

I Encontro Ibérico de Comunicação e Jornalismo de Ciência | Aveiro, 29 maio 2019

A Rede SciComPT e a Associação Espanhola de Comunicação Científica promoveram o I Encontro Ibérico de Comunicação e Jornalismo de Ciência, que teve lugar no dia 29 de maio de 2019 na Fábrica Centro de Ciência Viva de Aveiro.



Tema: Comunicação de Ciência e Inclusão

Resumo

Repetimos com frequência que a ciência é para todos e discutimos sobre as melhores formas de chegar a públicos de várias idades. Mas para ser para todos não chega dizê-lo, é preciso que o outro queira e sinta que aquele espaço também é seu, que se pode apropriar do lugar, dos conteúdos, sentir-se próximo da acção e dos protagonistas.

Quando se quer ter impacto, são mais importantes os grandes números ou os públicos menos evidentes? O que significa termos impacto no mundo? Estamos mesmo a ser para todos e todas?

Durante o I Encontro Ibérico de Comunicação e Jornalismo de Ciência queremos discutir o tema da inclusão na Comunicação de Ciência e o papel da Comunicação e do Jornalismo de Ciência na construção de uma sociedade mais inclusiva.

Grupos de Trabalho

Foram definidas três áreas de debate e formados três grupos de trabalho, com especialistas de Portugal e Espanha.

I. Jornalismo de Ciência	PT	Vera Novais	Jornalista de ciência	Observador
		Teresa Firmino	Jornalista e Editora de Ciência	Jornal Público
	ES	Michele Catanzaro	Periodista freelance	El Periódico / Nature Group
		Manuel Vicente	Director Efervescencia	RTVG
II. Museus e Projectos Inclusivos	PT	Pedro Pombo	Director	Fábrica Centro Ciência Viva / Universidade de Aveiro
		Pedro Russo	Coordenador	Plataforma de Ciência Aberta / Universidade de Leiden
	ES	Marcos Pérez	Director	Museos Científicos Coruñeses
		Javier Armentia	Director	Planetario de Pamplona
III. Gabinetes de Comunicação e Unidades de Cultura Científica	PT	Joana Barros	Coordenadora	Associação Viver a Ciência
		Júlio Borlido Santos	Communication Unit Team Coordinator	i3S / Univ do Porto
	ES	Elena Lázaro	Coordenadora	UCC Universidad de Córdoba / Red Divulga-Crue
		Vanessa Pombo	Comunicación Científica y Redes Sociales	Instituto Nacional de Investigaciones Oncológicas, Madrid

Cada um dos grupos refletiu sobre os seus pontos fortes, debilidades e desafios para o futuro. As conclusões foram apresentadas ao 7.º Congresso da Rede SciComPT no dia 30 de maio de 2019, na Universidade de Aveiro.

Conclusões

I. Jornalismo de Ciência

Premissa

Se queremos que o jornalismo de ciência seja sustentável temos de fugir da informação redundante, superficial e enviesada, e apostar pela qualidade, os temas próprios, a priorização e a inovação.

Pontos Fortes

- a) Há experiências de qualidade (bom jornalismo, jornalismo inovador, jornalismo narrativo) que podem servir de exemplo;
- b) Não é verdade que os leitores não estejam interessados em ciência de qualidade.

Debilidades

- a) Precariedade generalizada no trabalho, falta de tempo, poucos jornalistas especializados, escasso pagamento a *freelancers*, pouca valorização do trabalho dos jornalistas especializados por parte das direcções (o que agrava os problemas enumerados anteriormente);
- b) Não conhecemos bem quem são os jornalistas de ciência e não conhecemos bem que é o nosso público.

Desafios

- a) Procurar e conseguir os dados sobre quem são os jornalistas de ciência e quem é o nosso público;
- b) Fomentar a cooperação entre os jornalistas especializados em ciência e de outras secções e a cooperação transfronteiriça;
- c) Constatamos um atraso da comunicação institucional em Portugal, enquanto que em Espanha está mais avançada, embora apresente alguns problemas de excessiva vontade de controlar a mensagem. Pensamos que a experiência espanhola pode ser útil para o crescimento do sector em Portugal.
- d) Portugal tem uma divisão muito clara entre jornalismo e comunicação institucional que poderia ser útil como modelo para Espanha;
- e) Seria interessante estudar os modelos de negócio dos meios inovadores que são sustentáveis economicamente e ver se poderiam ser aplicáveis ao jornalismo de ciência;
- f) É importante mobilizar fundações e organizações filantrópicas para que financiem de forma desinteressada o jornalismo de qualidade, através de bolsas, prémios ou outras formas de mecenato que não interfiram com o trabalho jornalístico.

II. Museus e Projetos Inclusivos

Ciência: Aberta à Sociedade

A Comunicação de Ciência é um motor para o desenvolvimento societal: através de processos inclusivos, colaborativos, envolvendo e capacitando comunidades para resolver os desafios locais, ligando a Ciência e Tecnologia a diferentes actores da sociedade para um desenvolvimento e bem-estar comum.

Em 2050 o público dos Museus e Programas Públicos de Ciência na Península ibérica é representativo da sociedade ibéricas na sua diversidade cultural, social, económica, género, identidade sexual, deficiências, etc.

Os Museus e programas desenvolvem os seus conteúdos e actividades de uma forma colaborativa e tendo em consideração inclusão e diversidade.

Inclusão: cultural, diversidade de género e identidade sexual, grupo sócio-económico, geográfica, deficiências/ diversidade funcional, idosos.

Pontos fortes

- a) Museus são espaços de ócio / expectativas não muito altas;
- b) Público tolerante com os conteúdos;
- c) Conteúdos podem ser atualizados rapidamente;
- d) São espaços para cientistas contarem histórias;
- e) Estão muitas vezes aliados a centros de investigação;
- f) São mais flexíveis do que Universidades / Centros quanto a formas de comunicação de ciência;
- g) Estão mais próximos da sociedade e dos meios de comunicação;
- h) Museus de Ciência (mais facilmente do que Museus de Arte) podem ter atividades nas comunidades.

Debilidades

- a) Debilidades económicas e dificuldades de financiamento;
- b) Renovação de conteúdos / programas;
- c) Equipa (difícil renovação / tipo de contrato);
- d) Carreiras profissionais na comunicação de ciência;
- e) Falta de inovação social e de abordagens por parte dos museus.

Desafios

- a) Aberto à comunidade: Como criar conteúdos e programas com comunidades?;
- b) Financiamento (a questão de inclusão pode ajudar a financiar programa);
- c) Potencial do tema da inclusão;
- d) Encontrar e trabalhar com os contactos das comunidades;
- e) Procurar intermediários;
- f) Profissionais em comunicação com as comunidades em questão (E.g.: Redes sociais e jovens);
- g) Como ser inclusivo com movimentos que podem estar contra com princípios básicos de ética em ciência;
- h) Co-criação com comunidades é importante (se não essencial) no desenvolvimento de projectos e comunidades;
- i) Qual é a prioridade? Como escolher as causas sociais?;
- j) Estudo dos públicos.

III. Gabinetes de Comunicação e Unidades de Cultura Científica

Na mesa de debate estiveram estruturas diferentes com modelos/missões diferentes: associação privada de promoção da ciência e da cultura científica; duas unidades de comunicação em institutos de investigação, cujas missões que incluem ou não promoção de cultura científica; um gabinete de cultura científica de uma universidade; uma rede de comunicação de ciência debaixo de um conselho de reitores/reitorias.

A maioria interage com media e social media com os seguintes objectivos:

- i) reputação científica;
- ii) difusão de conhecimento;
- iii) branding;
- iv) promoção da cultura científica.

Apesar de objectivos equivalentes, as mensagens são trabalhadas para serem adequadas às ferramentas (ex., tipo de social media; públicos que atingem). Outras ações para públicos específicos estão restritas a ações específicas, incluídas na responsabilidade social das instituições.

Pontos fortes

- a) A profissionalização dos agentes envolvidos;
- b) A valorização da comunicação de ciência (apontado em todas as alíneas), refletida na existência destas unidades e profissionais;
- c) Liberdade nas formas de ação de envolvimento, linguagem, de ação;
- d) Capacidade de inovação;
- e) Acesso às fontes de produção de conhecimento científico.

Debilidades

- a) Financiamento específico para a área, limitando o reforço (mesmo que temporário) de equipas e os recursos para a implementação/execução de projetos/ações específicas de qualidade;
- b) Falta de estudos/dados que: permitam consolidar “boas práticas” exportáveis ou adaptáveis; caracterizar públicos nos contextos específicos, incluindo a segmentação de públicos locais/regionais, identificação de minorias ou públicos ainda não incluídos;
- c) A valorização de comunicação de ciência, em resultado da falta de financiamento específico, a falta de reconhecimento da participação de investigadores na valorização da sua carreira; há evolução neste aspecto, demonstrado por documento espanhol referido na alínea seguinte.

Desafios

- a) Impulsionar o da participação de investigadores na valorização da suas carreiras (ver documento “guía de valoración de la actividad de divulgación científica del personal académico e investigador” da Red Divulga);
- b) Trabalhar em rede para partilha de “boas práticas”, ex. abordagens e metodologias adaptáveis e transferíveis para contextos próximos ou equivalentes;
- c) Estudos de públicos e de representatividade, quer em atividades de comunicação de ciência, quer no ecossistema científico;
- d) Em suma, o desafio é a **inclusão**.