

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO PAMPA: DESENVOLVIMENTO DE MULTIPLATAFORMAS PARA A UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

SCIENTIFIC DISSEMINATION OF PAMPA: DEVELOPMENT OF MULTIPLATFORMS THE FEDERAL UNIVERSITY OF PAMPA

Franceli Couto Jorge¹

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar o resultado de um projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), ou seja, as multiplataformas de Divulgação Científica do Pampa (Dicipa) produzidas para a Universidade Federal do Pampa (Unipampa). A proposta das multiplataformas é a de divulgar as pesquisas desenvolvidas na universidade, a fim de dar visibilidade à produção acadêmico-científica, contribuir com a alfabetização científica e promover a aproximação entre a ciência e a sociedade. Dessa forma, o artigo estrutura-se em quatro seções: a primeira delas traz dados sobre a história e a produção acadêmico-científica da Unipampa; a segunda disserta sobre a divulgação científica na Web 2.0, a terceira aborda as contribuições das mídias sociais para a divulgação científica e a última apresenta as multiplataformas de Divulgação Científica do Pampa (Dicipa). Quanto ao percurso metodológico, entende-se que, em relação à natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada; referente ao objetivo, classifica-se como pesquisa exploratória; e, quanto ao procedimento metodológico, trata-se de uma pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Divulgação científica, Dicipa, Unipampa.

ABSTRACT: *The present article aims to present the results of a Research, Development and Innovation (RD&I) project, that is, the multiplatforms of the Scientific Dissemination of Pampa (Dicipa) produced for the Federal University of Pampa (Unipampa). The proposal of the multiplatforms is to disseminate the research developed in the university, in order to give visibility to academic-scientific production, to contribute to scientific literacy and to promote the approximation between science*

¹ Mestranda em Comunicação e Indústria Criativa pela Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Especialista em Comunicação Pública pela Faculdade Integrada da Grande Fortaleza (FGF). Graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade da Região da Campanha (Urcamp). Licencianda em Letras – Português pela Universidade Federal do Pampa (Unipampa).

and society. Thus, the article is structured in four sections: the first one contains data on the history and academic-scientific production of Unipampa; the second lecture on scientific dissemination in Web 2.0, the third addresses the contributions of social media for scientific dissemination and the last one presents the multiplatforms of Scientific Dissemination of Pampa (Dicipa). As for the methodological path, it is understood that, in relation to nature, it is an applied research; referring to the objective, is classified as exploratory research; and, regarding the methodological procedure, it is a bibliographical research.

Keywords: *Scientific dissemination, Dicipa, Unipampa.*

INTRODUÇÃO

As universidades dedicam parte de suas atividades para a produção científica, pois esta é a responsável, na maioria dos casos, pelo reconhecimento e pela credibilidade institucional. No entanto, a produção e a divulgação do conhecimento científico não ocorrem de forma similar. Muitas instituições possuem programas de incentivo à pesquisa, que envolvem cursos de graduação e de pós-graduação, porém, o número de universidades que se dedica à divulgação científica é menos expressivo. Neste trabalho, entendemos por divulgação científica a difusão de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) à população em geral. Diante desse cenário, propusemos, por meio de um projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), uma alternativa para a divulgação das pesquisas da Universidade Federal do Pampa (Unipampa).

De acordo com Rodrigues (2011), a internet é o meio de comunicação mais rápido, de fácil acesso e de maior alcance populacional. Nesse contexto, as mídias sociais são adotadas pela maioria das organizações, que as utilizam como um termômetro de satisfação de seus públicos de interesse, os *stakeholders*. Ainda conforme o autor, esses canais promovem a divulgação da instituição para um público mais variado e permitem a troca de informações de uma forma mais eficiente. Sendo assim, consideramos essas características para projetarmos as multiplataformas de Divulgação Científica do Pampa (Dicipa), que têm como intenção promover o acesso efetivo às pesquisas desenvolvidas na Unipampa, apropriando-se da agilidade da informação na web, das possibilidades de interação, da economia de recursos, troca de saberes e da experiência dos recursos humanos disponíveis na instituição.

Em relação ao percurso metodológico, compreendemos que nossa pesquisa quanto à natureza é aplicada, porque visa contribuir na resolução de um problema que, neste caso, refere-se à falta de meios para a divulgação científica na universidade. Para isso, empregamos conhecimentos já disponíveis, mas, desse emprego, pode “resultar não apenas a resolução do problema que a motivou, mas também a ampliação da compreensão que se tem do problema, ou ainda a sugestão de novas questões a serem investigadas” (SANTAELLA, 2010, p. 89).

Quanto aos nossos objetivos, realizamos uma pesquisa exploratória. De acordo com Gil (2002, p. 41), as pesquisas exploratórias “têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”. Assim como descrito pelo autor, a nossa investigação tem como intuito aprimorar as ideias apresentadas, portanto, explorar uma nova abordagem sobre as contribuições da web e das mídias sociais para a divulgação científica.

Referente ao procedimento metodológico, consideramos nossa pesquisa como bibliográfica, pois a desenvolvemos a partir de material já elaborado, ou seja, formado principalmente por livros e artigos científicos (GIL, 2002). De acordo com o autor, “boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas” (p. 44). Para a realização da pesquisa bibliográfica, Gil (2002) afirma que alguns procedimentos técnicos precisam ser considerados, tais como: escolha do tema; levantamento bibliográfico preliminar; formulação do problema; elaboração do plano provisório do assunto; busca das fontes; leitura do material; fichamento; organização lógica do assunto; e redação do texto. No caso deste estudo, a pesquisa bibliográfica faz uma revisão dos conceitos de divulgação científica na web 2.0, contribuições das mídias sociais para a divulgação científica, além de apresentar dados sobre o cenário de produção acadêmico-científica da Unipampa e o produto do projeto de PD&I, ou seja, as multiplataformas de Dicipa, que incluem um site, fanpage, canal e microblog.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA: DADOS HISTÓRICOS E CIENTÍFICOS

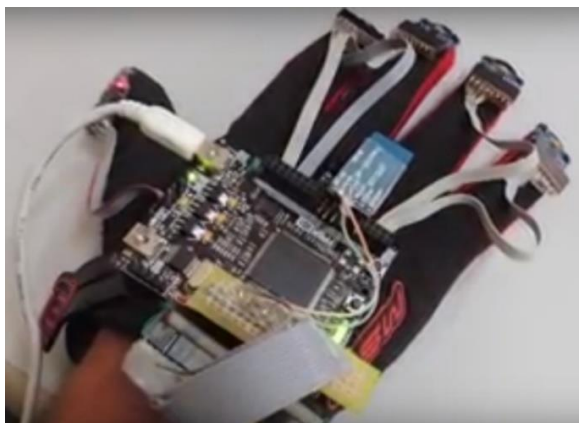
A Universidade Federal do Pampa (Unipampa) é uma instituição federal de ensino superior com sistema de multicampia, que abrange dez municípios do Rio Grande do Sul, a saber: Alegrete, Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Jaguarão, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel e Uruguaiana. Iniciou suas atividades no ano de 2006, vinculada à Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e foi criada, oficialmente, por meio da Lei nº 11.640, de 11 de janeiro de 2008.

Atualmente, a Unipampa possui cerca de 70 cursos de graduação nas modalidades presencial e a distância, mais de 20 cursos de pós-graduação *stricto sensu* nos níveis de ensino de mestrado e doutorado e pós-graduação *lato sensu* na modalidade presencial e EaD. O quadro de servidores é formado por cerca de dois mil profissionais, entre docentes e técnico-administrativos em educação. Já o quadro discente é composto por, aproximadamente, 13 mil estudantes.

Com atividades voltadas ao ensino, à pesquisa e à extensão, a Unipampa busca desenvolver ações que promovam o desenvolvimento das regiões onde está inserida. Os projetos de pesquisa, por exemplo, voltam-se à solução de problemas locais como os ligados à educação, ao meio ambiente e às inovações tecnológicas. O desejo de contribuir com as comunidades resulta na criação de grupos de pesquisa e, conseqüentemente, em projetos. Em 2018, há mais de 150 grupos de pesquisa cadastrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). As investigações destes grupos motivaram o cadastro de cerca de 700 projetos de pesquisa na instituição. Dentre eles, destacamos *A Gesture Detection Glove for Human-Computer Interaction*, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa de Arquitetura de Computadores e Microeletrônica (Gama) do Campus Alegrete, que em 2018 foi premiado em evento internacional na área de circuitos e sistemas, realizado em Florença, na Itália. O projeto de pesquisa consiste em uma luva de captação de gestos, que pode ser usada para a conversão de palavras soletradas em Libras para texto digitado em dispositivos móveis apenas com o movimento das mãos. Os módulos da luva – incluindo microcontrolador, interfaces de comunicação e as aplicações em computador e sistema Android – foram criados por discentes dos

cursos de Ciência da Computação e da Engenharia Elétrica, sob supervisão docente. As etapas seguintes do projeto preveem a inclusão de novas funcionalidades, assim como, o desenvolvimento de novas aplicações para a luva nas áreas de jogos, biomedicina e educação de surdos.

Figura 1 – Produto resultante de P&D produzido na Unipampa



Fonte: Unipampa (2018)

Além do exemplo citado, há projetos de pesquisa nas oito grandes áreas do conhecimento: Ciências Agrárias, Ciências Biológicas, Ciências da Saúde, Ciências Exatas e da Terra, Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Engenharias, Linguística, Letras e Artes.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA WEB 2.0

Nesta seção, abordamos o conceito e as características da divulgação científica e apontamos as potencialidades da Web 2.0² nesse processo. Segundo Bueno (2010), a divulgação científica refere-se à difusão de informações sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) para o público em geral, ou seja, é aquela divulgação que recorre a meios que permitam a compreensão desses temas pelo maior número de pessoas. Para o autor, a função essencial da divulgação científica é “democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada

² Segundo Gonçalves (2012), o termo Web 2.0 foi empregado em 2003 pela empresa estadunidense O'Reilly Media. Refere-se à evolução da web com a criação de espaços mais interativos, em que é possível modificar conteúdos e produzir novos ambientes virtuais.

alfabetização científica” (BUENO, 2010, p. 1). Andrade (2017, p. 30) corrobora essa afirmação, pois para a pesquisadora “divulgar ciência é colocar ao alcance da população os conhecimentos científicos e tecnológicos para que possam ser usados nas suas atividades cotidianas e nas tomadas de decisão diárias”.

Nesse sentido, Silva (2002) afirma que a divulgação científica cumpre sua função quando possibilita o conhecimento ao público leigo. O autor destaca que a divulgação científica pode ser feita por vários meios: veículos tradicionais, folhetos explicativos, peças teatrais e histórias em quadrinhos com temas voltados à CT&I. Além destes, Vicente (2015) destaca a utilização das tecnologias da informação e comunicação (TICs) para dar visibilidade à informação científica, já que “as novas tecnologias digitais alteram as formas de disponibilização, acesso e divulgação da produção científica” (p. 88). Nesse cenário, a autora recorre a Weitzel para afirmar que os elementos que reconfiguram o fluxo comunicacional da informação científica referem-se:

À democratização do conhecimento; diminuição das distâncias entre os países; internacionalização da ciência alterando a relação de mão única entre países produtores de ciência e os países consumidores; e maior intercâmbio entre produtor-consumidor (WEITZEL, 2006, p. 109 apud VICENTE, 2015, p. 89).

Essa reconfiguração torna-se possível devido às características da internet, em especial, da Web 2.0, que permite a divulgação e a produção de conteúdo de maneira colaborativa. Para Vicente (2015, p. 89), na atualidade, “a internet, com seu poder global, é a ferramenta com maior potencialidade para facilitar e ampliar a disseminação e o acesso à informação sobre as mais diversas áreas do conhecimento”. Mateus e Gonçalves (2012) defendem que a internet é o mecanismo mais eficiente e democrático para a divulgação do conhecimento para o público não-especializado. Segundo os autores, há na internet a necessidade de uma reformulação do discurso científico, não desprezando a sua forma inicial, mas se construindo de uma forma que possa ser mais bem compreendido pelo público leigo.

Nesse contexto, os institutos de pesquisa e as universidades têm um papel importante. De acordo com Candotti (2002), a instituição de ensino que divulga os

resultados de suas pesquisas de forma aberta e objetiva para o público em geral assume o compromisso de prestar contas à sociedade sobre os recursos oriundos das fundações de fomento à pesquisa e, dessa forma, contribui para o avanço científico. Além disso, conforme Andrade (2017, p. 43, 44) “ainda que os cientistas acreditem que a legitimação das instituições de pesquisa dá-se unicamente pelo trabalho que desenvolvem e os resultados científicos e tecnológicos que alcançam”, a divulgação científica assume relevante papel na construção e manutenção da imagem institucional e fortalecimento da reputação dos centros de pesquisa e universidades, “assim como a ausência da divulgação científica contribui para a opacidade da instituição” (p. 44). Nesse aspecto, a autora complementa:

Os centros produtores de ciência ainda não valorizam o importante papel da divulgação científica para a sociedade e tampouco para a própria legitimação da unidade de pesquisa através da construção de uma imagem pública que acentue sua credibilidade e importância social (ANDRADE, 2017, p. 42).

Ao encontro desse pensamento, entendemos que a divulgação científica apresenta contribuições em diferentes âmbitos. A sociedade beneficia-se do acesso às informações científicas, a instituição cumpre seu papel de prestação de contas à sociedade e recebe visibilidade pela sua produção científica. A Web 2.0 tornou-se uma aliada para as instituições que, a partir da apropriação das TICs, começaram a projetar alternativas para a divulgação de ciência por meio de sites colaborativos, blogs e redes sociais, a fim de suprir uma demanda social.

De acordo com a pesquisa “Percepção pública da Ciência e Tecnologia no Brasil”³, realizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação (MCTIC) nos anos de 1987, 2006, 2010 e 2015, o interesse dos brasileiros por temas ligados à CT&I é de 61% e alcançou a média de 65%. Já que mais da metade da população tem interesse pelas inovações científicas e tecnológicas, cabe às instituições desenvolver ações que aproximem esses assuntos da sociedade e, mais do que isso, que, por meio da divulgação científica, possam transformar os temas de

³ As pesquisas citadas estão disponíveis no site do Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), em: <<https://www.cgEE.org.br/>>.

interesse e despertados pela curiosidade em respostas para o entendimento de assuntos ligados ao cotidiano (ANDRADE, 2017). Nesse contexto, as mídias sociais surgem como aliadas, por isso, dedicamos uma seção à temática.

AS CONTRIBUIÇÕES DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Como vimos na seção anterior, a Web 2.0 desempenha um importante papel na divulgação científica, permitindo que as informações ligadas à CT&I alcancem mais pessoas em diferentes lugares do mundo. Com características semelhantes, as mídias sociais surgem nesse cenário ampliando as possibilidades de comunicação, interação, colaboração e participação, o que nos motiva a dedicar uma seção acerca das contribuições das mídias sociais na divulgação científica.

Segundo Telles (2011, p. 19), as mídias sociais são “sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdos, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. Trata-se de um conceito mais amplo, do qual as redes sociais fazem parte. Para Gonçalves (2012, p. 175), “tais canais hoje proporcionam um acesso mais fácil à informação e à troca de conhecimento”. Além disso, segundo Albagli e Maciel (2009 apud GONÇALVES, 2012, p. 176), as mídias sociais permitem a horizontalidade das comunicações, “propiciando dinâmicas colaborativas, mobilizações-relâmpago, transgressões de copyrights”. Essa horizontalidade vai ao encontro da afirmação de Siqueira (2008), que diz que por meio das mídias sociais a comunicação não ocorre de forma tão hierarquizada, permitindo que emissor e receptor se confundam, ou seja, esses papéis não são mais tão demarcados quanto os existentes nos veículos de massa.

No campo da divulgação científica, essas características permitem que haja maior interação e interatividade entre os usuários e as fontes primárias da informação que, em muitos casos, são os próprios divulgadores da produção científica. Como exemplo, podemos citar os canais no YouTube de professores/pesquisadores nas mais diversas áreas do conhecimento. De acordo com Gonçalves (2012), o surgimento desses novos espaços de debate acerca de assuntos como ciência, saúde e tecnologia permite que o debate ocorra fora dos ambientes universitários. “A exposição de cientistas na rede, por meio de suas páginas pessoais, blogs e perfis

em redes sociais também contribui para a informação científica ter mais chances de ser encontrada”, afirma o autor (GONÇALVES, 2012, 181-182). Nesses ambientes, os interagentes podem tirar suas dúvidas com os próprios pesquisadores e trocar informações por meio de uma linguagem mais objetiva. O autor complementa:

A conversa e a troca de ideias sobre informação científica na rede passam, assim, a ser entre atores não cientistas, em busca de informação que, a princípio, estava longe de seu alcance ou de pouco entendimento por ser um conteúdo técnico e estar claro somente para cientistas (GONÇALVES, 2012, p. 179).

A disponibilização do acesso ao conteúdo científico nas mídias sociais contribui, significativamente, para a popularização do acesso ao conhecimento científico. Assim como a Web 2.0, as mídias sociais permitem mais visibilidade à pesquisa científica. Conforme Gonçalves (2012, p. 180), por meio desses canais formam-se “comunidades virtuais de aprendizagem e redes sociais colaborativas que ampliam a participação da sociedade na discussão de temas da ciência e sua consequente popularização”.

A partir da compreensão dessas particularidades, desenvolvemos mídias sociais voltadas à divulgação científica para a Universidade Federal do Pampa, este é o assunto da seção seguinte.

AS MULTIPLATAFORMAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO PAMPA

As multiplataformas de Divulgação Científica do Pampa surgiram a partir do planejamento e execução de um projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGIC), com o objetivo de oportunizar o acesso efetivo às pesquisas realizadas na Universidade Federal do Pampa. As multiplataformas, que estão ativas desde março de 2018, são formadas por um site, página na rede social Facebook, canal no YouTube e conta no Twitter.

O site⁴ reúne conteúdo jornalístico como notícias, entrevistas, vídeos, fotografias e infográficos. A linguagem e os recursos escolhidos visam facilitar a

⁴ O site da Dicipa pode ser acessado em: <<http://novoportal.unipampa.edu.br/dicipa/>>.

compreensão dos temas abordados pelo público não-especializado. O diferencial desta mídia em relação às ferramentas já existentes na Unipampa como, por exemplo, o portal institucional é a possibilidade de compartilhamento das notícias nas redes sociais. Além disso, o site contém informações voltadas, apenas, à produção científica da universidade com dados de grupos de pesquisa e acesso ao Repositório Institucional, que armazena trabalhos de conclusão de curso, dissertações, teses, artigos, relatórios de pesquisa e outras publicações produzidas na Unipampa.

A proposta de um site para divulgação das pesquisas vai ao encontro da afirmação de Candotti (2002), que acredita que a difusão de informações por meio de site institucional garante que a sociedade possa se atualizar sobre os temas de seu interesse, com rapidez e confiabilidade, permitindo uma aproximação entre os usuários e a universidade.

Figura 2 – Página inicial do site Dicipa Unipampa



Fonte: Dicipa Unipampa (2018)

Para auxiliar o processo de divulgação das informações publicadas no site e permitir a interação entre os usuários, utilizamos o Twitter⁵. Em nossa pesquisa, entendemos por usuários tanto os pesquisadores – produtores do conhecimento – quanto o público – seja ele especializado ou não. A partir de *tweets* com até 280

⁵ O Twitter da Dicipa pode ser acesso em: <<https://www.twitter.com/DicipaUnipampa/>>

caracteres, este microblogging permite por meio de mensagens curtas, a rápida propagação das informações. De acordo com Marques (2014), cada vez mais cientistas, especialmente os mais jovens, utilizam-se do Twitter como rede social para a disseminação da produção científica, para se comunicar com outros cientistas e para recomendar artigos para os pares.

Vicente (2015) destaca, entre as particularidades do Twitter, a possibilidade de uma pessoa seguir outra sem que haja reciprocidade. Desta forma, a autora afirma que o usuário pode se manter atento às atualizações de uma instituição, sem a necessidade, por exemplo, de segui-la. Além disso, é possível observar as publicações sem ter que participar delas, o que faz do Twitter uma fonte de consulta para qualquer pessoa conectada à rede.

Figura 3 – Página inicial da Dicipa no microblogging Twitter



Fonte: Twitter (2018)

Sobre o Twitter e o Facebook, Santaella (2013, p. 316) afirma que eles foram incrementados por “possuírem suas API (interface de programação de aplicação)”, o que possibilita o relacionamento com outros softwares. Em relação ao Facebook, seu funcionamento ocorre por meio dos perfis (pessoais) e das páginas (institucionais) e o usuário pode selecionar as comunidades nas quais deseja participar.

Conforme Recuero (2009), o Facebook é considerado, muitas vezes, como mais privado do que outros sites de relacionamento, já que apenas os usuários cadastrados, ou seja, os membros da rede social podem ver o perfil dos outros

usuários e seguir páginas institucionais. No caso da Dicipa Unipampa⁶, a página informa sobre os conteúdos disponibilizados nas outras plataformas, assim como, possui também conteúdos exclusivos.

Figura 4 – Página inicial da Dicipa Unipampa no Facebook



Fonte: Facebook (2018)

No caso do YouTube, a plataforma já disponibiliza uma categoria denominada Ciência e Tecnologia, em que há a publicação de vídeos voltados a essa temática. Para Pernisa Júnior e Alves (2010 apud GONÇALVES, 2012, p. 179), nesses canais “os participantes trocam mensagens e debatem temas que fazem parte de um vínculo comum entre eles. Não há necessidade de que estejam frente a frente ou na mesma cidade ou, ainda, no mesmo país – basta estarem na rede”. Esta, talvez, seja uma das principais contribuições das mídias sociais para a divulgação científica: ampliar o alcance das informações científicas para além das fronteiras geográficas.

O canal da Dicipa⁷, assim como a proposta do YouTube para a divulgação científica, reúne vídeos sobre os projetos de pesquisa, em que são apresentadas informações do desenvolvimento e, quando possível, dos resultados das pesquisas. Também há um programa denominado Pesquisa & Cotidiano, em que são realizadas entrevistas com os pesquisadores a respeito de seus estudos.

⁶ A Fanpage da Dicipa pode ser acessada em: <<https://www.facebook.com/DicipaUnipampa/>>.

⁷ O acesso ao canal Dicipa Unipampa pode ser efetuado por meio do endereço eletrônico: <<https://www.youtube.com/channel/UCTynOyebORuF1qknkOysI7A>>.

Figura 5 – Canal da Dicipa no YouTube



Fonte: YouTube (2018)

A escolha das plataformas para divulgar a produção científica da Unipampa considera as mais acessadas pelos brasileiros, ou seja, o real alcance dessas mídias entre a sociedade. Além disso, observamos a característica dos conteúdos, possibilitando atingir diferentes públicos, desde aqueles que preferem a leitura de um texto na web e a complementação das informações por meio de hiperlinks, assim como, aqueles que optam pelos vídeos e por informações rápidas como as fornecidas, por exemplo, pelo Twitter.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das discussões apresentadas neste artigo, percebemos que há inúmeras possibilidades para a divulgação científica no ambiente virtual. A Web 2.0 trouxe mudanças significativas nos processos de produção e circulação de conteúdo, o que é reforçado, atualmente, pelas mídias sociais. Dessa forma, cabe, em especial, às universidades o papel de pensar estratégias para divulgar suas pesquisas para o público em geral para, conseqüentemente, promover o debate acerca de assuntos ligados à CT&I também fora dos ambientes acadêmicos. Quando o cidadão tem acesso à informação científica, a possibilidade de que esses temas recebam atenção no seu dia a dia é maior. Além disso, permite que as pessoas estejam mais preparadas para opinar sobre questões polêmicas como o debate sobre, por exemplo, a clonagem, os alimentos transgênicos e o uso de agrotóxicos.

Destacamos ainda o acesso livre à base de dados disponível na rede por meio de repositórios, periódicos e das páginas pessoais de pesquisadores. Além disso, as mídias sociais possibilitam a troca de informações também entre os pares que, muitas vezes, formam comunidades virtuais para a troca de informações de pesquisas, referências para estudos e, até mesmo, a realização conjunta de investigações. Dessa forma, entendemos que a divulgação científica, a partir dos avanços da Web 2.0 e das mídias sociais, também aproximou-se da comunidade científica.

No caso do desenvolvimento das multiplataformas de Divulgação Científica do Pampa, entendemos que se trata de um primeiro passo para contribuir com a popularização do conhecimento científico produzido nos municípios do interior do Rio Grande do Sul. Ainda há muito o que fazer nesse campo, pois a visibilidade das pesquisas ainda não é suficiente para garantir a compreensão dos temas pelo público leigo. Sabemos que o processo de divulgação científica deve ser acompanhado de uma alfabetização científica, o que precisa acontecer desde o ingresso da criança na educação básica. A divulgação científica realizada pelas universidades é apenas uma etapa de um ciclo bastante complexo, porém, compreendemos que é uma iniciativa relevante diante de um cenário ainda pouco explorado.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Giuliana Capistrano Cunha Mendes de. **A Divulgação científica no contexto organizacional para democratização do saber e legitimação das unidades de pesquisa**. 2017. 299f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

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

CANDOTTI, Ennio. Ciência na educação popular. In: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima (orgs.). **Ciência e público**: Caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Marcio. Contribuições das mídias sociais digitais na divulgação científica. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; OLIVEIRA, Eloísa da Conceição Príncipe (orgs.). **Múltiplas facetas da comunicação e divulgação científicas: transformações em cinco séculos**. Brasília: IBICT, 2012.

MARQUES, Fabrício. Retuíte ou pereça: Estudo indica que o Twitter é a rede social mais usada para divulgar artigos científicos de revistas brasileiras. **Revista Pesquisa Fapesp**, ed. 221, jul. 2014.

MATEUS, Wagner de Deus; GONÇALVES, Carolina Brandão. Discutindo a divulgação científica: o discurso e as possibilidades de divulgar ciência na internet. **Revista Areté - Revista Amazônica de Ensino de Ciências**, v. 5, n. 09, 2014.

PRÍNCIPE, Eloisa. Comunicação científica e redes sociais. In: ALBAGLI, Sarita (org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. Brasília: IBICT, 2013.

RECUERO, Raquel. Rede social. In: SPYER, J. (org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. São Paulo: Não Zero, 2009.

RODRIGUES, Marcio Pereira. A utilização da rede social dentro das organizações. **VII Congresso Nacional de Excelência em gestão**. LATEC/UFF, 12 a 13 de agosto de 2011.

SANCHES, Lúcia Helena Aponi. **A Comunicação organizacional interna e o ambiente virtual: Novas tendências**. Tese (Doutorado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua: representações na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São José do Rio Preto: Bluecom, 2010.

SILVA, Sergio Luis da. Informação e competitividade: A contextualização da gestão do conhecimento nos processos organizacionais. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 142-151, mai./ago., 2002.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011.

VICENTE, Natalí Ilza. **O uso do Twitter e Facebook para divulgação científica: um estudo netnográfico em perfis de bibliotecas universitárias federais do sul do Brasil**. 2015. 184f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Unidades de Informação). Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.