

Ciência que atrai: o engajamento dos brasileiros em informações científicas

Tatiana Gladcheff Zanon Spina¹
Universidade de São Paulo

RESUMO: Em junho de 2015, o *Centro de Gestão de Estudos Estratégicos (CGEE)*, em parceria com o, à época, *Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI)*, realizou uma pesquisa sobre a Percepção Pública da Ciência (PPC). O objetivo foi medir o interesse, meios de acesso à informação e o comportamento dos brasileiros em relação à Ciência e Tecnologia (C&T). Os dados coletados mostraram que 61% dos brasileiros manifestam grande interesse em assuntos relacionados à C&T, 73% acreditam que a Ciência traga mais benefícios do que malefícios, e 89% demonstraram grande confiança em cientistas ou instituições de pesquisa. Por outro lado, os entrevistados mostraram pouca informação em tais assuntos (94% não conseguiram se lembrar do nome de algum cientista brasileiro, e 88% não conseguiram citar uma instituição ou centro de pesquisa brasileiro), e baixo envolvimento em assuntos e atividades relacionados à C&T (apenas 29% visitaram uma biblioteca nos últimos 12 meses, e 12% visitaram um museu de C&T no mesmo período)³. Essa “contradição” motivou a realização de uma pesquisa de mestrado, feita entre os anos 2014-2016, na qual se trabalhou com a hipótese de que informações científicas, uma vez ligadas ao cotidiano do público não especialista, despertam expressivo engajamento do mesmo em assuntos dessa natureza. Para comprovar tal hipótese, foi feita uma análise quali-quantitativa de 2.441 notícias postadas no *website* de um instituto de pesquisa brasileiro, postadas durante um período de quatro anos (2011-2015). A pesquisa em questão foi orientada pela seguinte pergunta: qual a efetividade de comunicação da ciência de um portal institucional de uma instituição de pesquisa? O objetivo geral da pesquisa foi analisar a efetividade comunicacional de uma ferramenta digital de uma instituição de pesquisa através do engajamento dos usuários, tendo sido escolhido como campo empírico o *website* do Instituto de Física de São Carlos (IFSC/USP), uma das Unidades de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade de São Paulo (USP). Essa análise foi considerada relevante, visto que, na pesquisa do CGEE supracitada, verificou-se também que os meios mais utilizados na Internet para a obtenção de informações sobre C&T são sites de instituições de pesquisa (42,4%), ultrapassando jornais ou revistas (39,5%), *Facebook* (28,1%), *Wikipedia* (14,3%), blogs (14%), *Google* (4,3%), *Twitter* (2,9%) e *YouTube* (0,4%). O estudo, portanto, consistiu em um estudo de caso, utilizando uma abordagem quali-quantitativa, em uma perspectiva exploratória e descritiva em ambiente *Web*. Os resultados coletados foram discutidos tendo como base teórica diversos autores que trabalham com o tema *divulgação científica*, com destaque para aqueles que fazem parte do movimento de estudos *Ciência, Tecnologia e Sociedade*, que se ampara principalmente na defesa da participação democrática dos cidadãos nas tomadas de decisões, defendendo também a apresentação de uma ciência mais contextualizada, crítica e politizada, contribuindo para que os cidadãos lidem com os riscos e benefícios da C&T. Ao se fazer a análise quantitativa do site, que será o foco da discussão aqui apresentada, três principais

1 E-mail: tatipalm19@gmail.com

2 Atual Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC)

3 Dados disponíveis em: <http://percepcaocti.cgee.org.br/>

aspectos foram levados em consideração: perfil (demográfico e geográfico) dos usuários, número de acessos e tempo de permanência dos usuários em cada uma das páginas das notícias analisadas. Para a coleta dos dados, foi utilizada a ferramenta *Google Analytics*; para a classificação, o editor de planilhas *Excel*. Também para a classificação das notícias, utilizou-se a metodologia Análise de Conteúdo. As notícias foram divididas em oito diferentes categorias, a saber: notícias institucionais (68,62% do total), física do cotidiano (1,72% do total), cosmologia e astrofísica (0,49% do total), tecnologia, informática e engenharia dos materiais (3,56% do total), saúde e medicina (2,83% do total), utilidade pública (3,20% do total), oportunidades (17,53% do total) e outros (2,05% do total). No que se refere aos resultados, verificou-se que notícias classificadas como *física do cotidiano* tiveram um substancial número de acessos, muito acima da média geral calculada. Posteriormente, verificou-se que notícias das categorias *saúde e medicina* e *oportunidades* também obtiveram expressivo número de acessos. Visto que a média geral de acessos foi calculada em 120 visualizações por notícia, e que as notícias das categorias *física do cotidiano* e *saúde e medicina* tiveram um número de visualizações superior a mil, na maior parte dos casos extrapolando 10 mil visualizações, comprovou-se, com sucesso, a hipótese sugerida na pesquisa. Por outro lado, a análise também sugere que o acesso ao *website* é majoritariamente dos usuários internos ao IFSC/USP, mostrando que a efetividade comunicacional do *website* em questão ainda é insatisfatória quando o alvo é o público geral. A pesquisa, portanto, embora tenha comprovado a hipótese sugerida, reforça que as ações de divulgação científica no Brasil precisam ser repensadas e, sobretudo, expandidas para que o público não especialista seja efetivamente alcançado. Tal possibilidade já vem sendo explorada, mas agora sob um diferente ângulo, na atual pesquisa de doutorado da autora.

Palavras-chave: Divulgação científica. Percepção Pública da Ciência. Ciência do cotidiano.