obteve recursos para fabricar as substâncias em laboratório a fim de baratear a testagem.	6.965	N/A	0	4	32	Story	Ciências da Vida	Ciência	02/09/2020	Apenas texto
5	5	11/09/2020	Estudo identifica relação entre situação socioeconômica de municípios e tendências nutricionais da população Pesquisa que analisa unhas para ligar Índice de Desenvolvimento Humano a hábitos alimentares estampa capa de renomada revista do grupo Nature	6.135	N/A	0	3	31	Story	Ciências da Vida	Ciência	09/09/2020	Apenas texto
6	6	21/09/2020	Projetos da UnB de combate à covid-19 têm financiamento aprovado em edital. Ação beneficiou 47 iniciativas da UnB. Entre elas, está e-book com informações científicas acessíveis sobre a covid-19.	9.004	N/A	0	6	29	Story	Institucional	Notícias	16/09/2020	Apenas texto
7	7	24/09/2020	Castanha-de-caju pode ser fonte para terapia de baixo custo contra covid-19 Projeto tem como base substâncias extraídas da casca do fruto para tratamento profilático e terapêutico	7.068	N/A	1	63	62	Story	Ciências da Vida	Ciência	16/09/2020	Apenas texto
8	8	28/09/2020	Pesquisa com mães de crianças acometidas pela síndrome congênita do zika vírus vira livro Obra retrata histórias de	9.587	N/A	0	1	24	Story	Humanidades	Ciência	23/09/2020	Apenas texto

				mulheres que enfrentam até hoje desafios da doença para criar seus filhos: resgate de uma epidemia com consequências no momento presente.											
9	9		29/09/2020	Grupo da UnB e do IFB desenvolve aparato de ventilação para combater a covid-19 nos hospitais. Equipamento faz filtragem do ar para diminuir a circulação de partículas do novo coronavírus e as chances de contágio.	7.207	N/A	0	6		33	Story	Ciências da Vida	Notícias	28/09/2020	Apenas texto
10	10		30/09/2020	Pesquisa da UnB faz recorte da contaminação por covid-19 entre profissionais de odontologia do DF Estudo pretende avaliar de que forma a pandemia afetou as rotinas da categoria e se as medidas de biossegurança têm reduzido os riscos de contágio	7.467	N/A	0	14		37	Story	Ciências da Vida	Notícias	29/09/2020	Apenas texto
11	1	Outubro	01/10/2020	Pessoas com deficiência apontam educação profissional como meio de inserção social Para elas, formação também permite a descoberta de potencialidades e valores. Conclusões estão em artigo de pesquisadores da UnB e da Fiocruz	5.853	N/A	0	13		22	Story	Humanidades	Ciência	30/09/2020	Apenas texto
12	2		02/10/2020	Projeto propõe alternativas para auxiliar docentes da rede pública do DF no ensino remoto emergencial Pesquisadores acompanharão	6.633	N/A	0	0		32	Story	Ciências da Vida	Notícias	01/10/2020	Apenas texto

			professores e suas salas de aula on-line para entenderem as dificuldades educacionais e buscarem soluções											
13	3		05/10/2020	<p>Pesquisa pretende identificar impacto da pandemia entre mulheres no DF</p> <p>Projeto vai mapear disseminação local da covid-19 a partir de notificações de casos entre população feminina</p>	8.607	N/A	0	1	49	Story	Humanidades	Notícias	02/10/2020	Apenas texto
14	4		22/10/2020	<p>Estudo da UnB busca caracterizar percepções sobre sofrimento psíquico decorrente da pandemia</p> <p>Pesquisadores irão identificar impactos psicossociais a partir das expressões das pessoas sobre o cotidiano e a saúde emocional. Questionário está disponível</p>	9.253	N/A	0	36	271	Story	Humanidades	Notícias	19/10/2020	Apenas texto
15	5		28/10/2020	<p>Pesquisa internacional avalia uso de fitoterápicos no tratamento contra a covid-19</p> <p>Liderado por equipe da UnB, estudo classificou o risco de principais plantas medicinais utilizadas por pacientes com sintomas da doença</p>	10.237	N/A	0	5	98	Story	Ciências da Vida	Ciência	21/10/2020	Apenas texto
16	1	Novembro	05/11/2020	<p>Projeto de extensão avalia gestão de resíduos sólidos entre comunidade acadêmica durante a pandemia</p> <p>Iniciativa promoverá a</p>	10.226	N/A	0	4	49	Story	Humanidades	Notícias	03/11/2020	Apenas texto

			conscientização acerca dos processos de coleta seletiva com base em resultados de pesquisa sobre o assunto											
17	2	11/11/2020	Equipe da UnB representa o Brasil na Cybathlon 2020 Competição internacional reúne grupos que desenvolvem tecnologias para aperfeiçoar a reabilitação de pessoas com deficiências motoras	10.034	N/A	0	3		38	Story	Ciências Exatas	Notícias	10/11/2020	Apenas texto
18	3	20/11/2020	Portfólio reúne informações detalhadas sobre infraestrutura de pesquisa e inovação da UnB Lançado em evento nesta quinta (19), documento é fruto de mapeamento realizado pelo DPI de instalações e recursos dedicados à produção científica	8.377	N/A	0	2		39	Story	Institucional	Notícias	19/11/2020	Apenas texto
19	4	27/11/2020	Universidade de Brasília tem 25 pesquisadores entre os mais influentes do mundo. Ranking dos 100 mil cientistas com maior impacto traz 34 menções a representantes da Universidade, em duas listas.	10.559	N/A	0	35		319	Story	Institucional	Notícias	25/11/2020	Apenas texto
20	5	27/11/2020	Estudo indica que opinião pública brasileira tem receio de vacinas contra covid-19 provenientes da China e Rússia. A pesquisa avalia as atitudes da população em relação à imunização.	9.733	N/A	0	0		43	Story	Humanidades	Notícias	25/11/2020	Apenas texto

21	6		27/11/2020	Professora da Universidade de Brasília está entre as mais citadas do mundo em 2020. Mercedes Bustamante, do Departamento de Ecologia, tem atuação acadêmica de impacto em várias áreas do conhecimento.	8.943	N/A	0	10		61	Ciências da Vida	Notícias	26/11/2020	Apenas texto
22	1		07/12/2020	Tese analisa comportamento dos eleitores ao votar em corruptos Agraciado com menção honrosa pela Capes, estudo baseia-se em evidências experimentais sobre as limitações do voto no combate à corrupção	12.433	N/A	0	7		167	Humanidades	Ciência	25/11/2020	Apenas texto
23	2	Dezembro	10/12/2020	Livro de professor da UnB com análise sobre desigualdade racial e acesso à renda é premiado. Resultado de tese doutoral, obra conquista primeiro lugar na categoria Ciências Sociais Aplicadas em honraria da Associação Brasileira de Editoras Universitárias. O livro O Negro no mundo dos ricos: um estudo sobre a disparidade racial de riqueza com os dados do Censo 2010, escrito pelo professor Emerson Ferreira Rocha, do Departamento de Sociologia (Sol) da UnB, demonstra que a desigualdade entre negros e brancos com a mesma formação profissional é maior entre os mais ricos. Leia a matéria completa em	22.698	1.503	29	78		N/A	Humanidades	Notícias	08/12/2020	Sim

			<p>www.noticias.unb.br (link na bio).</p> <p>#UnBéaGenteQuemFaz</p> <p>Foto: divulgação</p>										
24	3	18/12/2020	<p>(Capa da Revista Darcy)</p> <p>Darcy nº24</p> <p>Protagonismo</p> <p>A pesquisa científica mostra-se imprescindível para nos tirar da pandemia</p>	8.375	N/A	0	0	35	Story	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A

			<p>O coronavírus chegou chegando e, sem pedir licença, transformou a vida da gente. O que imaginávamos que duraria de 15 dias a um mês, virou 2020 pelo avesso e ainda vai dar uma esticadinha até 2021! : (</p> <p>Depois de tantas notícias que circularam nesses últimos tempos, a @unb_oficial preparou um dossiê claro, direto e cientificamente embasado para ajudar você a entender o que está acontecendo de fato.</p> <p>Já houve algo parecido na história do planeta? Quais fatores teriam contribuído para o início e a disseminação da doença? Quais impactos econômicos, sociais e psicológicos ela está gerando? A vacina vai mesmo resolver o problema? Que diabos é Sars-Cov-2 e outros termos que andam falando por aí?</p> <p>Essas e outras respostas estão reunidas na nova edição da #RevistaDarcy.</p> <p>Leia, compartilhe e se informe gratuitamente pelo revistadarcy.unb.br</p>	13.204	299	0	10		N/A				
25	4							Feed	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A	N/A

26	1	Janeiro	13/01/2021	"Estamos muito satisfeitos com os resultados da vacina", diz diretor da Faculdade de Medicina da UnB Gustavo Romero, coordenador dos testes clínicos da CoronaVac no DF, explica os resultados de eficácia apresentados pelo Butantan nesta terça.	13.588	N/A	0	0	159	Story	Ciências da Vida	Noticias	12/01/2021	Apenas texto
27	2		15/01/2021	Pesquisa aponta para desequilíbrio na ação de proteínas como principal causa das formas graves de covid-19. Em parceria com a Universidade de Verona, estudo sugere mecanismo para explicar o pior desfecho clínico apresentado por pacientes de grupo de risco	16.461	N/A	0	0	227	Story	Ciências da Vida	Noticias	12/01/2021	Apenas texto
28	3		15/01/2021	Especialistas comentam: as vacinas contra covid-19 são seguras? Com base nos dados dos principais imunizantes disponíveis até o momento, a resposta é sim.	15.326	N/A	0	0	46	Story	Ciências da Vida	Noticias	14/01/2021	Apenas texto
29	4		20/01/2021	Assista ao vídeo da @unbtv sobre a importância da vacinação (Repost da @unbtv)	10.430	N/A	1	0	10.430	Story	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A

			<p>Pesquisadores da UnB pela vacinação</p> <p>Agora temos uma grande aliada no combate à pandemia de covid-19: a vacina chegou e está sendo aplicada em etapas! Para reduzir o número de casos da doença e contribuir para o não agravamento do caos na saúde pública, é fundamental a imunização da população. Quando chegar a sua vez, vacine-se! Faça isso por você e por todos a sua volta.</p> <p>Junte-se à Universidade de Brasília no combate à desinformação e compartilhe este esclarecimento dos especialistas!</p> <p>Vídeo: @unbtv</p> <p>#vemvacina</p>	14.954	529	9	65		N/A				
30	5							Feed	Ciências da Vida	N/A	N/A	N/A	
			<p>Pesquisadores da UnB identificam padrão em inflamação celular causada pelo novo coronavírus</p> <p>Em artigo internacional, cientistas levantam a hipótese de uma alternativa que pode diminuir a capacidade inflamatória na superfície das células infectadas.</p>	16.101	N/A	0	0		119				
31	6							Story	Ciências da Vida	Notícias	22/01/2021	Apenas texto	

32	7		28/01/2021	Cartilha aborda uso racional de medicamentos na infância Livro estimula adesão à terapia com fármacos e destaca informações mais importantes sobre os usados com mais frequência em casos específicos: https://bit.ly/2NKBQMB	16.225	N/A	0	0	94	Story	Ciências da Vida	Notícias	25/01/2021	Apenas texto
33	1	Fevereiro	04/02/2021	Pesquisas da UnB são agraciadas no Prêmio Brasil de Economia Instituição teve representantes entre os primeiros lugares em duas categorias	13.997	N/A	0	0	80	Story	Humanidades	Notícias	01/02/2021	Apenas texto
Total					347.219	2331	40	374	12799					

Comunicação de Ciência na UnB

O presente questionário é destinado aos pesquisadores da Universidade de Brasília e busca aferir questões relacionadas 1) à comunicação de ciência e suas divulgações; 2) ao relacionamento entre pesquisadores e a Secretaria de Comunicação da UnB; e 3) à imagem institucional. O levantamento compõe parte essencial da dissertação de mestrado da servidora Júlia Consentino Souza, lotada na Secom/UnB. Portanto, os resultados obtidos serão utilizados para fins acadêmicos. O trabalho tem a orientação da prof.^a doutora Anabela Simões Carvalho, da Universidade do Minho, em Portugal.

Ao todo são 28 questões, sendo 27 obrigatórias e 1 opcional (nº24, questão aberta). O tempo médio de preenchimento é entre 10 e 15 minutos. Não há respostas certas ou erradas, elas representam apenas a sua opinião. O questionário é anônimo e nenhuma informação poderá ser associada ao respondente.

Qualquer dúvida, estou à disposição: juliaconsentino@unb.br

*Obrigatório

1 - Qual seu gênero? *

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer
- Outro: _____

2 - Qual a sua faixa etária? *

- até 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- 46 a 55 anos
- 56 a 65 anos
- 66 anos ou mais

3 - Qual a sua área de atuação de pesquisa? *

- Ciências Exatas e da Terra
- Ciências Biológicas
- Engenharias
- Ciências da Saúde
- Ciências Agrárias
- Ciências Sociais Aplicadas
- Ciências Humanas
- Linguística, Letras e Artes

4 - Há quanto tempo realiza pesquisa(s) na UnB? *

- Menos de 1 ano
- De 1 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- De 10 a 15 anos
- De 15 a 20 anos
- Mais de 20 anos

5 - De quantos projetos de pesquisa participa atualmente? *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

6 - Quantos projetos de pesquisa já finalizou na UnB? *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

7 - Como considera seu nível de familiaridade com o conceito de comunicação de ciência? *

- Muita familiaridade
- Alguma familiaridade
- Pouca familiaridade
- Nenhuma familiaridade

8 - Como considera seu nível de interesse em comunicação de ciência? *

- Muito interesse
- Algum interesse
- Pouco interesse
- Nenhum interesse

9 - Quais as principais formas que você utiliza para comunicar ciência com o público NÃO especialista? Marque até 2 opções. *

- Televisão
- Rádio
- Sites de jornais e/ou de revistas (não especializadas)
- Rede sociais
- Eventos (presenciais ou virtuais)
- Não comunico com público não especialista
- Podcasts
- Vídeos no Youtube (ou plataforma similar)

10 - Com que frequência realiza comunicação de ciência com o público NÃO especialista? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Não realiza

11 - Quais os principais motivos para NÃO comunicar ciência? Marque até 2 opções. *

- Risco de distorção da pesquisa
- Risco de simplificação excessiva da pesquisa
- Pouco incentivo da UnB
- Não tem interesse
- Não há motivos para não comunicar ciência
- Falta de tempo
- Falta de conhecimento/técnica

12 - Principais meios que utiliza para se informar sobre o que está acontecendo na universidade? Marque até 3 opções. *

- Portal da UnB
- Redes sociais da UnB (twitter.com/unb_oficial; facebook.com/oficialUnB e instagram.com/unb_oficial)
- Site do próprio departamento/instituto/faculdade
- Redes sociais do próprio departamento/instituto/faculdade
- Reuniões de departamento (inclusive virtuais)
- E-mail
- Canal do Youtube da UnBTV
- InfoUnB ou Informe UnB
- Whastapp, Telegram ou similares
- Murais de aviso

13- Principais meios de acompanhamento das divulgações científicas realizadas pela Secom/UnB? Marque até 2 opções. *

- UnB Notícias (www.noticias.unb.br)
- UnB Ciência (www.unbciencia.unb.br)
- Twitter da UnB (twitter.com/unb_oficial)
- Facebook da UnB (www.facebook.com/oficialUnB)
- Instagram da UnB (www.instagram.com/unb_oficial)
- Nenhuma das alternativas

14 – Qual sua frequência de acesso ao site UnB Notícias (www.noticias.unb.br)? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Não acesso

15 - Qual sua frequência de acesso ao site UnB Ciência (www.unbciencia.unb.br)? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Não acesso

16 - Curte (dá "like") em conteúdo publicado nas redes sociais da UnB mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

17 - Compartilha conteúdo publicado nas redes sociais da UnB mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

18 - Comenta nas publicações da UnB nas redes sociais mencionadas (Twitter, Facebook e Instagram)? *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

19 - Nível de conhecimento sobre o trabalho da Secretaria de Comunicação: *

- Muito
- Algum
- Pouco
- Nenhum

20 - Frequência que envia informações científicas para Secom divulgar: *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

21 - Frequência que Secom divulga informações científicas enviadas por você: *

- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente
- Nunca

22 - Nível de confiança nas divulgações científicas realizadas pela Secom/UnB: *

- Muita confiança
- Alguma confiança
- Pouca confiança
- Nenhuma confiança

23 - Nível de satisfação com o trabalho de divulgação científica realizado pela Secom: *

- Muito satisfeito (a)
- Satisfeito (a)
- Parcialmente satisfeito (a)
- Insatisfeito (a)
- Muito insatisfeito (a)
- Indiferente

24 - Consegue identificar pontos a melhorar no trabalho de divulgação científica da Secom/UnB? Caso sim, cite abaixo. Caso não, deixe em branco.

25 - Como percebe a imagem institucional da UnB: *

- Positiva
- Parcialmente positiva
- Indiferente
- Parcialmente negativa
- Negativa
- Não tem opinião a respeito

26 - Nível de confiança que percebe que a sociedade tem em relação às divulgações científicas da UnB: *

- Muita confiança
- Alguma confiança
- Pouca confiança
- Nenhuma confiança
- Não tem opinião a respeito.

27 - Qual nível de influência da comunicação de ciência na imagem institucional? *

- Muita
- Alguma
- Pouca
- Nenhuma
- Não tem opinião a respeito.

28 - A comunicação de ciência reflete na melhora da imagem institucional da UnB:

- Concorda
- Concorda parcialmente
- Indiferente
- Discorda parcialmente
- Discorda

Anexo 7 - Respostas à questão 24 (aberta)

	24 - Consegue identificar pontos a melhorar no trabalho de divulgação científica da Secom/UnB? Caso sim, cite abaixo. Caso não, deixe em branco.	Categoria de respostas (macro)
1	A Secom contatar os pesquisadores e alunos dos programas de pós para fazer divulgação dos resultados importantes	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
2	Ser menos parcial, já tive a impressão de que por ser de uma certa linha de atuação, sou desprezado pela atual SECOM	Mais imparcialidade
3	A Secom deveria saber o que está acontecendo dentro da universidade. Fico pasmo vendo notícias as vezes de pessoas que já aposentaram há 20 anos (mas são politicamente ligados à reitoria), com opiniões velhas e não da atualidade, mas informações e trabalhos, prêmios, etc de professores e alunos atuais são ignorados, mesmo aparecendo em notícias locais ou nacionais. Sente-se que a UnB não tem interesse na UnB.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de projetos de pesquisa Mais imparcialidade
4	Contato mais específico com o pesquisador	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
5	agilidade de resposta; busca ativa do que está sendo produzido na instituição	Mais proatividade na busca de pautas de projetos de pesquisa Mais agilidade
6	Já enviei sugestões de pautas de pesquisas e eventos que realizei, mas nunca recebi respostas. Isso desanima. Parece que a prioridade da SECOM é mostrar o que a reitora faz e não o que a UnB como um todo faz. Não vejo espaço para divulgar projetos, eventos, livros na SECOM.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação Mais agilidade Mais imparcialidade
7	A comunicação para o público não especialista é um marketing para a UnB. Os pesquisadores da UnB foram bem classificados em vários rankings internacionais e não observamos divulgação na mídia e redes da Universidade. Esse marketing seria fundamental para atrair bons estudantes e aumentar a visibilidade da instituição. Fiquei sabendo desses rankings devido a divulgação de outras instituições públicas bem menores. Um exemplo na minha área. A Forbes divulgou uma lista das 100 mulheres mais influentes no agro e tínhamos uma profa. da UnB, mas fiquei sabendo ao consultar a matéria de divulgação pela rede social de outra instituição.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de projetos de pesquisa
8	Comunicação mais direta com pesquisador, espaço para divulgação e temas importantes.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores Melhorar os processos ou as formas de divulgação
9	Apesar de tudo ser possível divulgar, mas se tiver temas de interesse por período orienta muito o interesse do envio das informações.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
10	Acredito que a maioria dos pesquisadores da UnB não conhece o papel da Secom e o caminho que devem seguir para divulgar a ciência que fazem com apoio da Secom. Talvez fosse uma boa explicar melhor para a comunidade da UnB qual o papel da Secom e como trabalhar em conjunto com as equipes de comunicação.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
11	Secom deveria estabelecer uma rotina e ferramentas ágeis para que os depts comunicassem resultados de pesquisa, teses, atividades etc	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
12	Maior preparação dos técnicos com relação às possibilidades de busca de notícias através do pesquisador.unb, grupos de pesquisa do CNPq, etc	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal

13	Divulgar mais sobre esse trabalho, as fontes e esclarecer como é feito/verificado.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores Melhorar os processos ou as formas de divulgação
14	Parabenizo pela pesquisa. Acredito que os participantes poderão refletir sobre suas ações. Sugiro mais responsabilidade dos pesquisadores, e se a a SECOM puder auxiliar nesse processo, seria interessante.	Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
15	Por favor providenciar a opção RSS	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
16	Maior interação com os professores e projetos de pesquisa.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa
17	Maior contato da SECOM com os pesquisadores	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
18	Talvez algum programa de aculturação dos docentes, algum incentivo para divulgar mais as coisas junto à SECOM	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores Melhorar os processos ou as formas de divulgação
19	Fazer convites aos docentes	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
20	Preciso conhecer mais, mas não tenho sugestão.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
21	A Secom poderia ter uma estratégia de divulgação mais rápida, às vezes a notícia não tem tanta relevância, após algum tempo.	Mais agilidade
22	Não estou qualificado para opinar.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
23	Não participo muito de redes sociais por isso nao acompanho bem o processo. Nao eh falta de interesse.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
24	Mais ênfase nas atividades de ensino, pesquisa e extensão e menos espaço para atividades administrativas da Reitoria	Mais espaço para divulgação científica
25	Divulgar trabalhos de jovens pesquisadores.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa
26	Comunicação com os cientistas e celeridade nas publicações	Mais proatividade no contato com os pesquisadores Mais agilidade
27	melhor divulgação nos departamentos	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
28	Creio que deveria haver uma conexão maior da Secom e o DEX pois a extensão também tem interesse em comunicar com a comunidade. Aliás, a a razão de ser da extensão é a comunicação com a comunidade. Comunicação numa linguagem simples e clara	Mais proatividade no contato com os pesquisadores Melhorar os processos ou as formas de divulgação

29	Entrar em contato com os docentes pesquisadores de forma proativa, solicitar se tem pesquisas recentes e facilitar as divulgações (formatação) de releases para a mídia.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa Melhorar os processos ou as formas de divulgação
30	Tornar acessível o trabalho divulgando chamadas para pesquisadores compartilhar seus trabalhos e saberes	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
31	acho que há muita burocracia para divulgação pela Secom... Vejo na UFAL por exemplo, que basta o docente marcar as redes sociais e há compartilhamento. Tentei algumas vezes enviar email para divulgação mas me retornaram com um manual repleto de regras, o que me desmotiva.	Menos burocracia para divulgação
32	a divulgação aos departamentos/PPGs dos serviços prestados e atividades desenvolvidas	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
33	Trabalhoso e demorado	Menos burocracia para divulgação Mais agilidade
34	Não tenho informações sobre como a captação de informações funciona. Nunca ouvi dizer que poderíamos enviar notícias, por exemplo.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
35	Não sei quais são todas as formas como a SECOM pode ajudar	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
36	Em geral, docentes não sabem fazer a divulgação de suas pesquisas. Precisam pensar em linguagem, meio, público, objetivos dessa divulgação. A Secom é muito competente, conta com uma equipe muito capaz. Mas talvez precise melhorar um pouco o contato com os docentes, de dentro para fora, para divulgar os resultados de pesquisa da casa. E não somente de fora para dentro, ao colocar jornalistas dos grandes veículos em contato conosco como fontes. De fora para dentro, Secom já faz e faz muito bem. Mas capacitar docentes para falar com o grande público seria uma ótima iniciativa de dentro para fora.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
37	Incrementar enormemente as ações de divulgação. A UnB produz muita ciência de alta qualidade que precisa ser cada vez mais divulgada	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
38	Estabelecer estratégias em conjunto com as direções das unidades acadêmicas. Não sei se isso já é feito.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
39	Como docente da UnB há 3 anos, esta é a primeira vez em que ouço falar da Secom/UnB. Com certeza um ponto a melhorar é a divulgação interna e a busca ativa junto aos programas de pós-graduação por pautas relevantes.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa
40	Utilizar com mais frequência as Faculdades e Departamentos como intermediários da comunicação entre Secom e o pesquisador.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
41	não	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
42	Enviar reportagens sobre dissertações e teses premiadas na UnB. PARABÉNS pelo trabalho de divulgação que vem sendo realizado com o Correio Brasileiro!	Melhorar os processos ou as formas de divulgação

43	Sim, na minha opinião, a Secom poderia diversificar mais as áreas do conhecimento sobre as quais faz cobertura, desenvolver reportagens sobre algumas pesquisas, rotina dos laboratórios, campo etc. - não apenas de resultados de pesquisa -, atividades de jornalismo científico / divulgação científica, inclusive com formações dirigidas à comunidade universitária, e um podcast. De modo geral, percebo que a Secom tem uma equipe jovem e competente, que poderia desempenhar suas funções de forma mais criativa.	Mais diversidade na divulgação das áreas de pesquisa Melhorar os processos ou as formas de divulgação
44	Precisa ficar mais visível no site.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
45	Não vejo que são publicadas muitas informações de áreas menos prestigiadas	Mais diversidade na divulgação das áreas de pesquisa
46	Ampliar a quantidade de pauteiros por meio de rede de comunicadores.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
47	Melhorar o contato direto com pesquisadores da universidade e programas de pós-graduação.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
48	iniciativa de procurar os professores para obter informações sobre as pesquisas	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
49	Voltar o Prêmio parceiros da Secom!!! :-) Já ganhei uma vez!!!	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
50	Acredito que a Secom deve ter uma aproximação maior com todos os pesquisadores. Divulgar ciência é diferente de divulgar marketing. Na minha opinião o objetivo hoje é marketing.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores Melhorar os processos ou as formas de divulgação
51	Essa questão de envio de material para a Secom. Eu sequer sabia que era estimulado. Tive experiência com a Secom comentando material que me foi enviado para análise.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
52	Acredito que a SECOM poderia ser mais ativa na busca de conteúdos na Universidade e estar em um contato mais direto com a grande mídia.	Mais proatividade na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa
53	O acesso online.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
54	Campanha com discentes e servidores para maior divulgação das redes sociais da UnB	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
55	No início do semestre, a SECOM poderia enviar e-mail lembrando possibilidades de divulgação científica.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
56	Seria interessante um curso de comunicação científica	Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
57	A Secom que deve vir até nós e não o contrário	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
58	Proatividade e constância	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
59	Divulgação do próprio trabalho.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
60	Ampliar a divulgação de projetos/resultados de pesquisas de diferentes áreas	Mais diversidade na divulgação das áreas de pesquisa
61	A SECOM deveria se preocupar em prospectar o que é feito nas unidades acadêmicas.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa

62	Comentários sobre as perguntas. (A) Perguntas 5 e 6: não especifica se são projetos com financiamentos oficiais ou se são projetos gerais (ou seja, por motivação científica/pessoal do pesquisador); (B) Perguntas 16-18: a resposta foi "nunca" pois não tenho redes sociais.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
63	Acho que esta pesquisa pode ajudar a ficar mais atento.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
64	Que a divulgação científica possa ser ampliada a todas as áreas da universidade. Em geral as pesquisas divulgadas priorizam pouco as ciências sociais e/ou humanidades.	Mais diversidade na divulgação das áreas de pesquisa
65	Abrir mais canais para divulgação. Incluir divulgação em critérios de progressão funcional.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
66	Usar menos espaço no site da UnB para bajular a reitora, passando assim a colocar foco em divulgação da produção científica da UnB.	Mais espaço para divulgação científica Mais imparcialidade
67	Maior proximidade com os pesquisadores e como podemos contar com apoio.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
68	Conhecer melhor o papel do Secom na Universidade	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
69	linha de comunicação direta do UnB Ciência e SECOM com PPG e grupos de pesquisa	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
70	Talvez uma carta de serviços que aponte de forma clara o tipo de ajuda que a Secom/UnB pode oferecer a professores individuais ou a projetos de pesquisa.	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
71	organização de listas de transmissão para evitar sobrecarga de emails	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
72	sem sugestão	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
73	transparência	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
74	Eu gostaria de registrar que não tenho redes sociais. Por isso marquei nunca nas questões relacionadas às redes sociais. Eu gostaria de elogiar o trabalho da SECOM, que me permite ter conhecimento sobre inúmeras atividades desenvolvidas na UnB.	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
75	Neutralidade	Mais imparcialidade
76	Gostaria de fazer a comunicação científica, nunca fiz! Então não tenho como identificar ponto de melhora.	Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
77	Maior estímulo aos pesquisadores para realizar a divulgação	Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência
78	Melhorar divulgação através do e-mail institucional	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
79	Só fui contactado pela Secom até hoje como intermediadora de emissoras de rádio ou TV, quando estas têm interesse na minha área de pesquisa e precisam entrevistar um "especialista". Desconheço a busca ativa por material científico por parte da Secom.	Mais proatividade no contato com os pesquisadores/ na busca de pautas de ciência e projetos de pesquisa
80	Sim, já falei em diversas oportunidades members da Secom. Me coloco a disposição para conversar, são muitos pontos.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
81	O problema não está na Secom/UnB que é muito proativa e competente em divulgar assuntos de interesse da UnB. O problema está em nós professores atuarmos mais proximamente à Secom.	Pesquisadores serem mais proativos no contato com a Secom
82	O problema muitas vezes é o número de mensagens recebidas e os comunicados da SECOM estarem perdidos no meio de tudo. Além disso, muitas das comunicações da SECOM são sobre áreas que tenho pouco interesse. Além disso, não faço uso de mídias sociais.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação

83	Visibilidade	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
84	Desconheço	Não se aplica: não tem sugestão ou alguma observação pessoal
85	Confirmação de recebimento das mensagens, informação sobre a disponibilidade da publicação, colaborar na revisão do texto e melhorar a estética das notícias e do portal.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
86	A questão é que a maioria sequer sabe do que se trata ou sabe qual é o protocolo para enviar resumos à SECOM (de suas pesquisas). Tampouco sabemos como fazê-lo. como montar a mensagem? que tamanho deveria ter? quem na Secom orientaria se eu quisesse fazê-lo e precisasse de orientação? existem tutoriais?	Secom se apresentar melhor aos pesquisadores
87	falta de oportunidade. Por exemplo, no início da pandemia, foi possível realizar uma participação direta com a SECOM e a minha experiência nos cursos de capacitação da PROCAP. Depois disso, eu não tive mais acesso a convites da SECOM etc..	Mais proatividade no contato com os pesquisadores
88	Divulgar internamente a política de divulgação científica, se é que existe.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
89	Dinamicidade - https://agencia.fapesp.br/inicial/	Mais agilidade
90	Deveria ocorrer uma assessoria aos centros e departamentos sobre pautas para divulgação do que está sendo produzido, ficamos isolados.	Melhorar os processos ou as formas de divulgação
91	Parabéns à SECOM pela pesquisa estávamos precisando de um balizamento sobre divulgação científica. Gostaria que o trabalho de professores que comunicam ciência para leigo, ensinando como procurar, ler e identificar fake news fosse mais intenso. Eu mesmo comecei no primeiro da pandemia, estou e estarei comunicando sempre, mas o trabalho é muito duro pouco incentivo para divulgação e conseqüentemente conseguir mais engajamento uma vez que ciência não é um tema de gosto popular. Quantos mais rotineiro em jornais, sites etc. melhor para todos. Inclusive mais jornalistas especializados em ciência.	Capacitar os pesquisadores na comunicação de ciência Mais jornalistas especializados em ciência