

O Futuro da Comunicação de Ciência em Portugal

Sumário executivo

Têm sido grandes os avanços na comunicação da ciência e na compreensão pública da ciência em Portugal desde que existe a Ciência Viva - Agência Nacional para a Promoção da Cultura Científica e Tecnológica. No entanto, atendendo ao facto de se terem passado cerca de duas décadas desde o seu estabelecimento, e de estar consolidado o sistema científico e tecnológico português (porém, ainda em busca de convergência com a União Europeia) as necessidades são hoje bem diferentes das do início. **A escala é muito diferente e há bastante experiência adquirida que pode ser útil para perspectivar o futuro, que deve ser também iluminado pela experiência nesta área de países mais desenvolvidos.** Neste quadro, e reconhecendo o enorme mérito da Ciência Viva, parece ser necessário alargar a sua visão e o seu quadro de actuação, sem prejuízo de esta coexistir com outras instituições e iniciativas, de um modo o mais colaborativo possível.

Com base no conhecimento da actual situação da comunicação de ciência em Portugal, foram discutidas as várias questões levantadas pelas comunicações apresentadas, tentando identificar ideias e caminhos de futuro. Os temas discutidos, com identificação das maiores necessidades, assentaram em quatro eixos principais

1. Aproximação da ciência e do conhecimento gerado da sociedade em geral
2. Acréscimo de profissionais de Comunicação de Ciência
3. Financiamento de projectos em Comunicação de Ciência
4. Ferramentas e especialistas para a medição de impacto das iniciativas de Comunicação de Ciência

1. Aproximação da ciência e do conhecimento gerado da sociedade em geral

- **Relevância da divulgação e comunicação de ciência de modo a tornar a actividade científica socialmente sustentável:** existe pouco conhecimento do que se tem passado em todo o país ao longo do tempo. É preciso, por isso, fomentar a difusão desse conhecimento através não só de redes sociais como de repositórios, no quadro da “ciência aberta”, criando, por exemplo, um repositório digital que documente de forma o mais exhaustiva possível as várias actividades que se realizam.
- **Necessidade de levar a ciência a todos, isto é, chegar mais além dos “convertidos”, encontrando formas e meios não convencionais que possam atingir públicos desligados da ciência.** Endereçar públicos, como o conjunto das pessoas que ainda não vão a museus e a centros de

ciência, os habitantes do interior desertificado do país e populações urbanas socialmente isoladas e desinteressadas.

- **Reconhecimento acrescido do papel dos cientistas,** protagonistas maiores dos processos de criação científica, na cadeia de difusão do conhecimento que geram, procurando alargar a sua contribuição. Será preciso dinamizar acções que melhorem a sua formação nesta área. Os cientistas precisam, por exemplo, de saber falar com os media e de usar as redes sociais. A criação de *sites* listando especialistas consultáveis em várias áreas poderia ajudar.
- **Necessidade de estratégias de ultrapassagem de barreiras socio-culturais** típicas da cultura portuguesa, como a que representa o uso generalizado de títulos académicos pelos cientistas, que aumenta a distância entre eles e o público.
- **Necessidade não só de boa coabitação, mas também de trabalho conjunto dos diversos agentes da comunicação da ciência:** cientistas, jornalistas, comunicadores de ciência, educadores, etc.
- **Aumento do entrosamento das ciências que são comunicadas:** as equipas de comunicação serão melhores se forem interdisciplinares
- **Necessidade de maior e melhor exploração das ferramentas digitais** que chegam ao maior número possível de pessoas, como as redes sociais (enfrentando-as no seu próprio terreno de jogo).
- **Melhoria da disseminação da cultura e da ciência nas famílias,** fomentando o acompanhamento destas dos processos educativos formais, uma vez que as escolas só por si não chegam para assegurar a frutificação dos processos de conhecimento. As crianças são muito receptivas à ciência e, quanto mais cedo começarem com actividades de “brincadeira científica,” acompanhadas pelas pessoas de referência, maior será a possibilidade de êxito na tarefa da compreensão pública da ciência.
- **Maior facilidade de acesso à cultura científica,** isto é, ultrapassagem do problema que pode constituir em Portugal, um país economicamente ainda débil e com grandes desigualdades sociais os preços de entrada em museus e centros de ciência.

2. Acréscimo de profissionais de Comunicação de Ciência

- **Identificação e satisfação da necessidade de mais profissionais de Comunicação de Ciência,** inserindo sem ambiguidades essa categoria na questão do emprego científico.
- **Aumento do entrosamento das várias áreas em que divide a Comunicação de Ciência** e dos vários tipos de contribuições de modo a tornar a comunicação de ciência mais rica.
- **Desenvolvimento de técnicas de Comunicação de Ciência,** usando conhecimentos da biomedicina, como as neurociências, e das ciências sociais, como a psicologia e sociologia, para tentar chegar a mais pessoas.

- **Necessidade de aumentar a descentralização de projectos e acções de comunicação de ciência**, o que passa pela sustentação e alargamento da rede de centros Ciência Viva (são precisos critérios claros para existência de centros com essa marca, devidamente financiados de uma forma transparente).

3. Financiamento de projectos em Comunicação de Ciência

- **Necessidade de uma estratégia a médio e longo prazo de difusão da cultura científica, que passe, por exemplo, pelo estabelecimento de uma percentagem para a cultura científica do orçamento total de I&D.** Só uma previsão atempada de apoios pode possibilitar iniciativas continuadas. Actualmente, e descontando alguns projectos europeus, quase não há financiamento de Comunicação de Ciência para além daquele que cada instituição investe nas suas próprias acções.
- **Necessidade de investimento continuado e diversificado das acções de comunicação de ciência** para se conseguir um impacto mais alargado na população portuguesa, identificando melhor as várias faixas de público alvo.
- **Necessidade de aumento da transparência, autonomia e responsabilização** em todos os processos de financiamento e de gestão.
- **Necessidade de concursos de financiamento regulares para Comunicação de Ciência**, tal como há para a investigação científica, separando o que é comunicação de ciência do que é investigação sobre comunicação de ciência, que é um ramo das ciências sociais.
- **Necessidade de financiamento para a Comunicação de Ciência chegar a certas populações:** por exemplo, doentes e respectivas famílias, públicos mais ligados às ciências sociais e humanidades, etc.
- **Necessidade de parcerias com o poder local e com empresas de base científico-técnica, nomeadamente nas áreas da saúde.** O desejável aumento do investimento privado na ciência deve corresponder também ao aumento da comunicação de ciência tendo em vista o interesse público, isto é, que não seja mero *marketing* empresarial.

4. Ferramentas e especialistas para medição de impacto das actividades e iniciativas de comunicação de ciência

- **Necessidade de maior e melhor conhecimento e aplicação de meios e técnicas já desenvolvidos noutros sítios** para avaliar acções de comunicação de ciência e estudar o respectivo impacto. A avaliação deve ser feita por equipas externas a quem é avaliado, evitando processos endogâmicos. A avaliação deve permitir conhecer o grau de satisfação e a amplitude do impacto de modo a melhorar processos.

Estiveram presentes no encontro (por ordem alfabética do 1.º nome)

Ana Delicado

António Granado

António Piedade

Carlos Fiolhais

Helena Mendonça

Joana Lobo Antunes

Júlio Borlido Santos

Pedro Pombo

E mais 50 participantes da comunidade científica, comunicadores de ciência, cientistas e outras pessoas interessadas.

Lisboa, 7 de Janeiro 2018