

INFORMAR E COMUNICAR: DESAFIOS DAS UNIVERSIDADES DIANTE DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS¹

Elen Geraldês²

Gisele Pimenta³

Helen Lopes⁴

RESUMO

Neste artigo, descrevem-se e analisam-se dois importantes desafios das universidades no que tange a seu papel de promover e fomentar a divulgação e o letramento científicos, sobretudo em situações de crise como a ocasionada pela pandemia de Covid-19. Perante o cenário de proliferação de notícias falsas e de sensacionalismo, o mais imediato deles é informar, isto é, compartilhar com a sociedade informações críveis, de interesse e utilidade pública, baseadas em evidências científicas. Para isso, é necessário tornar mais acessível a linguagem técnica da ciência e das pesquisas, bem como utilizar as mídias sociais de forma estratégica. O segundo desafio é implementar ações e políticas de comunicação pública nas instituições de ensino superior (IES) que integrem suas diferentes comunicações (administrativa, organizacional, institucional, científica). O artigo desenvolve-se em três partes: fundamenta-se, pelo olhar de Boaventura de Sousa Santos (2005), o contexto de deslegitimação das universidades, cujo fundamentalismo ideológico identifica nessas instituições espaços caros, de balbúrdia e sem retorno para a sociedade; discute-se depois o desafio informacional do letramento científico; e, por fim, apresentam-se os contornos comunicacionais das universidades brasileiras e seus dilemas de âmbito estrutural.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Pública. Comunicação e Universidade. Políticas de Comunicação. Divulgação Científica. Covid-19.

1 INTRODUÇÃO

Há quinze anos, o sociólogo Boaventura de Sousa Santos (2005) apontava para a existência de uma crise universitária, constituída por três crises diferentes e complementares: a da hegemonia, a da legitimidade e a da institucionalidade. A crise hegemônica se daria pela

¹ Artigo revisado e ampliado, publicado originalmente nos anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, sob o título *Universidade e comunicação na pandemia: percepções sobre a importância de uma política de comunicação pública*.

² Doutora em Sociologia. Departamento de Comunicação Organizacional, Faculdade de Comunicação da UnB. E-mail: elenger@ig.com.br.

³ Doutora em Comunicação. Professora substituta no Departamento de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB). E-mail: giselepimentaoliveira@gmail.com.

⁴ helen_rls@hotmail.com.

complexidade de se desempenhar, com excelência, atribuições vinculadas ao espaço da universidade, seja em seu papel mais tradicionalista de formar as elites e promover a alta cultura ou em produzir conhecimentos instrumentais e qualificar a mão de obra técnica na contemporaneidade. Simplificando os argumentos, o não cumprimento de tais funções fez com que ela fosse acusada de ineficaz ou incompetente, e o mercado cavou soluções alternativas, como o ensino privado e os cursos técnicos. Por crise de legitimidade, compreende-se aquela que ocorre quando a universidade deixa de ser a única organizadora oficial do conhecimento, já que entram em cena e ganham importância outros saberes. Na crise de institucionalidade, misturam-se problemas de gestão, a dificuldade de efetivar a autonomia universitária e a até então crescente cobrança para que essas instituições ajam com responsabilidade social e sejam protagonistas nos projetos de emancipação política e transformação social.

O contexto brasileiro da referida crise universitária “coincide” com o ambiente socialdemocrata que marcou a segunda metade da década de 1990 e o início dos anos 2000, período em que a abertura ao mercado era tida como resposta única para equacionar os problemas da educação superior no país. Sousa Santos (2005) enxergava a explosão do ensino privado de forma crítica, um ensino que não formava os seus próprios quadros profissionais e tinha por horizonte, principalmente, o lucro. Segundo o sociológico português, havia alternativas para não se submeter a essa rendição, entre elas a criação de políticas de acesso à universidade, o cultivo de um ambiente universitário plural e democrático, com uma verdadeira ecologia de saberes na produção científica e na gestão, além de uma extensão que dialogue com a sociedade e estabeleça pactos entre a universidade e outros atores sociais.

Em resposta ao desprestígio que as universidades públicas vivenciaram na era Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), nos dois mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) foram acoplados investimentos robustos no segmento de ensino superior. O governo Lula traçou uma política de expansão extensiva e intensiva, visando a diminuir as desigualdades regionais, melhorar a oferta dos cursos noturnos, reduzir a evasão e permitir o ingresso de estudantes das classes populares ao ensino superior, especialmente público, mas também privado, por meio da concessão de bolsas e de políticas de ação afirmativa. Segundo Carvalho (2014), o sucesso dessas políticas não conseguiu vencer a lógica de exclusão do

modelo capitalista de educação no país, que sempre priorizou as classes abastadas, fundamentado em diferenças regionais, étnico-raciais e de classe social.

Nos governos seguintes de Dilma Rousseff (2011-2016), manteve-se essa lógica de valorização e de crescimento, ameaçada pela crise econômica que começava a se instaurar paralelamente ao contexto do *impeachment* da então presidenta. Nas gestões seguintes, com Michel Temer (2016-2018) e Jair Bolsonaro (2019), o distanciamento entre universidade e sociedade, apontado por Santos (2005), se radicaliza. Dentre as políticas de austeridade fiscal articuladas, talvez a mais significativa para a área da Educação tenha sido a Proposta de Emenda à Constituição nº 55, de 2016, popularmente conhecida como a PEC do Teto de Gastos, que congelou os investimentos em áreas sociais por duas décadas, afetando os investimentos e o orçamento das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES). Desmonte que se agrava no cenário atual de pandemia, paradoxalmente o momento em que o papel do Estado em prol dos direitos básicos da população se revela ainda mais crucial.

Não bastasse o contexto político e econômico de medidas neoliberais de constante desvalorização do investimento público, em abril de 2019, o então ministro da Educação, Abraham Weintraub, acusou instituições de promoverem “balbúrdias” em seus campi e, para além dos contingenciamentos federais previstos, ameaçou que o governo faria corte de recursos em universidades que não atingissem o desempenho acadêmico esperado, sem discriminar critérios técnicos ou parâmetros. Meses depois, em julho, anunciou o Programa Institutos e Universidades Empreendedoras e Inovadoras, o Future-se, que entre outras questões possibilitava a participação de Organizações Sociais (OS) na gestão dessas instituições. A maioria das IFES se posicionou contra e não aderiu à iniciativa por entender que esta configurava-se como uma tentativa de ferir a autonomia universitária tanto na gestão dos contratos quanto nas orientações curriculares e acadêmicas, além de transferir do Estado para a iniciativa privada a responsabilidade de investir recursos na educação pública de nível superior. Depois de apresentadas várias versões, a proposta foi enviada pelo Executivo ao Congresso Nacional em maio de 2020, transformada em projeto de lei (PL 3076/2020), ainda em tramitação na Câmara dos Deputados⁵.

⁵ Última consulta: 03 de maio de 2023. Cf.: <https://bit.ly/3NAC85m>.

Paralelamente ao cenário institucional de desmonte das políticas públicas voltadas ao ensino superior, recuperamos em nossos primeiros apontamentos três linhas de argumentos construídos nos últimos anos pelos críticos ao papel das universidades públicas:

- a) a de que são caras e, portanto, devem ter seus gastos reduzidos e sufocados, como alegam os partidários do Estado mínimo e os defensores do pagamento de mensalidades das universidades públicas – os dois grupos ancoram-se no pretexto da diminuição do custo da “máquina pública”;
- b) a de que são confusas, isto é, prestam-se a atividades não condizentes com as práticas acadêmicas, como seriam os casos de festas que deterioram o patrimônio público, incentivam o uso de drogas e/ou promovem orgias e balbúrdias. Tais alegações foram proferidas, por exemplo, por membros do alto escalão do Executivo Federal;
- c) a de que são ideológicas, pois em vez de profissionalizar os estudantes, investem em conhecimento inútil com viés esquerdista. De acordo com essa lógica, para uma parcela da sociedade brasileira e até para gestores da educação, as universidades pouco tinham a dizer. Estavam superadas. Eram, em certa medida, inúteis.

Os argumentos, o sufocamento do investimento estatal e a ausência de continuidade das políticas públicas de valorização do ensino público superior ratificam, no Brasil, o conceito de crise universitária elaborado por Boaventura de Sousa Santos (2005). Com a hegemonia, a legitimidade e a institucionalidade paulatinamente abaladas, as universidades foram impelidas a retomar seu protagonismo social e científico perante o trágico, caótico e inesperado contexto mundial provocado pelo novo coronavírus. Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde reconheceu a pandemia de Covid-19 e, a partir daí, governos locais de diferentes estados brasileiros decretaram o fechamento de comércios, escolas e serviços não essenciais, entre outros. De um dia para o outro, a rotina das grandes cidades brasileiras deu lugar ao “vazio” das ruas e às incertezas sobre propagação, contágio e tratamento relacionados à nova doença.

Sob o pano de fundo da falsa dicotomia entre endurecer as políticas de isolamento social ou salvar a economia, a crise sanitária intensificou a politização em torno da disputa narrativa, já em curso, sobre o papel da educação e da pesquisa científica. Aprofundar as razões e conjunturas políticas que moveram a arquitetura governamental em prol dos discursos negacionistas e anticiência ou que alimentavam uma rede de difusão de notícias

falsas sobre esse e outros temas não é objeto deste artigo. Todavia, é impossível ignorar o contexto do desenho político-institucional brasileiro à época, principalmente no âmbito do Poder Executivo Federal, que não só corroborava como fomentava a desinformação.

Enquanto o então presidente da República, Jair Bolsonaro, classificava a doença como uma “gripezinha”, condenava o fechamento do comércio e contrariava medidas sanitárias e de saúde pública recomendadas pelo próprio Ministério da Saúde, coube a outras instituições o papel de informar, educar e alertar a população sobre a gravidade da situação. Desde o início da pandemia, veículos de comunicação nacionais e locais passaram a dedicar grande espaço ao tema da saúde pública. Nas tevês, tanto as de sinal aberto quanto as por assinatura, os programas jornalísticos e também os de entretenimento tinham o assunto como foco prioritário.

Nesse cenário de incertezas, a demanda por fontes de informação precisas e de credibilidade ganhou força, assim como a necessidade palpável da aplicação do conhecimento científico para entender o novo vírus, buscar medidas de tratamento e de prevenção para a doença, e para todas as implicações sociais e econômicas relacionadas ao tema. E as pesquisas, testagens e monitoramento sobre as vacinas a serem aplicadas no Brasil passaram pelas instituições de ensino superior e de pesquisa. O sequenciamento do genoma viral, por exemplo, foi feito no Brasil em 48 horas após a confirmação do primeiro caso no país. Levantamento realizado por Darin (2020) aponta ao menos 15 sites informativos sobre a Covid-19 instituídos por universidades em diferentes regiões do território nacional, além de projetos destinados a tornar informações mais acessíveis e plataformas para o monitoramento da pandemia criados por universidades em diferentes localidades.

Defendemos que o cenário de pandemia evidenciou, ou reacendeu, a dupla importância das universidades para o letramento científico e para a divulgação de informações socialmente relevantes. A primeira, ser a ponte entre os veículos de mídia e o cidadão ao se constituírem, por excelência, como lócus de fontes de informações críveis e baseadas em evidências científicas, seja por meio da divulgação de suas pesquisas em diferentes áreas do conhecimento ou via protagonismo dos pesquisadores vinculados a estas instituições, recorrentemente entrevistados ou convidados a participar de reportagens, debates, programas e outros formatos jornalísticos da televisão, do rádio, dos jornais impressos, da internet, dos agregadores de áudio. A segunda, por meio do desenho de uma

comunicação – institucional, administrativa, científica e organizacional – ativa, acessível, transparente, criativa, eficiente e com o potencial de construir diálogos com seus diversos públicos, interno e externo às universidades.

Interessa-nos para este artigo descrever e analisar essa dupla relevância informativa e comunicacional da universidade pública no cenário de pandemia. Uma instituição que, especialmente nos últimos anos, trava batalhas em busca do reconhecimento político e social da sua relevância e do resgate da legitimidade do seu trabalho de construção e promoção da pesquisa, do ensino e da extensão. A discussão proposta divide-se em dois momentos: a necessidade de se contribuir para a construção do letramento científico e o debate sobre os obstáculos comunicacionais, estruturalmente enraizados na maior parte das IFES.

Reitera-se que, em nossa avaliação, a crise global causada pela pandemia reposicionou, ao menos potencialmente, a imagem das universidades perante a sociedade ao recuperar seu protagonismo na produção e exposição do saber científico. Defendemos, portanto, que é por meio da esfera comunicacional, inicialmente, que diferentes setores da sociedade podem vir a perceber o papel das instituições de ensino e de pesquisa, tanto pela busca por orientações e explicações sobre o tema quanto pela percepção social de que os resultados dos esforços acadêmicos e das soluções de ciência aplicada são materializáveis e iminentes. Suscitaremos, ainda, reflexões sobre como a comunicação, a divulgação e o letramento científicos abrem um caminho necessário para intensificar as relações (e sensações) de proximidade entre universidade e cidadãos, reafirmando assim o prestígio intelectual, humano, social, cultural, tecnológico e inovador que a história dessas instituições carrega.

2 DESAFIOS INFORMACIONAIS: O LETRAMENTO CIENTÍFICO POSSÍVEL

Divulgação e letramento científicos não são sinônimos. Enquanto a primeira dimensão caracteriza-se por propriedades mais funcionais e imediatas, focada na circulação de conteúdos sobre ciência, a segunda evoca o uso social do conhecimento científico (SANTOS, 2007), isto é, passa pela concepção de educação científica. Ambos os papéis podem ser assumidos por ampla gama de atores e instituições, sejam eles professores, educadores,

pesquisadores, jornalistas, escolas, agências de fomento, governos, organizações da sociedade civil e veículos de comunicação.

Em revisão sobre as concepções que compõem a *scientific literacy* (literacia científica, em tradução livre), Wildson dos Santos (2007) fala tanto em alfabetização quanto em letramento científico, posicionando os dois termos no bojo da educação para a ciência.

Norris e Phillips (2003) identificaram os seguintes significados para essa educação: a) conhecimento do conteúdo científico e habilidade em distinguir ciência de não-ciência; b) compreensão da ciência e de suas aplicações; c) conhecimento do que vem a ser ciência; d) independência no aprendizado de ciência; e) habilidade para pensar cientificamente; e) habilidade de usar conhecimento científico na solução de problemas; f) conhecimento necessário para participação inteligente em questões sociais relativas à ciência; g) compreensão da natureza da ciência, incluindo as suas relações com a cultura; h) apreciação do conforto da ciência, incluindo apreciação e curiosidade por ela; i) conhecimento dos riscos e benefícios da ciência; ou j) habilidade para pensar criticamente sobre ciência e negociar com especialistas. (SANTOS, 2007, p. 478)

Seguiremos a ideia de educação para a ciência, mas consideramos importante pontuar as nuances entre alfabetização científica, que considera o público como analfabeto científico, e letramento, por meio do qual entende-se que o conhecimento científico ocorre em uma gradação. É necessário que desde a educação básica até a superior seja construída essa aproximação entre ciência, cidadão e sociedade, sendo indispensável a participação dos veículos e canais de comunicação nesse processo de mediação. É importante que cada conquista científica e tecnológica seja apresentada e incluída no dia a dia das pessoas como um processo, com a valorização do debate sobre os impactos desse produto/teoria em seu cotidiano, com a indicação de seus limites e possibilidades.

Assim, este artigo defende que as estruturas de comunicação institucional das universidades públicas – lócus privilegiado de produção do conhecimento científico – precisam atuar com vistas às duas vertentes, seja em sua missão informacional de transmitir mensagens para promover, divulgar e ampliar a difusão de conteúdos científicos para os mais variados públicos ou em sua dimensão comunicacional e, portanto, dialógica, de promover o letramento científico, contribuindo para que os cidadãos compreendam a função social da ciência e desenvolvam habilidades para identificar e reconhecer suas potencialidades, aplicações e relações com a saúde, a cultura, a economia, a vida e a sociedade (SANTOS, 2007).

A crise política, social, institucional e econômica intensificada no Brasil pelo *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff foi agravada em 2020 pela pandemia do novo

coronavírus. Há alguns anos, estudiosos da área de comunicação já alertam para os potenciais perigos da disseminação em massa das chamadas *fake news* – sobretudo, quando deliberadamente pensadas e difundidas por grupos ideológicos específicos, cujo intuito principal é construir narrativas paralelas que geram desinformação, pânico, intolerância e abalam a construção de consensos em torno de temas de interesse comum. Todavia, se antes o debate previa os efeitos a médio e longo prazo dessa articulação pernicioso e seus potenciais danos para as democracias, a crise sanitária trouxe danos exponenciais para o aqui e o agora, um risco real e iminente para a vida dos cidadãos. Combater a disseminação de notícias falsas tornou-se objeto de preocupação de outras áreas do conhecimento, como a saúde, pois fazer com que a população tenha acesso a informações críveis e baseadas no conhecimento científico passou a ser diferencial estratégico para se evitar uma tragédia humana ainda maior⁶.

Desta feita, trazemos nesta parte do artigo a discussão sobre o desafio informacional que as universidades enfrentam de fazer com que as pessoas se afastem do negacionismo e do pensamento mágico, estimulando que pensem cientificamente sobre a pandemia, sem deixar de lado o conhecimento tradicional. Como abordamos no primeiro tópico, a tentativa de desqualificar e sufocar as instituições públicas de ensino – sob argumentos rasos e pouco fundamentados de serem caras, confusas e ideológicas – contribui para o fortalecimento dos discursos anticiência. Frente a esse cenário, as instituições públicas de ensino precisam assumir para si o papel de se transformar em contraponto a essas narrativas falaciosas. Sob este aspecto, a divulgação científica e as estruturas de comunicação institucional podem atuar em posição de destaque.

Relatório preliminar de atividades da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília nos ajuda a dimensionar a demanda por informação e a produção de conteúdo nos últimos meses. O documento mostra que, entre março e setembro de 2020, o portal da UnB publicou 244 matérias e 52 artigos de opinião sobre a pandemia. Nas redes sociais oficiais da Universidade (Twitter, Facebook e Instagram), foram realizadas 853 postagens relacionadas ao assunto. A Assessoria de Imprensa da instituição – setor responsável por mediar as relações entre a UnB, incluindo seus pesquisadores e professores, e os veículos de comunicação

⁶ Até 3 de maio de 2023, fechamento da última versão deste artigo, quase 6,9 milhões de pessoas morreram em todo o mundo em decorrência de complicações causadas pela Covid-19. No Brasil, foram 701 mil vidas perdidas. Cf.: <https://www.trt.net.tr/portuguese/covid19>.

(portais de notícias, rádios, tvs, jornais) – recebeu, no referido período, 5.258 solicitações de entrevistas e/ou esclarecimentos. Apenas em agosto foram 1.290 demandas de imprensa. Números muito acima dos registrados em relatórios de atendimento anteriores à pandemia, nos quais a média mensal girava em torno de 400 a 500 demandas.

Os dados sugerem que a universidade pública protagonizou o debate sobre a Covid-19 e os esforços para enfrentamento da pandemia, juntamente com demais órgãos de pesquisa. No caso da Universidade de Brasília, dividimos o conteúdo produzido e veiculado pela instituição sobre o tema em três grupos: 1) informacional/administrativo; 2) informacional de saúde e 3) pesquisas desenvolvidas. A categoria informacional administrativa abrange os textos relacionados aos informes da administração superior da instituição, bem como seus conselhos e demais setores, que buscavam informar à comunidade acadêmica sobre como seria o andamento dos semestres, formas de ingresso e funcionamento dos serviços da Universidade durante a pandemia, por exemplo. A categoria informacional de saúde reúne as publicações que dizem respeito aos cuidados em relação à doença e às ações da instituição neste sentido. Neste grupo, estão os boletins do Comitê Gestor do Plano de Contingência em Saúde da Covid-19 da UnB, ações como o e-book *Covid-19 - Informação e cuidado para superar a crise*⁷ e a campanha sobre a importância da vacinação, divulgada em redes sociais da instituição⁸. O terceiro foco das publicações é a série de pesquisas e projetos relacionados ao tema. Ao todo, de acordo com dados do Repositório Covid-19 UnB⁹, são 190 iniciativas desenvolvidas pelos profissionais da instituição. Grande parte dessas ações recebeu visibilidade por meio de veiculação de reportagens no portal da Universidade. Entre elas, estão a pesquisa que utiliza o líquido da casca da castanha de caju para o desenvolvimento de estratégias profiláticas e terapêuticas no enfrentamento da Covid-19, realizada pelo Núcleo de Medicina Tropical da UnB¹⁰, e o projeto de criação de um dispositivo para descontaminar máscaras faciais com filtro, viabilizando a reutilização destas, do Instituto de Física e da Faculdade de Tecnologia¹¹. Estas três categorias dialogam com as dimensões informacionais

⁷ A publicação pode ser acessada em <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/39397/1/LIVRO_COVID-19InformacaoCuidado.pdf>.

⁸ Disponível em <https://www.instagram.com/unb_oficial/>.

⁹ As iniciativas estão listadas em <<http://repositoriocovid19.unb.br/>>.

¹⁰ A publicação pode ser acessada em <<http://www.unbciencia.unb.br/biologicas/54-medicina/655-castanha-de-caju-pode-ser-fonte-para-terapia-de-baixo-custo-contracovid-19>>.

¹¹ Mais informações sobre o projeto em <<http://www.unbciencia.unb.br/biologicas/643-projetos-unb-trabalham-em-tecnologias-para-protecao-dos-profissionais-de-saude>>.

e comunicacionais tratadas neste artigo. Da mesma forma, as solicitações dos veículos de comunicação tiveram como foco principal a busca por informações sobre o funcionamento da instituição, esclarecimentos sobre a doença e a vacinação, e também entrevistas com pesquisadores para o aprofundamento das pesquisas.

Um olhar mais analítico para o relato da experiência particular da Universidade de Brasília nos permite inferir algumas constatações de cunho teórico. Para além da gestão de crise e da elaboração de respostas às demandas sociais mais imediatas, é papel da comunicação estratégica pensar em instrumentos, ferramentas, canais e conteúdos de divulgação científica que inovem em produtos, formatos e linguagens e que ampliem a capacidade institucional tanto de abarcar a diversidade e pluralidade das distintas áreas do conhecimento como de alcançar uma efetiva aproximação e engajamento entre a instituição e seus interlocutores – alunos, servidores técnicos, professores, trabalhadores terceirizados, veículos de mídia e comunidade. Uma comunicação criativa, que valorize o conhecimento científico e as chamadas pautas de serviço, voltadas à divulgação e ao esclarecimento de temas de utilidade pública, observando a diversidade e a segmentação de seus públicos.

Entretanto, quando propomos o exercício inverso, observar como as estruturas universitárias lidam com a informação científica¹² e os processos comunicativos institucionais de maneira prática, nota-se que há gargalos. Ao analisar os discursos de pesquisadores vinculados a universidades federais de Minas Gerais, por exemplo, Araújo (2017) identifica que a informação e comunicação científica não são incentivadas em nível institucional, ficando a cargo, muitas vezes, de esforços individuais. A autora aponta ainda para a falta de aporte de editais de fomento de ciência e tecnologia para ações de comunicação; a vinculação da divulgação científica centrada no pilar da extensão na comparação com o ensino e a pesquisa; e o pouco reconhecimento da importância da popularização da ciência pelo viés das estratégias divulgativas. “O que identificamos é que muito se fala em divulgação científica e, frequentemente, há referências nos sites e materiais de divulgação dos órgãos de fomento, mas ela ainda é usada como mero recurso retórico”. (ARAÚJO, 2017, p. 195).

¹² Ressaltamos que a divulgação científica é apenas uma das ações de um planejamento maior, o das políticas de comunicação, a ser desenvolvido nas universidades. O paralelo com a pesquisa de Araújo (2017) é relevante pois as conclusões apontadas pelo estudo, restrito à dimensão da divulgação do conhecimento, podem ser ampliadas como hipóteses para essas dinâmicas mais amplas e integradas de comunicação.

Ampliando a dimensão informacional, Alves (2015) mapeou a gestão da comunicação em 59 universidades federais, das 63 existentes à época de sua pesquisa. A análise de documentos de gestão dessas instituições indicou ausência de políticas de comunicação, bem como de planejamento, além de falta de pessoal e de infraestrutura. “As atividades de comunicação são realizadas sem planejamento, sem análise de situações, internas e externas, que devem influenciar os direcionamentos dos processos de interação com a sociedade”, afirma Alves (2010, p.141). Já Santos (2018) completa que a ausência de políticas de comunicação se estende aos processos relacionados aos setores responsáveis pela Lei de Acesso à Informação (LAI) e pela comunicação nas cinco instituições federais de ensino superior mais bem avaliadas pelo Ministério da Educação. O estudo constata que, nas universidades pesquisadas, a comunicação é compreendida predominantemente sob o viés instrumental/operacional, cujas ações estão vinculadas, com frequência, a questões ligadas diretamente à gestão institucional, ou seja, enfatizando a perspectiva de divulgação administrativa.

Tendo tal cenário em vista, partimos para o terceiro ponto da discussão: como fortalecer a dimensão comunicacional, em suas diferentes vertentes, e integrar processos institucionais, administrativos, científicos e educacionais inerentes às dinâmicas, rotinas e funções sociais das universidades públicas?

3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA E TRANSPARÊNCIA: INTEGRANDO PERSPECTIVAS

Como vimos, as universidades passaram por momentos de forte deslegitimação, mas a pandemia de Covid-19 – bem como outras crises que têm exigido o protagonismo da comunidade científica – dá a elas novamente um papel de destaque. Como a comunicação das universidades pode atender a seu público diversificado, com demandas também diversificadas, nesse momento tão sofrido, mas de estrelato?

Em primeiro lugar, as universidades devem reconhecer a natureza complexa de suas atividades, o que exige uma comunicação cada vez mais plural e diversa. Ainda em março de 2020, os governos de vários estados brasileiros emitiram decretos pela interrupção das aulas presenciais, o que exigiu das universidades uma série de ações, como a preparação para a oferta de disciplinas on-line ou híbridas, com a aquisição de equipamentos, o licenciamento

de aplicativos e softwares, o treinamento de técnicos e docentes e a assistência a uma parcela de seu público que se viu desamparada, por meio da preparação de editais de bolsas, da organização de estruturas de apoio psicológico e social etc. A demanda por esse tipo de informação normativa foi imensa e, em decorrência disso, fez-se necessária uma comunicação administrativa com linguagem clara e precisa, praticamente em fluxo contínuo, que simultaneamente fosse reativa às questões apresentadas pela comunidade, mas também se antecipasse a essas questões. As circunstâncias exigiram que a comunicação administrativa das universidades fosse transparente, ágil e dialógica, profundamente impregnada da necessidade de se reinventar o ensino, agora de forma remota.

Mas muitas decisões definidas pelas normas precisaram ser referendadas nos órgãos colegiados, como é tradição em muitas universidades, amparadas por resoluções e portarias que estimulam o poder coletivo, distribuído por faculdades e institutos respaldados por seus respectivos conselhos. As engrenagens dessas instituições, frequentemente morosas, tiveram de dar respostas ágeis a questões inéditas, em um exercício de comunicação institucional no qual os valores democráticos tiveram de prevalecer, sem entrar em contradição com as normas divulgadas pela comunicação administrativa.

O produto das decisões colegiadas tinha de chegar praticamente em tempo real aos vários órgãos das instituições, e esses órgãos reagiam às decisões com novas questões a serem respondidas e compartilhadas. A comunicação organizacional interna tinha de ser eficiente, bem como o diálogo com outros públicos que não constituem diretamente a universidade, mas não deixam de fazer parte dela, como as famílias dos estudantes e os parlamentares, por meio da utilização de diferentes mídias, inclusive as sociais.

Enquanto isso, a sociedade e a mídia demandavam da universidade o saber científico para orientar, explicar, acalmar e propor soluções, diante da crescente ameaça de morte e, paradoxalmente, do negacionismo que tentava ignorar os fatos mais óbvios. As pesquisas não podiam parar, e tinham que ser desenvolvidas em um modo de produção de conhecimento que considerasse a necessidade de divulgação, de circulação social. Quer dizer que diferentemente da maioria dos estudos que ocorrem sem nenhum interesse midiático, a pandemia transformava em pauta investigações ainda incipientes. A comunicação científica das universidades produzia boletins, releases, *podcasts*, alimentava as mídias sociais, organizava entrevistas, em busca da tradução de uma linguagem cifrada e hermética.

Por fim, a universidade é um ator de prestígio, algumas vezes o de maior reconhecimento (embora haja resistências e tensões) em várias cidades e unidades da federação. Como a universidade se manifesta politicamente em relação a outros atores, e ao papel desempenhado pelo Estado e pelo mercado, nesse momento de mudanças? A comunicação política deve possibilitar que a universidade se coloque, seja ouvida, torne-se uma influenciadora na tomada de decisões do governo, da sociedade e de outras instituições, afirmando o seu protagonismo e o seu local de fala, por meio de notas, artigos da gestão superior, editoriais divulgados em seus meios de comunicação. Mas a comunicação política não pode ignorar que a universidade não é homogênea: sob a superfície pairam diferentes visões de mundo, correntes ideológicas, valores. Uma boa comunicação política permite que a diversidade e o conflito aflorem e sejam representados, e não se esforça para calar todas as contradições.

É importante destacar que o bastião da comunicação das universidades não pertence somente a elas. Seus vários públicos – estudante, docentes, técnicos – também criam e administram as próprias mídias sociais, por meios de perfis no Facebook, Twitter e Instagram, canais no Youtube e até sites com os nomes das universidades. Para quem entra em contato com essas mídias, é muito tênue a diferença entre o que é oficial e o que é oficioso. Como os gestores de comunicação das universidades devem se relacionar com essas práticas? Devem tentar detê-las, estimulá-las, incorporá-las ou observá-las? Diante das muitas comunicações que a universidade produz e abriga, como estabelecer pactos e parcerias para a realização de um trabalho conjunto em um momento de grande crise de saúde pública, política, institucional, econômica e social? É necessário ou dispensável buscar algum ordenamento ou padronização dessas mídias?

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em pesquisa sobre a comunicação nas universidades brasileiras, realizada no fim dos anos 1980, Margarida Kunsch (1992) concluiu: as experiências são muito díspares, mas, de forma geral, não há uma política de comunicação sistematizada, contínua e transparente, que organize, de forma estratégica e integrada, os vários veículos e meios de comunicação, com objetivos compartilhados pela comunidade universitária. Mais de três décadas depois, Alves

e Santos chegam a conclusões semelhantes, ao mostrarem que poucas instituições têm políticas de comunicação e de informação; a dispersão é a regra, não a exceção, e os vários atores que constituem a comunicação nas universidades não atuam em conjunto.

As demandas informacionais e comunicacionais trazidas pela pandemia de Covid-19 estimulam que as universidades reflitam sobre as comunicações realizadas e as comunicações possíveis. Destacamos quatro aspectos que devem vir à tona:

- a) A importância de se construir um diagnóstico sobre a comunicação nas universidades, que indique quem faz, o que faz, como faz e por que faz. Esse diagnóstico deve ser participativo e envolver os vários segmentos da instituição, em busca da identificação das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades. A equipe profissional de comunicação da universidade deve gerenciar o processo e sistematizar os resultados;
- b) Concluído o diagnóstico, é fundamental dar continuidade a outras etapas de uma política de informação e de ação, construída à luz das demandas do tempo presente, em conformidade com os documentos institucionais e profundamente inspirada nos valores e diretrizes de uma comunicação pública, que são, predominantemente, a transparência, o interesse coletivo, a escuta permanente das demandas da sociedade, a capacidade de auto adaptação e autocorreção.
- c) Divulgar as políticas de comunicação e seus frutos, como os planos de ação, nas mídias institucionais e oficiais, bem como nos órgãos e veículos não oficiais, com parcerias com seus criadores;
- d) Educar para a comunicação os diversos públicos da comunidade. Essa educação consiste não somente no treino para a realização de entrevistas e no relacionamento com a mídia, como o *media training*, por exemplo, mas no incentivo a considerar a dimensão comunicacional em todos os projetos e processos desenvolvidos, sejam eles de gestão, pesquisa, ensino ou extensão; na valorização de um clima organizacional aberto ao diálogo e à troca; na transparência na tomada de decisões e na adoção de uma linguagem mais comunicativa para a universidade chegar aonde ela ainda não está, ensinando e aprendendo com os diversos grupos sociais, e colaborando para o letramento científico da população.

REFERÊNCIAS

ALVES, Cristiano Alvarenga. **Gestão da comunicação das Universidades Federais**: mapeamento das ações e omissões. 2015. 161 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2015.

ARAÚJO, Carolina Pires. **Por uma divulgação da ciência**: as políticas públicas e os discursos silenciados. 207 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2017.

CARVALHO, Cristina Helena Almeida de. **Política para a educação superior no governo Lula**: expansão e financiamento. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, São Paulo, v.1, n.58, p 209-244.

DARIN, Ticianne. **O papel essencial da Universidade Pública no combate a Covid-19**. SBC Horizontes. ISSN: 2175-9235. Disponível em: <http://horizontes.sbc.org.br/index.php/2020/05/08/o-papel-essencial-da-universidade-publica-no-combate-ao-covid-19>. Acesso em 5 de out. 2020.

GERALDES, Elen; SOUSA, Janara. **Encontro marcado**: a LAI como política de comunicação nas Organizações públicas. In: Congresso da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação, 12, 2014. Disponível em: <http://congresso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Geraldes-Sousa.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2017.

KUNSCH, Margarida M. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

OBCOMP. **Universidades públicas desenvolvem iniciativas de comunicação para ajudar no combate à pandemia**. Observatório da Comunicação Pública, 2020. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/obcomp/noticias/0/1789/universidades-publicas-desenvolvem-iniciativas-de-comunicacao-para-ajudar-no-combate-a-pandemia>. Acesso em 11 de out. De 2020.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A universidade no século XXI**: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. 2. ed. São Paulo, Cortez, 2005.

SANTOS, Helen Rose Lopes dos. **Lei de Acesso à Informação e Comunicação em universidades federais**: conexões, perspectivas e desafios. 2018. 164 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

SANTOS, Wildson Luiz Pereira dos. Educação científica na perspectiva de letramento como prática social: funções, princípios e desafios. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 36, p. 474-550, dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782007000300007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 31 jan. 2021.

Inform and communicate: challenges of universities before the new coronavirus pandemic

ABSTRACT

In this article, two important challenges for universities are described and analyzed in terms of their role in promoting and fostering scientific dissemination and literacy, especially in crisis situations such as the one caused by the Covid-19 pandemic. Given the scenario of proliferation of false news and sensationalism, the most immediate of these is to inform, that is, to share with society credible information of public interest and utility, based on scientific evidence. For this, it is necessary to make the technical language of science and research more accessible, as well as to use social media strategically. The second challenge is to implement public communication actions and policies in higher education institutions (HEIs) that integrate their different communications (administrative, organizational, institutional, scientific). The article develops in three parts: it is based, according to Boaventura de Sousa Santos (2005), the context of delegitimization of universities, whose ideological fundamentalism identifies in these institutions expensive spaces, of confusion and without return for society; then the informational challenge of scientific literacy is discussed; and, finally, the communicational contours of Brazilian universities and their structural dilemmas are presented.

Keywords:

Public Communication. Communication and University. Communication Policies. Scientific divulgation. Covid-19.

Informar y comunicar: retos de las universidades ante la nueva pandemia del coronavirus

RESUMEN

En este artículo se describen y analizan dos retos importantes para las universidades en cuanto a su papel en la promoción y fomento de la divulgación científica y la alfabetización, especialmente en situaciones de crisis como la provocada por la pandemia Covid-19. Ante el escenario de proliferación de noticias falsas y sensacionalismo, la más inmediata de estas es informar, es decir, compartir con la sociedad información creíble de interés y utilidad pública, basada en evidencias científicas. Para ello, es necesario hacer más accesible el lenguaje técnico de la ciencia y la investigación, así como utilizar las redes sociales de forma estratégica. El segundo desafío es implementar acciones y políticas de comunicación pública en las instituciones de educación superior (IES) que integren sus diferentes comunicaciones (administrativa, organizacional, institucional, científica). El artículo se desarrolla en tres partes: se basa, según Boaventura de Sousa Santos (2005), el contexto de deslegitimación de las universidades, cuyo fundamentalismo ideológico identifica en estas instituciones espacios caros, de confusión y sin retorno para la sociedad; luego se discute el desafío informativo de la alfabetización científica; y, finalmente, se presentan los contornos comunicacionales de las universidades brasileñas y sus dilemas estructurales.

Palabras clave: Comunicación pública. Comunicación y Universidad. Políticas de comunicación. Divulgación científica. COVID-19.

Recebido em: 01/02/2021

Aceito em: 12/04/2022