

CULTURA CIENTÍFICA NA EDUCAÇÃO BÁSICA: O CASO “CIÊNCIA PRA QUÊ?”

SCIENTIFIC CULTURE IN BASIC EDUCATION: THE CASE OF “CIÊNCIA PRA QUÊ?”

CULTURA CIENTÍFICA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA: EL CASO DE “CIÊNCIA PRA QUÊ?”

Patricia Goedert Melo¹
patricia.melo@ufpr.br

Juliana dos Santos Barbosa²
juliana.barbosa@ufpr.br

Regiane Ribeiro³
regianeribeiro@ufpr.br

RESUMO

Neste trabalho analisamos o projeto “Ciência Pra Quê?”, desenvolvido pela Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica da Universidade Federal do Paraná. Com o propósito de fomentar a cultura científica na Educação Básica, a iniciativa se fundamenta nos Fatores de Identificação para gerar participação, reconhecimento, pertencimento e corresponsabilidade na comunidade escolar. Por meio de uma pesquisa-ação, o resultado indica como princípios da comunicação pública e práticas de comunicação aproximativa são propícios para promover o protagonismo dos estudantes e fortalecer a cultura científica na escola.

Palavras-chave: Comunicação pública. Popularização da ciência. Educação Básica.

¹ Professora do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e vice-coordenadora do Viralume – Laboratório de Comunicação Pública da Ciência UFPR.

² Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

³ Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação; coordenadora do Viralume – Laboratório de Comunicação Pública da Ciência UFPR.

ABSTRACT

This article examines the “*Ciência Pra Quê?*” project, developed by the Agência Escola for Public Communication and Science Communication at the Federal University of Paraná. Designed to strengthen scientific culture in Basic Education, the initiative draws on Identification Factors as a conceptual framework to foster participation, recognition, belonging, and shared responsibility within the school community. Conducted through an action research approach, the study demonstrates how principles of public communication combined with approximative communication practices create favorable conditions for promoting student agency and reinforcing scientific culture in school settings.

Key words: Public communication. Science popularization. Basic education.

RESUMEN

Este artículo analiza el proyecto “*Ciência Pra Quê?*”, desarrollado por la Agência Escola de Comunicación Pública y Divulgación Científica de la Universidad Federal de Paraná. Orientada a fortalecer la cultura científica en la Educación Básica, la iniciativa se apoya en los Factores de Identificación como marco conceptual para promover participación, reconocimiento, sentido de pertenencia y corresponsabilidad en la comunidad escolar. A partir de un enfoque de investigación-acción, el estudio evidencia cómo los principios de la comunicación pública, en articulación con prácticas de comunicación aproximativa, generan condiciones favorables para impulsar el protagonismo estudiantil y consolidar la cultura científica en el ámbito escolar.

Palabras clave: Comunicación pública. Popularización de la ciencia. Educación Básica.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de democratizar o acesso à ciência e torná-la parte do repertório cultural da sociedade impulsiona diversas iniciativas de divulgação científica. É nesse contexto que se insere a Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica da Universidade Federal do Paraná (AE UFPR), projeto de extensão e desenvolvimento institucional que, desde 2018, promove diálogo, participação e mobilização de públicos em torno de temas científicos. Um de seus desafios é aproximar a ciência de grupos sociais diversos, como os da Educação Básica, por meio de ações de comunicação aproximativa com estudantes de escolas públicas.

É o caso do “Ciência Pra Quê?”, ação resultante da reformulação de um projeto anterior, o “Pergunte aos Cientistas”, criado em 2020 para estabelecer contato entre sociedade e cientistas durante a pandemia de Covid-19. Idealizado como canal direto entre cientistas e sociedade para combater a desinformação, a ação respondia dúvidas da população sobre saúde pública, transformando essas questões em conteúdos jornalísticos - como vídeos, posts para redes sociais e notícias. Com o tempo, passou a abordar outros temas e, em 2024, foi direcionado à Educação Básica com foco em escolas públicas e com o tema Emergência Climática. A nova fase envolveu atividades presenciais com estudantes, incluindo visita guiada à sede da Agência Escola UFPR, produção de conteúdos midiáticos e roda de conversa com cientistas.

A avaliação da experiência⁴ com o público estudantil revelou a necessidade de pensar novas estratégias comunicativas capazes de fortalecer vínculos e garantir a sustentabilidade das ações no cotidiano escolar. Essa análise, fundamentada em aportes teóricos da comunicação pública (MATOS, 2009; 2011) e da mobilização social (TORO; WERNECK, 1996), deu origem à versão atual, o “Ciência Pra Quê?”, objeto de estudo deste trabalho em que discutimos o papel da comunicação aproximativa em

⁴ A avaliação do projeto, apoiada em Braga, Henriques e Mafra (2013), utilizou categorias de formação de públicos - beneficiados, legitimadores e geradores - e critérios de vínculo: localização espacial, informação, julgamento, ação, continuidade, coesão, corresponsabilidade e participação institucional. Constatou-se que estudantes (beneficiados), professores e cientistas (legitimadores), e a equipe da Agência Escola (geradores) estabeleceram vínculos significativos. Embora os primeiros níveis - como informação e coesão - tenham sido atingidos, os de continuidade e corresponsabilidade ainda eram frágeis. O debate científico pode ser consultado no artigo “Mobilização social e formação de públicos para cultura científica na Educação Básica” (MELO; RIBEIRO, 2026).

diálogo com a comunicação pública na formação de públicos para a ciência e na construção de uma cultura científica, especialmente em escolas públicas.

Utilizando a técnica metodológica da pesquisa-ação (PERUZZO, 2005), analisamos o processo de concepção e a implantação do novo modelo com base nos Fatores de Identificação (BRAGA; SILVA; MAFRA, 2013), especialmente no processo de *naming*⁵, de criação de nova identidade visual (*rebranding*)⁶ e das estratégias de construção de vínculos.

A primeira edição do “Ciência Pra Quê?” foi iniciada em setembro de 2025 e tem como tema “Resíduos Sólidos”. Onze estudantes do Colégio Estadual Teotônio Vilela (Curitiba/PR)⁷, que também são participantes do Clube de Ciência STEAM, com faixa etária média de 16 anos, estão envolvidos na ação.

2 COMUNICAÇÃO APROXIMATIVA COMO DIMENSÃO PRÁTICA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O conceito de comunicação pública é utilizado com significados múltiplos, de acordo com o contexto e país, instaurando-se, nos últimos anos, na compreensão do processo de comunicação entre Estado, Governo e sociedade civil, conforme Brandão (2009). Para a autora, a comunicação pública é identificada em diferentes frentes do conhecimento e de atividade profissional, como comunicação organizacional; comunicação científica; comunicação política; estratégias de comunicação da sociedade civil organizada; comunicação do Estado e/ou governamental. Além disso, Weber (2017) argumenta sobre a complexa definição conceitual, uma vez que o conceito “serve de argumento de interesses a debates políticos, institucionais, econômicos, ideológicos e acadêmicos” (WEBER, 2017, p. 40).

⁵ Processo estratégico e criativo para dar nome a uma marca, projeto, organização, produto ou serviço, com o objetivo de criar uma identidade verbal e que transmita os valores e a essência do que está sendo nomeado.

⁶ Processo estratégico de transformação da identidade de uma marca existente, que vai além da mudança de logotipo, pois envolve a reformulação de valores, missão, tom de voz e posicionamento.

⁷ Localizada no bairro Cidade Industrial de Curitiba (CIC), a escola é atuante na rede de Clubes de Ciências (que integra o Novo Arranjo de Pesquisa e Inovação Paraná Faz Ciência), coordenado pela professora Francine Vila dos Santos. O clube reúne estudantes no contraturno escolar para discutir temas relacionados ao universo científico, com equipes renovadas anualmente.

Contudo, independentemente da lente que a observa, a comunicação pública “se constitui a partir do momento em que o interesse público está em jogo” (WEBER, 2011, p. 105). Ou, como afirma Becker (2017, p. 615), é um processo que visa “à qualificação da democracia a partir da visibilidade e do debate a respeito de temas de interesse público”. É pertinente ainda destacar, como frisa Weber (2017), que essa relação deve ocorrer não apenas no campo teórico, mas também no plano empírico.

É necessário relacionar comunicação pública ao interesse público, tanto do ponto de vista da teoria quanto da *práxis* na perspectiva normativa das políticas públicas de comunicação; na produção de informação das instituições públicas; na comunicação da sociedade e de grupos; na atuação da imprensa e das mídias e até nas estratégias de comunicação das empresas privadas associadas em defesa de algum fragmento de interesse público (WEBER, 2017, p. 40).

Ou seja, ações planejadas e realizadas que promovem o diálogo entre cientistas de universidades públicas e estudantes de escolas da rede pública de ensino, objetivando a transversalidade do conhecimento e a promoção de uma cultura científica que transborde o momento da atividade e alcance outros sujeitos pertencentes à comunidade escolar, compreendem, na *práxis*, o debate de assuntos de “utilidade-relevância pública que contribuem para o exercício individual-coletivo da cidadania” (MATOS, 2011, p. 48).

Associado a esse prisma, compreendemos que a comunicação pública acontece quando se assume a perspectiva cidadã nos processos comunicacionais, “envolvendo temas de interesse coletivo, alterando seu eixo, tradicionalmente centrado no atendimento dos interesses da instituição e de seus gestores” (DUARTE, 2011, p. 126-127). Para que essa equação ocorra, o sujeito entra em cena. Nessa lógica, um dos questionamentos propostos neste artigo diz respeito à necessidade de, além de identificar as possibilidades proporcionadas pela comunicação pública, qualificá-las. Apenas assim será possível compreender se os sujeitos efetivamente fazem parte do processo da comunicação pública ou, então, se a participação social acontece somente no âmbito da ‘promessa’. Ademais, é necessário evitar que seja reduzida a uma visão instrumental ou a um processo meramente transmissivo.

Assim, a comunicação pública não pode se restringir ao fluxo de mensagens institucionais que, hierarquizadas, partem das esferas governamentais para atingir cidadãos que não encontram espaços de interlocução com seus dirigentes. A comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo (MATOS, 2011, p. 44-45).

Mas para que as estratégias de comunicação funcionem, elas requerem modalidades que organizam os sistemas de comunicação pública: publicização, debate público, prestação de contas e de serviços, informação jornalística, mídias públicas, mídias sociais, propaganda e relações públicas. Junto às estratégias e ao sistema de comunicação pública, é válido ainda perceber a efetiva prática das finalidades das instituições públicas (ZÉMOR, 1995), que são: informar (dar conhecimento e prestar contas); ouvir as demandas, expectativas, interrogações e promover debates públicos; assegurar as relações sociais quanto ao sentimento de pertencimento; acompanhar as mudanças comportamentais e da organização social.

Para tanto, uma das dimensões práticas possíveis é o investimento em ações de comunicação dirigida, especialmente na modalidade aproximativa (KUNSCH, 2016) - com menos alcance e mais impacto [inclusive social], bem como o fortalecimento de vínculos entre públicos e a organização, que se materializa, no caso do objeto de estudo aqui apresentado, entre estudantes do Colégio Estadual Teotônio Vilela e a Universidade Federal do Paraná. “A comunicação dirigida propicia maior interação entre pessoas e grupos, pois quanto mais direta for, melhor será o resultado de qualquer comunicação” (VASCONCELOS; OLIVEIRA, 1979 *apud* KUNSCH, 2016, p. 186).

Ao analisar o “Ciência Pra Quê?” com base na articulação entre comunicação pública e comunicação aproximativa, colocamos em perspectiva uma concepção simultaneamente relacional, dialógica, institucional e social da comunicação, orientada pelo interesse público e pela cidadania, aproximando sujeitos e organizações, fortalecendo vínculos e reduzindo distâncias simbólicas. Além disso, todo esse arcabouço teórico considera a cultura científica⁸ no debate.

⁸ Segundo Thompson (1998, p. 174), cultura é um conceito estrutural que agrega os principais componentes da concepção simbólica do mundo: padrão de significados simbólicos que compreende manifestações verbais e visuais em virtude dos quais os indivíduos se comunicam, partilham experiências, vivências e crenças. Tais práticas culturais, na qual as culturas científica e organizacional estão inseridas,

Versar a ciência sob a trajetória da cultura envolve pensar o conhecimento para além dos seus conteúdos. Nesse ínterim, a produção do conhecimento científico está associada às condições históricas, sociais e culturais de uma determinada sociedade. Ao concordarem com esse ponto de vista, alguns teóricos defendem que a cultura científica está inserida em uma dinâmica cultural, seja do ponto de vista da sua produção, da sua difusão entre pares ou na dinâmica social do ensino e da educação e também do ponto de vista de sua divulgação para a sociedade (PORTO, 2011, p. 108).

Nesse sentido, o texto defende que um planejamento estratégico de ações de comunicação e de relacionamento com foco na divulgação e popularização da ciência e implementado com base na comunicação pública e aproximativa, bem como amparado e analisado pelo viés dos Fatores de Identificação, possibilita um processo comunicativo de abertura científica que dialoga com um cidadão ativo que pode assumir a centralidade desse processo e se beneficiar dele.

3 FATORES DE IDENTIFICAÇÃO COMO CONDUÇÃO METODOLÓGICA

Para a análise do objeto, optou-se pela técnica da pesquisa-ação (PERUZZO, 2005, p. 138), a qual implica o engajamento do pesquisador no ambiente investigado e o envolvimento do grupo no processo da pesquisa, que participa da formulação do problema e dos objetivos, além de colaborar no levantamento dos dados e se envolver na discussão dos resultados. A pesquisa-ação também “tem o propósito de contribuir para solucionar alguma dificuldade ou um problema real do grupo pesquisado” e “os resultados – e o próprio processo da pesquisa - reverterem em benefício do grupo, pois servem de subsídios para o encaminhamento de soluções demandadas *in loco*” (PERUZZO, 2005, p. 138).

Já para sistematizar e contextualizar os dados empíricos, foram usados os Fatores de Identificação (BRAGA; SILVA; MAFRA, 2013). De acordo com os autores,

não são experiências passivas, mas um grande número de representações ativas que podem produzir, alterar e modificar significados. O conceito de cultura nesse contexto é complexo, dinâmico, não homogêneo ou passivo. Ou seja, um campo de grandes intervenções expressas por meio do discurso e de representações. Dessa forma, as práticas culturais são analisadas tanto na forma material como simbólica, uma vez que a cultura ocupa um espaço social e econômico na sua criação. A cultura, assim, rompe com a identificação de objeto e implica a noção de ‘prática’ no sentido de atuante na produção de significados, isto é, inclui todas as formas constitutivas de uma formação cultural da vida e das práticas sociais.

são elementos que constituem o referencial simbólico da causa de um projeto que requer participação social. Esses elementos devem ser capazes de gerar reconhecimento, pertencimento e corresponsabilidade nos públicos envolvidos – nesta análise, estudantes e professores do Colégio Estadual Teotônio Vilela e cientistas da UFPR.

Os fatores são organizados em três grupos: (1) Publicização e Coletivização; (2) Litúrgicos; (3) Informação Qualificada. O primeiro se caracteriza pela produção de elementos de identificação que tornam pública a causa do projeto por meio de simbologias que o represente e que deem uniformidade visual, além de gerar uma imagem institucional e materialidade à causa. Os Fatores Litúrgicos dizem respeito ao reconhecimento do ritual, com valores que estimulam engajamento e diálogo entre os sujeitos, com promoção de encontros e experiências coletivas. Já o terceiro conjunto mira na mudança cultural com base em informações qualificadas e de caráter pedagógico e técnico com o objetivo de orientar os atores sociais na atuação de seus cotidianos e campos de conhecimento.

Os Fatores de Identificação atuam como elementos simbólicos, discursivos e relacionais que favorecem a aproximação e o reconhecimento mútuo entre as ações que se pretendem mobilizadoras e os sujeitos envolvidos. Funcionam como pontos de convergência que permitem que os sujeitos se reconheçam nos valores, propósitos e narrativas da organização; sintam-se parte de uma comunidade ou causa; desenvolvam vínculos de confiança e engajamento.

Os autores cruzam essas categorias com o que chamam de dimensões: estética, ética e técnica – presentes de forma interconectada e complementar nos três fatores contextualizados. A estética dialoga com a percepção e produção de valores e símbolos que buscam sensibilizar e, ao mesmo tempo, estabelecem vínculos com os sujeitos. Já a dimensão ética evidencia valores e crenças sociais, determina elos comuns que regem e organizam a convivência. É o horizonte que fornece sentido aos movimentos de participação social e dá forma a um “imaginário convocante”. Por fim, a dimensão técnica significa o como fazer. É nela que os instrumentos de ação são identificados, atingindo “as práticas dos indivíduos, repassando um conhecimento técnico que possa direcionar seus hábitos cotidianos, tendendo assim a promover uma mudança de valores” (BRAGA; SILVA; MAFRA, 2013, p. 91).

As três categorias que organizam os fatores podem ser aplicadas em fases, mas o ideal é que aconteçam concomitantemente em iniciativas que demandam participação social, reconhecimento pela causa e identificação entre os sujeitos que por ela atuam. Sua função é organizar e coordenar as ações. Dito isso, o protocolo metodológico a seguir relaciona os diferentes tipos de Fatores de Identificação às dimensões predominantes em cada etapa.

4 ANÁLISE: “CIÊNCIA PRA QUÊ?”

O “Ciência Pra Quê?” é uma ação direcionada à Educação Básica (Ensino Público), com foco na democratização do acesso à produção de conhecimento e na popularização científica. Leva em conta que construir uma cultura científica implica incorporar o conhecimento científico ao imaginário e às práticas sociais. A ciência é vista aqui como construção social, fruto de relações entre múltiplos atores (LATOUR, 1994; MORIN, 2008). Requer, ainda, a capacidade de avaliar criticamente informações científicas, entender como a ciência funciona e reconhecer seu papel nos diferentes grupos sociais.

Neste tópico, analisamos a transição do projeto para a nova versão, bem como relatamos os primeiros resultados da experiência iniciada em setembro de 2025 no Colégio Estadual Teotônio Vilela. O processo de mudança foi direcionado por um *briefing* elaborado pela coordenação da Agência Escola UFPR, que trazia como principais desafios: fortalecer o protagonismo estudantil, ampliar o impacto da ação desenvolvida na escola e pensar uma identidade visual capaz de criar maior vínculo com o público da Educação Básica.

A partir dessas demandas, a proposta de transição se fundamentou nos Fatores de Identificação. O fator “Publicização e Coletivização” norteou a criação da nova identidade visual e a mudança do nome do projeto; o fator “Litúrgico” orientou a dinâmica da roda de conversa; e o fator “Informação Qualificada” direcionou a proposição de uma ação criada pelos alunos.

Como sujeito ativo do processo, a escola participa de todas as etapas, desde a definição da situação-problema, passando pelo encontro com o cientista e avançando com a criação de um produto comunicativo desenvolvido e divulgado pelos estudantes,

com orientação da Agência Escola UFPR. Ao incorporar essa perspectiva processual, que demanda maior tempo de desenvolvimento, definiu-se que o projeto trabalharia com apenas uma escola por ano, permitindo uma imersão mais profunda.

4.1 Fator Publicização e Coletivização

A transição de “Pergunte aos Cientistas” para “Ciência Pra Quê?” foi baseada no Fator de Identificação “Publicização e Coletivização”. O nome anterior trazia o cientista como protagonista, com linguagem formal, que sugeria hierarquia no saber. Já o novo nome traz a linguagem coloquial e coloca o estudante como sujeito da pergunta, sugerindo autonomia e protagonismo. A substituição da palavra “cientistas” por “ciência” evidencia o conhecimento como objeto de interesse compartilhado. A interrogação inserida no final da frase remete à inquietação e à curiosidade, elementos centrais do processo de produção de conhecimento. A construção textual é provocativa ao questionar a função da ciência na sociedade, evocando a reflexão sobre a conexão entre o conhecimento científico e o cotidiano das pessoas.

O logotipo também foi reformulado, inserindo elementos lúdicos que dialogam com o universo infantojuvenil. A proposta traz elementos visuais que variam de acordo com a temática da edição. Esse conceito de identidade visual adaptável traduz a ideia de que o assunto a ser tratado é definido a partir dos interesses da comunidade escolar. Dessa forma, se o tema envolver, por exemplo, questões relacionadas aos rios, as imagens remeterão a signos hídricos, já se o assunto estiver relacionado à nutrição, serão utilizadas imagens que representem alimentos, e assim por diante. Na edição de 2025, o assunto-eixo foi “Resíduos Sólidos”.

Fica evidente, neste fator, a dimensão estética, uma vez que tanto o novo nome quanto a nova identidade visual mobilizam signos capazes de sensibilizar e fortalecer vínculos com os estudantes. A formalidade presente na linguagem escrita e visual da primeira versão deu lugar ao coloquial e à ludicidade, promovendo uma aproximação com o público infantojuvenil no contexto escolar. A comparação entre a identidade visual do projeto anterior e aquela desenvolvida para o “Ciência Pra Quê?” pode ser observada na Figura 1. Já os elementos visuais elaborados especificamente para a edição de 2025, dedicada ao tema “Resíduos Sólidos”, são apresentados na Figura 2.

Figura 1 – Mudança de nome e identidade visual.



Fonte – Agência Escola UFPR (2025).

Figura 2 – Elementos visuais da edição de 2025 sobre resíduos sólidos.



Fonte – Agência Escola UFPR (2025).

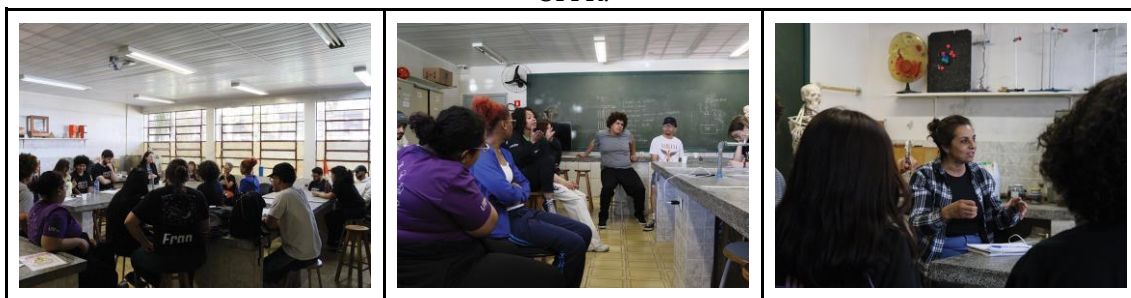
4.2 Fator Litúrgico

O segundo fator, o “Litúrgico”, valoriza o ritual como espaço de engajamento. Nesse sentido, o encontro dos estudantes com os cientistas também passou por modificações. Na primeira edição presencial, ainda com o nome de “Pergunte aos Cientistas”, o evento foi organizado em forma de uma roda em que o cientista ficava ao centro, respondendo aos questionamentos dos estudantes. Embora a roda apresente uma configuração mais democrática do que a disposição de cadeiras enfileiradas, o formato

ainda colocava o pesquisador em um lugar diferente dos demais participantes, sendo entrevistado.

Na nova versão, o cientista⁹ convidado fica na roda, junto com estudantes e professores, todos compartilham o mesmo espaço, reforçando a dialogicidade. Esse formato tangencia a dimensão ética quando busca quebrar a crença social de que o conhecimento está apenas com o cientista. A roda de conversa favorece a troca de saberes, desafiando uma tendência bastante representada socialmente em que cientistas são considerados aqueles que possuem o conhecimento, enquanto o público é situado como carente de informações científicas. A disposição dos participantes na roda de conversa é apresentada na Figura 3¹⁰.

Figura 3 – Roda de conversa com cientistas, estudantes, professora e integrantes da Agência Escola UFPR.



Fonte – Agência Escola UFPR (2025).

4.3 Fator Informação Qualificada

O terceiro fator de identificação envolve mudança cultural com base em conteúdos pedagógicos e técnicos que auxiliem os sujeitos em suas práticas cotidianas. A ideia de “Informação Qualificada” dialoga com a demanda do *briefing* de ampliar o impacto da ação desenvolvida junto ao público infantojuvenil no contexto das escolas públicas. Nesse sentido, na nova dinâmica, foram definidos como momentos iniciais a escuta ativa e o planejamento participativo com estudantes e educadores, promovendo

⁹ Na edição analisada, foram convidadas pela equipe da Agência Escola UFPR para dialogar sobre o tema-chave “Resíduos Sólidos” as cientistas Criselli Montipó, pesquisadora de emergência climática no pós-doutorado do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPR, e Serli Ferreira de Andrade, doutoranda em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná.

¹⁰ Todas as imagens utilizadas neste artigo foram autorizadas pelo Colégio Estadual Teotônio Vilela, pelas cientistas participantes e pelos integrantes da Agência Escola UFPR, mediante termos de autorização de uso de imagem.

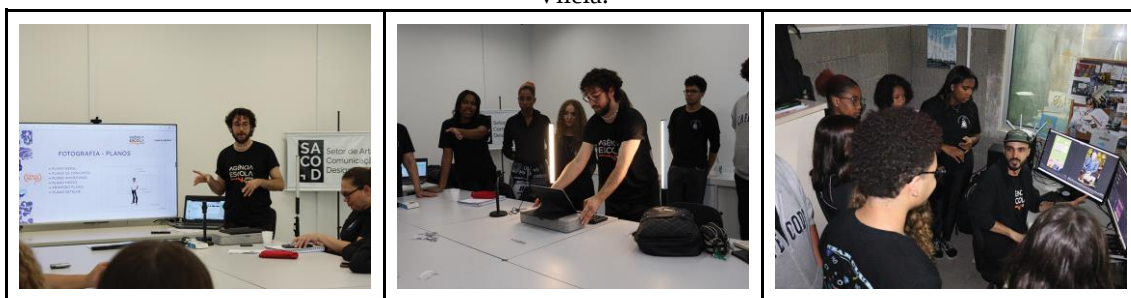
vivências e experiências coletivas ao definir o tema científico a partir das demandas da escola.

Além da escolha do tema, normalmente vinculado a uma situação relevante para a comunidade local, o público envolvido também define uma ação prática de continuidade no ambiente escolar, garantindo que a intervenção ultrapasse o caráter pontual e tenha impacto mais efetivo no cotidiano das pessoas implicadas. No caso aqui analisado, estudantes e cientistas problematizaram durante a roda de conversa a relação entre resíduos sólidos e crise climática, discutindo de que maneira fatores políticos, econômicos e sociais impactam esse contexto.

Após a comunidade escolar definir como propagará o conhecimento científico produzido no encontro com o cientista, a Agência Escola UFPR oferece uma oficina para preparar os estudantes nessa produção. Na edição de 2025, após um debate que partiu de questões globais e avançou para situações mais próximas da realidade local, o processo culminou na identificação da necessidade de produzir um material audiovisual voltado para a comunidade local, com informações sobre a geração e destinação do lixo.

A oficina foi planejada em etapas, envolvendo aspectos conceituais e práticos. A primeira consistiu na visita dos estudantes à sede da Agência (campus Juvevê da UFPR). Os estudantes tiveram acesso a conhecimentos básicos sobre as fases da produção de um vídeo e os recursos necessários. Nessa etapa, o projeto tangencia a dimensão técnica dos fatores de identificação (BRAGA; SILVA; MAFRA, 2013), englobando uma formação prática voltada para os canais de comunicação selecionados. Alguns momentos da oficina de produção e edição audiovisual realizada com os estudantes são apresentados na Figura 4.

Figura 4 – Oficina de produção e edição audiovisual com estudantes do Colégio Estadual Teotônio Vilela.



Fonte – Agência Escola UFPR (2025).

A linguagem empregada nas diferentes etapas do “Ciência Pra Quê?” também integra o *corpus* de análise do Fator “Informação Qualificada” em sintonia com as dimensões estética, ética e técnica. Essa preocupação está presente desde a concepção do novo nome, do tom de voz e dos materiais de divulgação até a escolha das expressões utilizadas na roda de conversa e na oficina. A mesma perspectiva orienta a coprodução da narrativa, do formato e da estética do material audiovisual. Ao considerar as práticas cotidianas do público infantojuvenil, o processo favorece sua aproximação com a ciência e contribui para o fortalecimento da cultura científica no espaço escolar.

5 CONSIDERAÇÕES

A experiência do “Ciência Pra Quê?” revela que democratizar o acesso ao conhecimento científico de forma efetiva exige um propósito alinhado com os princípios conceituais da comunicação pública e com práticas estrategicamente planejadas de mobilização dos públicos.

Desde sua criação, em 2020 [ainda sob o nome “Pergunte aos Cientistas”], a ação desenvolvida pela Agência Escola UFPR teve como cerne a popularização da ciência e, ao colocar pesquisadores a serviço da sociedade durante a pandemia da Covid-19, o projeto já buscava mostrar a importância da compreensão do processo e dos resultados científicos como questões de interesse público.

Durante os três primeiros anos, a iniciativa aproximou cientistas da população principalmente por meio de plataformas digitais, com mais de trinta edições realizadas sobre diferentes temas: vacina contra a Covid-19; uso de máscara; varíola dos macacos; política e democracia; desastres ambientais etc. A partir da avaliação dos resultados e de algumas reflexões, uma série de mudanças foi implementada, resultando no projeto atual e analisado neste artigo: “Ciência Pra Quê?”.

O monitoramento da edição realizada no Colégio Estadual Teotônio Vilela já permite apontamentos. Ao colocar as redes sociais em segundo plano, a iniciativa alcançou um número menor de pessoas, mas as interações presenciais produziram formas mais intensas de envolvimento entre os participantes. Um dos aspectos

observados foi o alto grau de envolvimento dos alunos, que na roda de conversa demonstraram bastante interesse e curiosidade. A estratégia de colocar os estudantes como comunicadores se mostrou bem-sucedida, pois no encontro com as cientistas, eles não permaneceram em posição passiva, ao contrário, buscaram subsídios para ampliar o repertório e produzir um material de qualidade.

Vale ainda dizer que o formato da roda de conversa foi marcado por interações construtivas, fortalecendo o sentido de aproximação e horizontalização do diálogo entre ciência e comunidade. Ou seja, a dinâmica criada propiciou uma corresponsabilidade geradora de comprometimento, organizou uma convivência baseada em uma lógica de trocas e produção coletiva.

Esse envolvimento também foi observado nas oficinas de produção audiovisual, quando foram definidos o conceito, a linguagem, o formato e outros elementos do vídeo. Essa etapa consolidou a proposta do protagonismo estudantil e do processo formativo. Na experiência vivenciada, os estudantes se posicionaram como comunicadores da ciência e, de maneira ativa e criativa, buscaram informações científicas sobre resíduos sólidos e crise climática, procuraram entender a realidade da comunidade local e demonstraram interesse em aprender como planejar e executar o produto comunicacional na oficina oferecida pela Agência Escola UFPR.

Da escolha do tema à atividade produtiva, foi central a decisão de fazer algo com os sujeitos da ação, e não para eles – o que se alinha à ideia do cidadão ativo na perspectiva cidadã da comunicação pública associada, especialmente, à comunicação aproximativa.

O estudo sobre o processo de transição do “Pergunte aos Cientistas” para o “Ciência Pra Quê?”, com base nos Fatores de Identificação, mostra avanços na aproximação entre ciência e sociedade por meio da comunicação pública. Também permite compreender a iniciativa como um espaço em potencial para a construção de sentidos compartilhados, sentimento de pertencimento e de confiança entre os sujeitos. A formação de públicos para ciência, conforme demonstrado, é um processo dinâmico e relacional, no qual a comunicação tem papel central.

Por fim, a experiência observada tem capacidade de oferecer subsídios teóricos e metodológicos para outras pesquisas que tenham como objetivo analisar a relação da

cultura científica com espaços sociais como a escola, considerados como campos propícios para o pensamento crítico, a curiosidade e a cidadania. O protocolo aplicado também pode servir de base para outras pesquisas-ação vinculadas a projetos de mobilização social orientados pelo interesse público.

REFERÊNCIAS

BECKER, Camila Lângaro. Cidades, cidadãos e governo: estratégias híbridas do jornal Porto Alegre Agora. In: WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos (org.). **Comunicação Pública: práticas e pesquisa**. Florianópolis, Editora Insular, 2017, p. 613-634.

BRAGA, Clara; SILVA, Daniele Brandão; MAFRA, Rennan. Fatores de Identificação em Projetos de Mobilização Social. In: HENRIQUES, Márcio S. (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013, p. 59-100.

BRAGA, Clara; HENRIQUES, Márcio Simeone; MAFRA, Rennan. O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade. In: HENRIQUES, Márcio S. (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013, p. 33-58.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009, p. 1-33.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. p.121-134.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2016.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública: um olhar estratégico**. São Paulo: Summus, 2009.

MATOS, Heloiza. A comunicação pública na perspectiva da teoria. In: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. p. 39-60.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. 12. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

PERUZZO, Cecilia. Observação Participante e pesquisa-ação. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005, p. 125-145.

PORTO, Cristiane de Magalhães. Um olhar sobre a definição de cultura e de cultura científica. In: PORTO, Cristiane de Magalhães; BROTAS, Antonio Marcos Pereira; BORTOLIERO, Simone Terezinha (org.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 93-122.

MELO, P. G.; RIBEIRO, R. Mobilização social e formação de públicos para cultura científica na Educação Básica. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 24, n. 49, 2026, p. 146-159. Disponível em:
<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1294>.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TORO, A. José Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente; Recursos Hídricos e Amazônia Legal; Secretaria de Recursos Hídricos; Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior (ABEAS), UNICEF, 1996.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (org.). **Comunicação Pública e Política: pesquisa e prática**. Florianópolis: Editora Insular, 2017. p. 23-56.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011, p.101-119.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. Paris: PUF, 1995.

Original recebido em: 30 de novembro de 2025

Aceito para publicação em: 30 de junho de 2026

Patricia Goedert Melo

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Professora no curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR e vice-coordenadora do Viralume – Laboratório de Comunicação Pública da Ciência com foco em formação, produção e circulação de conteúdos de divulgação científica.

Juliane Barbosa dos Santos

Doutora em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) com pesquisas sobre as culturas do samba e do carnaval. Bacharel em Relações Públicas e especialista em Comunicação Organizacional. Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Integrante do projeto de extensão Museu de Territórios Afroparanaenses da UFPR e da Associação Brasileira de Pesquisadores Negros.

Regiane Ribeiro

Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-SP). Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas. Professora do Departamento de Comunicação da UFPR e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Coordena o Viralume – Laboratório de Comunicação Pública da Ciência com foco em formação, produção e circulação de conteúdos de divulgação científica.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional