



Ministério da Educação  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
Setor de Artes, Comunicação e Design  
Agência Escola UFPR



**PLANO DE TRABALHO**  
**AGÊNCIA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA UFPR**  
**Período de Execução: 11-2021 a 10-2025**

**Justificativa:**

**Ciência Aberta e Ciência Cidadã**

As discussões contemporâneas sobre a produção de conhecimento estão diretamente associadas à preocupação da comunidade científica com o livre acesso à informação. A partir da expansão das redes digitais essa preocupação ganha força na perspectiva de expandir o acesso aos dados e informações resultantes de pesquisas acadêmicas e, conseqüentemente, divulgá-las aos pares e ao público em geral. Nesse contexto, o projeto Foster define a Ciência Aberta como:

A prática da ciência de tal forma que outros podem colaborar e contribuir, na qual os dados de pesquisa, as notas de laboratório e outros processos de pesquisa estão disponíveis livremente, em condições que permitem a reutilização, redistribuição e reprodução da pesquisa e dos dados e métodos subjacentes.

A primeira reflexão diz respeito à tomada de consciência de que a ciência envolve hoje em dia muita da vida social nas sociedades ocidentais contemporâneas, e isso não apenas através dos seus produtos mas também através das suas estruturas e procedimentos. A segunda resume aquilo que a nova sociologia da ciência descobriu e ao qual devotou a sua atenção em anos recentes: a ciência como processo e prática e a diversidade dos processos e das práticas encontrados no interior da ciência. (1999, p. 377 e 378)

Entre as dimensões do processo de fazer ciência de forma aberta algumas vantagens estão diretamente associadas à divulgação científica e à popularização da ciência. São elas: o aumento da visibilidade e do reconhecimento dos investigadores e das instituições, a promoção da responsabilidade social científica e a apropriação social do conhecimento, a transparência e o conhecimento do processo científico e a democratização do acesso ao conhecimento científico. Esse acesso democratizado aos resultados da ciência e o envolvimento do público nos processos de pesquisa compreendem outro conceito fundante na perspectiva da divulgação científica, conhecido como Ciência Cidadã. A Citizen Science Association, organização que reúne experiência de educadores, cientistas, gerentes de dados e outros para impulsionar a ciência cidadã, define esse conceito como: "*O envolvimento do*



*público não acadêmico no processo de pesquisa científica - seja pesquisa orientada para a comunidade ou a nível global." ([citizenscience.org](http://citizenscience.org)).*

Por fim, ainda no âmbito conceitual, vale mencionar que as iniciativas de socialização do conhecimento e as práticas de divulgação da ciência inspiradas e em consonância com os conceitos acima mencionados devem, em última instância visar o interesse público e a construção da cidadania. Portanto, quaisquer ações de comunicação nesse contexto deverão assumir a perspectiva da Comunicação Pública. O conceito é amplo, está em processo de construção, mas é norteador de uma legítima política de comunicação e de divulgação científica que crie espaços e infraestrutura para que todos os agentes possam ter acesso e debater esses assuntos. Segundo Mattos:

Se todos os agentes participam do debate das questões de interesse e utilidade comum, se essa participação é possível graças à existência de uma infraestrutura que materializa a esfera pública, se eles se sentem aptos e motivados a participar graças à cultura de valorização de seu papel social, se os critérios de instituição e processos de debate são claros e equitativos, então será possível preencher os requisitos mínimos para o reconhecimento da comunicação pública. (MATOS, 2012)

Assim, o termo comunicação pública pode ser resumido como “um processo de informação voltado para a esfera pública, desde que vise ao interesse público, promova a cidadania e viabilize o funcionamento da democracia” (FRANCO, 2013, p. 15),

Neste convênio a relação proposta entre ciência aberta e comunicação está associada a sua dimensão social, onde o processo está centralizado no cidadão como sujeito informacional ativo. Por isso, a necessidade de olhar para esse fenômeno desde a perspectiva da Comunicação Pública. Tentamos somar nossos esforços aos dos pesquisadores que investigam esta temática, como (COSTA et. al, 2010; MANSO, 2017), e defendem a Ciência Aberta. Na tentativa de esclarecer os movimentos que ocorrem na Ciência Aberta, Fecher e Friesike (2014, p 20.) elencaram cinco escolas desse pensamento: 1) Democrática, 2) Pragmática, 3) Infraestrutura, 4) Pública e 5) Métricas. A proposta da Agência Escola se apoia nas escolas que têm a participação dos cidadãos: 1) Escola Pública e 2) Escola Democrática. Em ambas, cidadãos, cientistas e governos participam do processo de pesquisa, o que remete uma comunicação científica mais clara para ampliar o seu alcance e facilitar o diálogo. Na Escola Democrática, o acesso ao conhecimento é um direito humano fundamental, pois é por meio dele que há evolução humana, social, cultural e cognitiva.



## Comunicação Pública da Ciência e Divulgação Científica

Como já mencionado, o conceito de Comunicação Pública da Ciência está diretamente associado ao processo de abertura científica e dialoga com a perspectiva de um cidadão ativo que assume a centralidade desse processo e se beneficia dele. Outro aspecto importante é adotar a premissa de que a ciência, tal como a linguagem, é pública. (KNORR-CETINA, 1999). Assim, comunicar para seus pares é apenas um aspecto da circulação dos saberes e a comunicação para um público leigo um processo não só de divulgação, mas de popularização do saber científico. Nessa perspectiva, torna-se relevante desafiar uma tendência hierárquica onde os cientistas são considerados aqueles que possuem o conhecimento, e o público, aqueles carentes de fatos científicos. A ideia é potencializar processos em que o público interaja com o conhecimento e o ressignifique de acordo com sua cultura, aspectos sociais e pessoais. Assim, se estabelecem relações dialógicas onde a experiência leiga, do senso comum e do cotidiano podem ser equivalentes ao conhecimento científico especializado proporcionando uma participação pública. Uma sociedade para ser independente precisa de indivíduos independentes, e este processo se dá, em certa medida, na capacidade de entender como a ciência funciona e como ela está diretamente inserida no seu cotidiano.

Outro autor que também apresenta uma perspectiva crítica do processo de comunicar ciência é Castelfranchi (2008). Para o autor, um modelo que valoriza o saber especializado tende a manter o domínio dos especialistas sobre os não especialistas, ignorando a capacidade cognitiva e participativa de um tipo de público que, na maioria das vezes, desconhece a ciência e a tecnologia pela ineficiência de um processo educativo.

Sobre esse déficit, Manso (2015, p. 2.) atribui a Comunicação Pública da Ciência (CPC) como o espaço de oportunidades para diálogos que traz “para o centro dos debates a figura do chamado cidadão (não especializado em ciência), estimulando a pluralidade de saberes e culturas”. O posicionamento do cidadão assumindo protagonismo científico, como destaca Manso, “é algo desafiador, inclusive no sentido epistemológico, do que venha a ser esse cidadão revestido de capacidade e responsabilidade científico-social (e política) na contemporaneidade”. Esses apontamentos convergem com a preocupação da Heloiza Matos (2011, p.45) em ampliar o conhecimento científico às trocas comunicativas “a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação na qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo” ou, como afirma o colombiano Jaramillo López (2011, p.64-65), um processo que resulte de sujeitos coletivos, que mesmo expressando-se individualmente objetivam à construção do que é público.

Portanto, a Comunicação Pública da Ciência funcionaria como um processo onde cientistas, principalmente os financiados pela sociedade, prestarem suas contas, mostrando os resultados obtidos com suas pesquisas e a sociedade assim participaria de forma mais ativa



do desenvolvimento e políticas públicas implantadas para disseminação e fortalecimento da ciência e tecnologia no país e sua democratização.

A esse respeito, importante ainda mencionar que o direito à informação aparece como particularmente relevante por ser um meio para acesso e uso dos outros direitos referentes à cidadania. Como observa Duarte (2007, p. 67), “as pessoas que mais precisam de informação em geral são as que têm menos acesso aos mecanismos de transmissão e orientação ou possuem mais dificuldades de compreensão de seu significado”. Assim, no contexto da Comunicação Pública da Ciência a Divulgação Científica, em grande parte realizada pelo jornalismo e de relevante importância, cede lugar à “necessidade de posicionar a ciência no que se refere às decisões políticas e econômicas do país e, por conseguinte, a necessidade de legitimação perante a sociedade”, o que significa despertar o interesse da opinião pública, dos políticos, da sociedade organizada e, principalmente, da mídia. “Para isso, é crucial que o campo científico e o campo da mídia sejam cada vez mais próximos”, conclui Brandão (2007, p. 4).

Outra questão fundamental é o que produção científica se dá num espaço polêmico de interlocução. Como diz Bruno Latour, “quando nos aproximamos dos lugares onde são criados fatos [científicos] e máquinas, entramos no meio das controvérsias”. Artigos científicos são os principais textos pelos quais são travadas essas polêmicas. Ainda segundo Latour, o leitor de um artigo científico pode ser considerado um leitor discordante. Em vista da imagem desse leitor, o artigo é construído, o discurso científico é nele textualizado, antecipando-se às possíveis críticas desse leitor discordante. Há um efeito-leitor particular nessa textualidade. Um efeito leitor construído historicamente com a institucionalização da ciência. Na verdade, quando o autor aponta que cabe à sociedade a “responsabilidade de determinar o seu (da ciência) rumo” (Barbeiro, 2007, p. 9), verifica-se que a comunicação da atividade científica assume uma importância vital na manutenção do fluxo entre a comunidade científica e a sociedade.

Esse fluxo constitui um esforço que deve ser contínuo, ininterrupto e possível pela comunicação. Nesse sentido, o convênio AE - Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica e Cultural da UFPR, a partir dos eixos de formação, experimentação e capacitação, tem o intuito de fomentar o desenvolvimento científico da UFPR e promover a democratização e a popularização da ciência para a sociedade com base na Comunicação Pública da Ciência.

**Objetivo Geral:** Fomentar o desenvolvimento científico da UFPR e promover a democratização e a popularização da ciência para a sociedade – integrando como eixos do trabalho da Agência Escola, os **espaços de formação, experimentação e capacitação**, com base na **Comunicação Pública da Ciência**, em parceria com a Superintendência de



Comunicação e Marketing da UFPR e demais unidades estratégicas em consonância com os seguintes itens do PDI- UFPR 2017-2021.

### Objetivo Específicos:

1. Formar alunos de diferentes cursos para a reflexão crítica e prática profissional da Divulgação Científica e Comunicação Pública da Ciência em diferentes linguagens e formatos.
2. Capacitar docentes, servidores técnicos e estudantes da UFPR para a difusão de conhecimento em suas áreas de atuação a partir do uso das distintas linguagens e meios de comunicação.
3. Incentivar o desenvolvimento de pesquisas e de produção científicas no campo da Comunicação Pública da Ciência e da Divulgação Científica.
4. Fortalecer e incentivar a experimentação de diferentes linguagens criativas e estéticas na produção de materiais com base na Comunicação Pública da Ciência.
5. Dar suporte comunicacional na divulgação de projetos de parcerias entre a UFPR, governo e empresas.
6. Criar uma grande rede de agentes de comunicação e de divulgadores científicos (de dentro e de fora da Universidade) que compartilhem as pesquisas científicas e seus resultados por meio dos nossos produtos de comunicação e por meio de produções autônomas.
7. Ampliar a presença da UFPR no cenário midiático regional, nacional e internacional no que diz respeito principalmente à divulgação científica.
8. Dar apoio a eventos relacionados à popularização da Ciência na UFPR a partir do uso dos distintos meios de comunicação disponíveis. Ex: Reunião Anual da SBPC, Divulga Ciência AE e Festival Ciência, Cultura e Inovação.

### Metodologias

O Setor de Artes, Comunicação e Design, pela sua especificidade e competência, tem as condições para viabilizar o projeto na medida em que tem como órgão auxiliar uma unidade estratégica: o **Laboratório de Comunicação Pública da Ciência UFPR e o Projeto de Extensão Agência escola de Comunicação Pública UFPR**. O laboratório tem como finalidade, segundo seu regimento próprio:

1. Contribuir para as atividades de ensino, de pesquisa científica e tecnológica, extensão, bem como prestação de serviços (assessorias e consultorias) a instituições e órgãos públicos e privados, em áreas especializadas da divulgação científica, tecnológica e de inovação e de popularização da ciência com aplicação do conhecimento gerado, para a sociedade.



2. Apoiar as atividades desenvolvidas nos cursos de graduação e programas de pós-graduação da UFPR/SACOD (Setor de Artes, Comunicação e Design), no que se refere ao suporte às disciplinas, que necessitem de apoio para desenvolver atividades didáticas e pedagógicas na área de divulgação científica, tecnológica e de inovação e de popularização da ciência.
3. Atender às comunidades docente e discente dos cursos da UFPR, na realização das atividades acadêmicas de graduação e de pós-graduação, de pesquisa e extensão com viés em estudos de divulgação científica, tecnológica e de inovação e de popularização da ciência.

Tais finalidades estão em articulação com as disciplinas, agências e grupos de pesquisa do SACOD e se materializam em parceria com demais unidades da UFPR, em especial a Superintendência de Comunicação e Marketing (SUCOM), a qual compartilha do mesmo interesse. São parceiras ainda a PRPPG, PROEC, INTEGRA, PROGRAD, SPIN e demais setores, já que se configuram espaços privilegiados para que os eixos de formação, experimentação e capacitação previstos no projeto sejam executados. Compõem os eixos da proposta:

Nesse sentido, a AE mobiliza os atores sociais, nesse caso, os alunos de graduação e pós-graduação, pesquisadores, grupos de pesquisa, PPGs e públicos estratégicos no processo de pensar e produzir comunicação para ciência. Esse processo não se restringe à produção midiática, mas envolve o processo de pesquisa, formação e experimentação de todos aqueles que direta ou indiretamente contribuem para que os três eixos do convênio se efetivem. O resultado das ações de Comunicação Pública da Ciência executadas, em última instância, posicionará a UFPR como agente público na formação cidadã e democrática, fortalecendo sua imagem institucional e, por conseguinte, das demais Instituições Federais de Ensino Superior brasileiras.

Os procedimentos metodológicos adotados serão realizados de acordo com as metas apresentadas neste plano. É importante destacar que há processos e técnicas adotados em cada um dos eixos: formação, experimentação e capacitação para garantir a qualidade do aprendizado. Segue a relação dos cursos que fazem parte da proposta e suas especificidades para alcance das metas - importante destacar que todos os bolsistas trabalham de forma integrada um com o outro, sendo que diversas especificidades de curso contribuem no processo de aprendizado de um aluno de outro curso durante a prática das ações.

Nesse trabalho, fica a cargo dos professores dos cursos orientar as atividades e os alunos de pós-graduação e graduação, bem como estabelecer diálogo com os profissionais da área na triangulação dos eixos de formação, experimentação e capacitação.

As pós-graduações em Comunicação e em Design atuarão no desenvolvimento de propostas de capacitação para Comunicação Pública da Ciência, no desenvolvimento de pesquisas,





produção de artigos e apresentações de trabalhos nessa interface e também como responsável pelo monitoramento e análise dos resultados de divulgação científica, tanto nos órgãos de imprensa como nos ambientes acadêmicos internos (por setor, departamento, e/ou outro critério a ser definido). A partir dessa observação, é possível reorientar os processos de produção midiática e divulgação científica. Os bolsistas de pós-graduação atuarão como co-orientadores dos bolsistas de graduação em atividades de apoio aos professores e/ou os profissionais de comunicação

No que concerne aos eixos de experimentação e formação é importante ressaltar o papel imprescindível da SUCOM em seus diferentes espaços: UFPR TV, Assessoria de Imprensa, Redes Sociais Digitais e Comunicação Institucional e Marketing como espaços privilegiados para que alunos de graduação e pós-graduação tenham contato com profissionais da área que atuam nas diferentes frentes de divulgação científica em diferentes formatos. Tais profissionais também estarão em contato direto na orientação de alunos proporcionando um melhor processo formativo, complementar a orientação docente, mas voltada para a atividade de rotina do mercado de trabalho, nas áreas dos cursos que integram este projeto. Vale ainda mencionar o papel estratégico da SUCOM no compartilhamento da produção midiática de divulgação científica produzida pela Agência Escola. Essa parceria AE e SUCOM tem, nesse modelo de atuação, o efetivo diálogo entre as áreas de ensino, pesquisa e extensão, atuando como elemento de união entre as três matrizes universitárias em uma unidade que corrobora com o objetivo geral do convênio.

### **Público-alvo**

- Alunos de Graduação e Pós-graduação
- Pesquisadores e Programas de Pós-Graduação UFPR
- Comunidade Interna e Externa
- Outras Instituições Federais
- Públicos estratégicos: escolas, associações de bairro, profissionais de comunicação e veículos de comunicação.
- Profissionais da imprensa

### **Resultados Esperados**

- **Popularização da ciência** por meio dos eixos de formação, experimentação e capacitação.
- Concretização de **espaços de experimentação para estudantes de graduação e pós-graduação** a partir da inserção dos alunos em atividades relacionadas ao mercado profissional em comunicação.
- Aumento da **presença na mídia** de pesquisas produzidas na UFPR.



- Contribuição no aumento do **reconhecimento dos programas** de pós-graduação da UFPR.
- Criação de uma grande **rede de agentes de comunicação** (de dentro e de fora da Universidade) que compartilhem as pesquisas científicas e seus resultados por meio dos nossos produtos de comunicação.
- Fortalecimento da UFPR entre as demais IFES como **referência na Comunicação Pública da Ciência**.
- Fortalecimento da UFPR **entre jornalistas da imprensa local e nacional** como referência na produção de ciência e tecnologia.
- **Aumento de interações nas redes sociais** digitais da Agência Escola e da UFPR sobre temas científicos, de inovação e tecnologia - alcançando, assim, um dos objetivos da Comunicação Pública.
- Transposição de uma cultura de **fake-news e desinformação** para uma dinâmica de conhecimento situado em **base científica**.

## ACOMPANHAMENTO, AVALIAÇÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS

O planejamento, a execução, o acompanhamento e a avaliação das atividades desenvolvidas pela Agência serão organizados em grupos de trabalho (equipes), sendo que cada frente terá ou um professor bolsista ou um profissional CLT como responsável. A experiência (teórica e prática) dos responsáveis, com atuação comprovada, é o diferencial para orientar as ações propostas. Importante ressaltar que, uma vez que o convênio se configura como uma Agência Escola, não só o professor, mas também o próprio CLT deve ter como preocupação básica o processo pedagógico e o estímulo à reflexão crítica no tocante ao aprendizado do aluno. O acompanhamento das ações se dará por orientações individuais (de forma remota em momentos como a pandemia e presenciais no dia a dia), reuniões periódicas com o grupo, e-mails etc. Já a avaliação do processo acontecerá por meio de análise de relatórios com indicadores sobre as ações do grupo, avaliações periódicas sobre o caminho percorrido na criação, linguagem e formato das produções realizadas, bem como por meio de pesquisas aplicadas com consumidores dos conteúdos produzidos pela Agência e parceiros. Os relatórios são ferramentas tanto de acompanhamento, quanto de avaliação. Dessa forma, devem ser periódicos para avaliações internas do grupo e semestrais com dados gerais entregues à Coordenação. A prestação de contas se dará por meio do Relatório Técnico de Atividades (anual) com as metas atendidas, balancetes e despesas - documento avaliado pelas unidades proponentes e gestora do convênio.

## MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS

Os grupos de trabalho devem entregar anualmente um documento final (Relatório Técnico de Atividades) com todos os resultados alcançados, de acordo com os indicadores de suas áreas, além de um panorama sobre: benefícios acadêmicos, dificuldades encontradas,





Ministério da Educação  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
Setor de Artes, Comunicação e Design  
Agência Escola UFPR



produtos gerados. Todos os relatórios que os grupos entregam à Coordenação geram o Relatório Técnico de Atividades final, que compreenderá dados como: resultados na imprensa, número de notícias publicadas no site da Agência e no portal UFPR, alcance das notícias nas redes sociais da UFPR e da Agência, quantidade de episódios/programas/boletins gerados, áreas do conhecimento científico atendidas, momentos de capacitação proporcionados, eventos organizados/promovidos, levantamento de materiais publicitários criados, produção científica gerada etc.