Como uma unidade de ensino e pesquisa da USP estreitou suas relações com a mídia, favorecendo a divulgação científica?

Denise Casatti¹

Neylor Fabiano²

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da USP e Universidade Federal de São Carlos

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da USP

RESUMO: O objetivo deste trabalho é compartilhar a experiência da assessoria de comunicação do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC), da Universidade de São Paulo (USP), em São Carlos (SP), destacando os principais aspectos que influenciaram o aumento da presença do Instituto nos veículos de comunicação brasileiros, conforme pode ser verificado nos dados dos últimos seis anos. Ressalta-se que, no contexto da gestão pública, a comunicação institucional assume um papel cada vez mais relevante na promoção da imagem das universidades junto à sociedade e também no fortalecimento das relações da comunidade interna. Por isso, o uso de estratégias adequadas de comunicação é essencial para que os objetivos de uma universidade pública sejam alcançados no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão. No caso da assessoria de comunicação do ICMC, a história começa em 2010, quando foi criada a *Seção de Apoio Institucional*, tornando o Instituto a primeira unidade do campus da USP, em São Carlos, a constituir uma assessoria de comunicação. Na ocasião, a presença do Instituto na mídia era escassa, não havia indicadores e os poucos contatos diretos da imprensa com os pesquisadores não eram registrados e acompanhados. Diante desse cenário, o trabalho da Seção foi estruturado a fim de fortalecer o relacionamento com a imprensa e com o público interno. Entre as diversas estratégias adotadas podemos destacar: a) contratação de uma analista de comunicação com formação em jornalismo e perfil adequado para divulgação científica; b) valorização da divulgação científica, caracterizando a comunicação como uma atividade de extensão universitária, ou seja, como atividade-fim; c) transformação das coberturas de eventos e dos anúncios de premiações em reportagens com enfoque em temas e conceitos científicos, aproveitando a apuração para produzir reportagens de divulgação científica em vez de notas e matérias tradicionais; d) utilização de técnicas do jornalismo literário para a produção de reportagens e perfis; e) elaboração de projetos especiais em conjunto com a equipe de arte do Jornal da USP; f) conscientização do público interno sobre a relevância das habilidades de comunicação e das iniciativas de divulgação científica, por meio de palestras, eventos e cursos de extensão; g) mobilização do público interno, por meio do compartilhamento das publicações e dos resultados de mídia com alunos, professores e funcionários; h) atendimento eficaz e eficiente à imprensa, buscando sempre dar um feedback (positivo ou negativo) às demandas dos jornalistas, por meio do fornecimento de informações qualificadas; i) aproximação com assessorias de comunicação de outras instituições de ensino e pesquisa, a fim de possibilitar a replicação de conteúdos de interesse mútuo; j) utilização da estratégia de *crossmedia*, com adaptação do material produzido, em formato e linguagem, para as diversas mídias utilizadas pelo ICMC; k) captação de recursos e apoios externos por editais e parcerias, minimizando a dependência orçamentária (exemplos: Programa *Por trás*

¹ denise@icmc.usp.br.

² neylor@icmc.usp.br.

dos Controles, na Rádio UFSCar; festival de divulgação científica *Pint of Science*). Como resultado, os professores do ICMC têm sido acionados constantemente pelos veículos de comunicação e o Instituto é reconhecido por possuir especialistas altamente qualificados, aptos para falar com propriedade a respeito de assuntos relacionados a computação, matemática e estatística. Anualmente, o ICMC produz, aproximadamente, 350 publicações por ano, contabilizando cerca de 250 solicitações de imprensa e mais de 1000 inserções em veículos de comunicação. Ao colocar o Instituto em evidência, a assessoria está contribuindo para dar maior visibilidade aos cursos, às pesquisas e às atividades de extensão do ICMC, aproximando o Instituto da sociedade. Além disso, por meio das reportagens de divulgação científica, alguns assuntos pouco destacados pela grande mídia – em especial os relacionados à pesquisa básica em matemática – têm ganhado destaque. Tais resultados vêm chamando a atenção da comunidade e de dirigentes de órgãos da USP, tornando o Instituto uma referência nessa área. Isso também possibilita a disseminação e replicação das boas práticas a fim de que os benefícios desse trabalho sejam estendidos a outras instituições.

Palavras-chave: Comunicação institucional; Assessoria de imprensa; Inserção na mídia; Divulgação científica; Extensão universitária.