

---

## PERCEPÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA E UNIVERSIDADES: processos de desinformação e legitimação junto à opinião pública <sup>1</sup>

## PUBLIC PERCEPTION OF SCIENCE AND UNIVERSITIES: disinformation and legitimation processes with public opinion

Laís Campos Moser<sup>2</sup>  
Michelle Dias<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente artigo busca refletir sobre a percepção pública da ciência e das universidades no contexto da comunicação na era digital, considerando o cenário das novas formas de comunicação, interação e participação que se fazem presentes no debate público, em meio a uma sociedade impactada por processos de desinformação. Não é mais possível pensar em uma única Opinião Pública, mas sim, em opiniões públicas, como aponta o analista do discurso Patrick Charaudeau. Neste contexto, as universidades públicas têm ocupado espaço significativo na opinião pública, em diferentes momentos. Em 2019 precisam reforçar sua legitimidade diante de questionamentos e cortes de recursos por parte do Governo Federal; em 2020 evidencia-se sua importância no contexto da pandemia de Covid-19.

**Palavras-Chave:** Percepção Pública da Ciência. Universidades. Opinião Pública.

**Abstract:** This article seeks to reflect on the public perception of science and universities in the context of communication in the digital age, considering the scenario of new forms of communication, interaction and participation that are present in the public debate, amidst a society impacted by processes of misinformation. It is no longer possible to think of a single Public Opinion, but rather of public opinions, as pointed out by speech analyst Patrick Charaudeau. In this context, public universities have occupied a significant space in public opinion, at different times. In 2019, they need to reinforce their legitimacy in the face of questioning and cuts in resources by the Federal Government; in 2020 its importance in the context of the Covid-19 pandemic becomes evident.

**Keywords:** Public Perception of Science. University. Public opinion.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação Pública e Institucional da 9ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9ª COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 de maio de 2021.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da ECA/USP e jornalista na Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). E-mail: laismoser@usp.br

<sup>3</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, jornalista na Diretoria de Comunicação da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc). E-mail: mi\_dias@usp.br

---

## 1. Introdução

O tema escolhido para reflexão neste artigo tem como norte a relação entre opinião pública, percepção pública da ciência e universidades públicas brasileiras no contexto da comunicação na era digital. Pensar essas questões faz-se cada vez mais fundamental num momento em que a sociedade é impactada pela atuação dos algoritmos e permeada por novas formas de comunicação, interação e participação no debate público.

Por integrarem a sociedade, as universidades - assim como as demais instituições e organizações - afetam e são afetadas pela ambiência digital, pelo comportamento da rede e pela opinião pública que emerge deste cenário, num movimento de mão dupla. Por isso, entender melhor esse contexto e as dinâmicas que surgem do mesmo são importantes não apenas para reflexão, mas para a ação e para a tomada de decisões.

Nesse sentido, frente ao cenário global de pandemia causada pelo vírus da Covid-19, vemos as universidades entre as instituições centrais no debate público, seja pelas pesquisas relacionadas ao tema, seja por seus pesquisadores enquanto fonte de notícias, seja pela expertise nas diversas áreas do conhecimento a auxiliar o poder público nesse grave momento de crise. Como partícipes da sociedade, as universidades moldam e são moldadas pelas questões imbricadas ao contexto digital, como comentado anteriormente.

## 2. A comunicação na era digital

Tendo em vista que, na atualidade, a prática da comunicação ocorre em um meio predominantemente digitalizado, Elizabeth Saad Corrêa (2020, p. 34) afirma: “A comunicação contemporânea é ‘ampla E digital’, que atua num cenário sociotécnico

fluido e movente, insere-se num espectro pautado por disrupções no qual as tecnologias digitais predominam [...]”. Sobre esse contexto, a autora também pontua:

[...] apoiamos nossas experiências num cenário de comunicação na sociedade digitalizada. Porque falamos de um ponto de vista sustentado por 30 anos de World Wide Web e, no dizer de seu criador Tim Berners Lee, da mesma forma que a web se tornou a ágora coletiva e uma sucessão de fontes para estudo, design, comércio, medicina, e acessibilidade geral, ela também se tornou um espaço para o surgimento de oposições, desinformação, geração de discursos contraditórios e de ódio, criminalidade. (SAAD CORRÊA, 2020, p. 32 e 33).

O cenário que nos apresenta é, então, pautado por crescentes processos mundiais de desinformação e propagação de *fake news* e, com isso, a sociedade e a opinião pública são fortemente impactadas. Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) conceituam o termo “desordem informativa” (*information disorder*), abarcando três tipos de informação: as informações incorretas, processos de desinformação e má-informação:

Informações incorretas ocorrem quando informações falsas são compartilhadas, mas sem intenção de causar danos. Desinformação ocorre quando informações falsas são deliberadamente compartilhadas para causar danos. Má-informação é quando informações genuínas são compartilhadas para causar danos, muitas vezes por transferir informações destinadas a permanecer privadas na esfera pública. (WARDLE, HOSSEIN, 2017, p. 5)<sup>4</sup>.

Dias e Ikeda (2020, p. 4) afirmam que para o filósofo e sociólogo Pierre Lévy (2017), “as mídias digitais proporcionam, além do alargamento da liberdade de expressão, um alargamento da liberdade de escuta”. As autoras (ibidem, p. 4) acrescentam: “O autor ressalta que, considerando o *médium digital*<sup>5</sup> como um ecossistema, é obrigatório distinguir as noções de fonte e de mídia. Segundo ele, no cenário das mídias unidirecionais, as duas noções eram quase equivalentes”. O autor pontua:

[...] um jornal ou uma emissora de televisão representavam *simultaneamente* um canal de comunicação e uma fonte de informação. Evidentemente, isso

<sup>4</sup> Tradução nossa

<sup>5</sup> O autor optou por utilizar a palavra médium.

já não é verdadeiro para o *médium digital* em geral ou para as diversas mídias sociais em particular. [...] Nem o Twitter (ou qualquer outra mídia social em particular) nem o *médium digital* são fontes. São canais por intermédio dos quais podemos nos conectar às fontes de nossa escolha. As fontes, por outro lado, são indivíduos ou instituições (públicas, científicas, agências de difusão de notícias, coletivos publicando em blogs de opinião etc.) em que os internautas são chamados a depositar *ou não* a sua confiança, e que podem se expressar por um grande número de canais (LÉVY, 2017, p. 32 – grifos do autor).

Neste sentido, ainda conforme o autor, “A participação ativa e responsável na esfera pública do século XXI é mais *complexa* e necessita de *competências mais refinadas* do que a participação na antiga esfera pública modelada pelas mídias unidirecionais” (LÉVY, 2017, p. 32 – grifos do autor).

André Lemos (2009), cita o ciberespaço como uma nova esfera pública, em uma realidade digital até então marcada por blogs, microblogs, wikis, listas de discussão, conforme comentado pelo autor no trecho a seguir. Acredita-se que esse processo tenha se amplificado ainda mais na atualidade, diante do *boom* das mídias sociais, dos aplicativos e das novas plataformas digitais.

Hoje, com as mídias de função pós-massiva, a conversa se dá na própria ação midiática, nos espaços eletrônicos do ciberespaço (blogs, microblogs, wikis, listas de discussão...) onde consumo, produção e distribuição de informação potencializam as conversações e a troca de opiniões. O ciberespaço se aproxima mais de uma praça pública do que de um espaço televisivo. [...] Pode-se assim, como hipótese, pensar no ciberespaço como uma nova esfera pública de conversação onde o “mundo da vida” amplia o capital social, recriando formas comunitárias, identitárias (público), ampliando a participação política. (LEMOS, 2009, p. 16 e 17).

### 3. Opinião pública no contexto digital

“Uma opinião é um julgamento pessoal ou coletivo que um indivíduo faz sobre os seres ou os acontecimentos do mundo quanto ao seu valor, o que leva-o a tomar posição. Uma opinião não deve, pois, ser confundida com um saber sobre o mundo”, pontua Patrick Charaudeau (2020, p. 33). Segundo o analista do discurso, a opinião não se configura como um conhecimento, mas sim como um ponto de vista sobre um saber. Dessa forma, ela “não enuncia uma verdade sobre o mundo, mas um ponto de

vista sobre as verdades do mundo”, pertencendo à subjetividade daquele que fala. “A opinião é, pois, uma crença” (CHARAUDEAU, 2020, p. 33).

Conforme Charadeau (2020, p. 34), “os saberes do conhecimento tendem a estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo. Uma verdade que existe fora da subjetividade do sujeito”.

Essa verdade coloca a existência dos fatos do mundo e sua explicação de maneira objetiva. É enunciada sob a forma de uma afirmação que subentende ‘isso é verdade’, dita por um sujeito que se quer neutro, sem julgamento, despido de toda a subjetividade. Trata-se de um enunciador impessoal, sem responsabilidade, repetidor de outra voz que se pode chamar de ‘a ciência’ ou ‘a ordem das coisas’, cuja garantia é a possibilidade, para qualquer outro sujeito, de *verificar* a veracidade das afirmações feitas e, portanto, do saber. [...] Trata-se da ordem do *provado* (Idem, 2020, p. 34 - grifos do autor).

Ainda segundo Charaudeau (2020, p. 35), “no momento da enunciação, não há palavra coletiva”, mas somente uma pessoa a enunciar uma palavra que lhe é própria. Assim, para o autor apenas existe palavra individual, “mas ao mesmo tempo, ao defender sua crença, o indivíduo pretende que esta seja partilhada pelos outros”.

É isso que faz com que a opinião se expresse sob o modo de um enunciado ‘verdadeiro’, portador de um ponto de vista geral, de uma crença supostamente comum. [...] Os julgamentos que fazemos sobre o mundo e as opiniões que acreditamos serem individuais fundem-se nas do grupo, tornando-se mais globais. (Ibidem, p. 36).

Charaudeau (2020, p. 37) alerta que “é por meio da opinião pública que se constrói um saber coletivo de crença a respeito dos interesses da vida em sociedade e de seu ordenamento político”. Contudo, pontua que, “longe de ser homogênea, ela é fragmentada pela diversidade dos grupos sociais que a compõem” (Ibidem, p. 37), o que se leva a dizer que se deveria falar de “opiniões”, no plural. O autor comenta que em face da diversidade dos grupos sociais, as opiniões são diversas, “mas as instâncias do mundo político e midiático dedicam-se a homogeneizá-las através de pesquisas estatísticas, de comentários, de declarações peremptórias (“o povo está cansado dessa situação”), para melhor apropriar-se delas” (Ibidem, p. 37).

Fernanda Bruno alerta para a economia psíquica dos algoritmos (BRUNO, 2018, apud BRUNO; BENTES; FALTAY, 2019), na qual

designamos o investimento contemporâneo – tecnocientífico, econômico e social – em processos algorítmicos de captura, análise e utilização de informações psíquicas e emocionais extraídas de nossos dados e ações em plataformas digitais (redes sociais, aplicativos, serviços de streaming, plataformas de compartilhamento e/ou consumo de conteúdo audiovisual etc.). As informações que interessam ao veloz capitalismo de dados não são mais apenas os rastros de nossas ações e interações (cliques, curtidas, compartilhamentos, visualizações, postagens), mas também sua 'tonalidade' psíquica e emocional. É esta economia psíquica e afetiva que alimenta as atuais estratégias de previsão e indução de comportamentos nas plataformas digitais (e eventualmente fora delas). (BRUNO; BENTES; FALTAY, 2019, p. 5).

Portanto, esse cenário complexo que se configura nos tempos atuais impacta diretamente os indivíduos, as organizações, a sociedade como um todo e a opinião pública. No caso específico desse trabalho, nos interessa investigar as manifestações do campo da percepção pública da ciência e das universidades públicas.

#### **4. Percepção pública da ciência**

O Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) e o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), organização social supervisionada pelo MCTI, realizaram em 2019 a quinta edição da pesquisa de “Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil”. O site da iniciativa informa:

Conhecer e entender como a sociedade pensa e consome temas relacionados à C&T tornou-se fator de grande importância não apenas para pesquisadores. Cada vez mais, a ciência e a tecnologia fazem parte de importantes debates políticos e sociais, como mecanismos que auxiliam e aceleram o desenvolvimento sustentável do Brasil. A pesquisa surgiu da necessidade de mapear a percepção pública e levantar dados atualizados a respeito do interesse, do grau de informação, de atitudes e conhecimento relacionados à C&T no Brasil. Com base nos resultados obtidos, é possível aprimorar ações de popularização científica e de educação em ciências, assim como contribuir com a formulação de políticas públicas voltadas para essa temática. (CGEE, 2019a).

A pesquisa traz alguns dados interessantes que podem ser analisados à luz do tema proposto neste artigo. Entre os entrevistados, 62% mostram-se interessados ou muito interessados, em algum assunto relacionado à Ciência e Tecnologia

(CGEE, 2019b). Apesar desse índice, a pesquisa demonstra que é pouco o conhecimento dos brasileiros em relação a uma instituição de pesquisa, ou a um cientista específico:

Nos principais meios de comunicação, o consumo de informação sobre C&T caiu. Não por acaso, poucos entrevistados souberam citar o nome de um cientista ou instituição de ciências. Os resultados apontam que 90% dos brasileiros não se lembram ou não sabem apontar um cientista do país; e 88% não se lembram ou não sabem indicar uma instituição do setor. Até mesmo as universidades foram pouco citadas. (CGEE, 2019c).

Teixeira (2018) mostra que também na pesquisa anterior de percepção pública da ciência e tecnologia, realizada em 2015, esse cenário foi observado, e comenta:

Quando questionados sobre o seu interesse por Ciência e Tecnologia, 61% dos brasileiros disseram ser muito interessados (26%) ou interessados (35%). [...] De acordo com o mesmo levantamento, o interesse por temas como Meio Ambiente e Medicina e Saúde chega a 78%, cada, enquanto só 27% dos entrevistados disseram ter interesse ou muito interesse em Política e 56% em Esportes. (CGEE, 2017)

À primeira vista, informações como estas parecem bastante alentadoras para quem se preocupa com a área de Ciência, Tecnologia e Inovação, mas nos deteremos em um número em especial: 87, 2% das pessoas não se lembram de alguma instituição que faça pesquisa no país. O índice é muito alto e indica que quem produz ciência – em especial as universidades – não está conseguindo se aproximar da população a ponto de se fazer lembrar como instituição de referência neste campo. (TEIXEIRA, 2018, p. 229).

Com a pandemia da Covid-19 temos visto a ascensão e aumento de visibilidade de cientistas por meio das plataformas digitais, além de uma grande profusão de notícias sobre universidades e institutos de pesquisa no combate à pandemia. Os biólogos e pesquisadores Átila Iamarino e Natalia Pasternak, por exemplo, ilustram esse processo: Em abril de 2021, Átila atingiu 1,45 milhões de inscritos em seu canal no Youtube e Natália 170 mil seguidores no Twitter. Entre as instituições, o Instituto Butantan e a Fiocruz aparecem na “linha de frente” para a testagem e produção de vacinas do SARS-CoV-2 no País.

Uma iniciativa da Equipe Halo – projeto da Organização das Nações Unidas (ONU) que se dedica à colaboração entre cientistas nas análises e descobertas sobre vacinas para combater a pandemia – também tem buscado popularizar a ciência e

aproximar os cientistas da sociedade. Uma reportagem publicada no portal Brasil de Fato comenta sobre a iniciativa:

Além de se dedicarem às análises e descobertas dentro dos laboratórios, os cientistas estão produzindo conteúdo sobre a covid-19 em redes sociais populares como Instagram, TikTok e Twitter para se comunicar com um público amplo de forma direta e didática. [...] Por meio dos populares aplicativos, os pesquisadores envolvidos no combate ao Sars-Cov-2 mostram seu dia a dia de forma voluntária e publicam vídeos nos quais contam histórias, explicam mais detalhes sobre as pesquisas, respondem perguntas do público, esclarecem boatos e informações incorretas. O time reúne profissionais de diversos países e conta com a participação de seis brasileiros. Entre eles o imunologista André Báfica, professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e diretor regional da Sociedade Brasileira de Imunologia. 'É um desafio adaptar o conhecimento científico de 50, 100 anos, no caso das vacinas, em apenas 60 segundos para o público', afirma Báfica. (SUDRÉ, 2020).

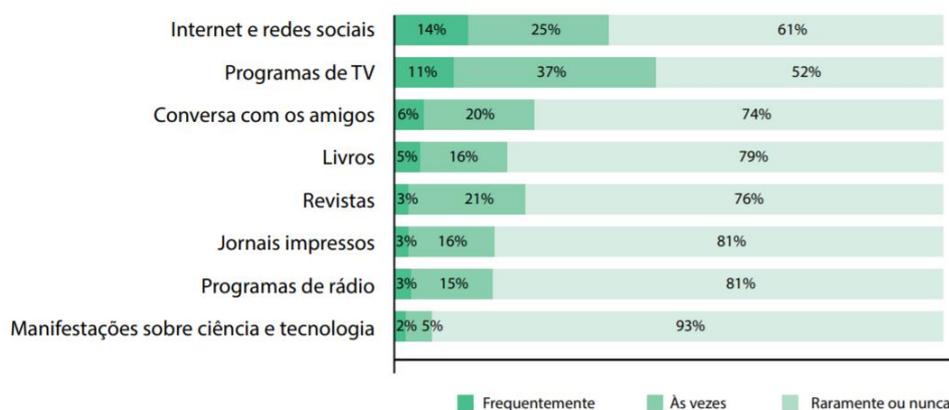
Diante de iniciativas como esta e do cenário atual relacionado à pandemia da Covid-19, será interessante observar os resultados da próxima pesquisa de Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil, para verificar se o baixo conhecimento dos brasileiros em relação a uma instituição de pesquisa ou a um cientista específico, alterou-se ou não após a pandemia do novo coronavírus.

Outro ponto interessante da pesquisa de Percepção Pública da Ciência e Tecnologia, realizada em 2019, é sobre os hábitos de consumo de informação sobre ciência e tecnologia, onde as categorias "internet e redes sociais" e "programas de tv" aparecem como as mais declaradas pelos participantes (em relação às categorias "conversa com os amigos", "livros", "revistas", "jornais impressos", "programas de rádio", "manifestações sobre ciência e tecnologia"):

Uma mudança significativa ocorreu na importância relativa das fontes de informações: ao mesmo tempo em que houve estagnação no uso de internet para acessar informação científica, foi registrada uma queda no uso da televisão. O consumo de informação científica pela TV ao longo dos anos em que o estudo foi realizado foi: em 2006, 15%; em 2010, 19%; em 2015, 21%; em 2019, 11%. Por sua vez, pela internet, o consumo ao longo da série histórica foi: em 2006, 9%; em 2010, 13,5%; em 2015, 18,5%; em 2019, 14%. (CGEE, 2019d, p. 16).

Apesar da categoria "internet e redes sociais" aparecer na pesquisa como uma das mais utilizadas para acesso à informação de Ciência e Tecnologia, mais da

metade, ou seja, 61%, declarou que raramente ou nunca utiliza o meio digital como forma de informação. O relatório da pesquisa afirma: “[...] a relativa facilidade de acesso às mídias, não significa que o público possua hábitos de busca de informação sobre C&T. A maioria dos brasileiros diz ‘nunca’ ou ‘raramente’ buscar informação sobre o tema em qualquer mídia” (CGEE, 2019d, p. 16). As informações podem ser melhor visualizadas no gráfico a seguir:



**Gráfico 5** – Percentual dos entrevistados segundo a frequência declarada de consumo de informação sobre ciência e tecnologia, por meios de divulgação, 2019

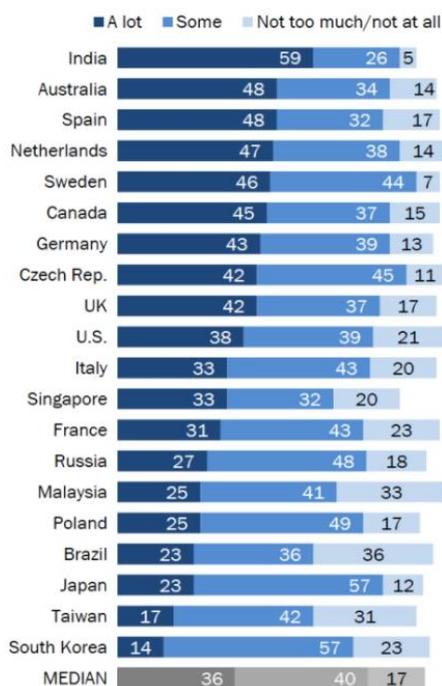
Fonte: CGEE (2019d, p. 16).

Em relação ao índice de confiança nos cientistas como fontes confiáveis de informação, a pesquisa (CGEE, 2019b), realizada antes da pandemia, aponta que os cientistas de universidades ou institutos públicos de pesquisa aparecem com apenas 12% de confiabilidade, atrás dos jornalistas (26%), médicos (26%) e religiosos (15%)

Interessante observar que uma pesquisa realizada pela organização norte-americana *Pew Research Center* em 20 países, antes da Covid-19 tornar-se uma pandemia, mostra que o Brasil ocupa as últimas posições entre os países pesquisados em relação à confiança nos cientistas. Conforme o gráfico a seguir, 36% dos brasileiros não confiam nos cientistas para fazer o que é certo; 36% têm alguma confiança e apenas 23% demonstram ter muita confiança.

### Majorities have at least some trust in scientists to do what is right

% who say they have \_\_\_ trust in scientists to do what is right for (survey public)



Note: Respondents who did not give an answer are not shown.  
Source: International Science Survey 2019-2020. Q2d.  
"Science and Scientists Held in High Esteem Across Global Publics"

PEW RESEARCH CENTER

Fonte: Pew Research Center (2020).

Assim, podemos inferir que os dados obtidos na pesquisa acima coincidem com o cenário de negacionismo da ciência que temos observado no Brasil. Reportagem publicada na Revista Piauí em setembro de 2020 reflete sobre o fenômeno:

Levantamento realizado pelo instituto em vinte países antes da pandemia do novo coronavírus e divulgado hoje indica que, de modo geral, cientistas e a ciência são valorizados ao redor do mundo. Os brasileiros são os que menos acreditam que os cientistas fazem o que é certo para a sociedade – 36% dos entrevistados disseram confiar pouco ou nada neles. Apenas 23% acreditam muito nas atitudes dos cientistas. Isso ajuda a explicar por que o discurso anti-ciência ganhou tanto espaço nos últimos meses, mesmo com o Brasil chegando a mais de 142 mil mortos pela Covid-19. (LICHOTTI, 2020).

## 5. Universidades e opinião pública

Entre as fontes de produção e divulgação de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) no Brasil estão as universidades, sobretudo as universidades públicas. Em 2019 e em 2020, essas instituições têm ocupado grande parte dos noticiários e dos debates públicos.

Em 2019, as universidades federais estiveram no olho do furacão em uma agenda nacional de redução de recursos e após declarações do então Ministro da Educação, Abraham Weintraub, e do presidente Jair Bolsonaro. Em entrevista concedida ao programa "Os Pingos Nos Is", da Jovem Pan, em 8 de abril de 2019, o presidente afirmou: "E nas universidades, você vai na questão da pesquisa, você não tem, poucas universidades têm pesquisa, e dessas poucas a grande parte está na iniciativa privada, como a Mackenzie em São Paulo"<sup>6</sup>. Já o ministro da educação na época afirmou ao jornal O Estado de S. Paulo em 30 de abril daquele ano: "Universidades que, em vez de procurar melhorar o desempenho acadêmico, estiverem fazendo balbúrdia, terão verbas reduzidas"<sup>7</sup>.

Entretanto, conforme afirma Reinaldo José Lopes em artigo para a Folha de S. Paulo, as universidades públicas são responsáveis por mais de 90% da pesquisa do país. "Ou Jair Bolsonaro está tremendamente mal-informado ou está deliberadamente desinformando a população sobre o tema"<sup>8</sup>, escreveu o colunista em 21 de abril de 2019.

Tais declarações e o corte no repasse de verbas às universidades e institutos federais (que durou até outubro de 2019), geraram uma série de embates, tanto na mídia tradicional, quanto nas mídias digitais e na opinião pública; embates esses muitas vezes permeados por *fake news* e desinformação.

Reportagem publicada pela Agência Lupa em 13 de maio de 2019 fala sobre a repercussão do caso no WhatsApp, por meio de análise do Monitor do WhatsApp

<sup>6</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=FSOAahACt\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=FSOAahACt_Y)

<sup>7</sup> <https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,mec-cortara-verba-de-universidade-por-balburdia-e-ja-mira-unb-uff-e-ufba,70002809579>

<sup>8</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/reinaldojoselopes/2019/04/universidades-publicas-produzem-mais-de-90-da-pesquisa-do-pais-resta-saber-ate-quando.shtml>

brasileiro - sistema que mostra as imagens, vídeos, áudios, mensagens e URLs mais compartilhados em mais de 500 grupos públicos do WhatsApp. Segundo a reportagem, a ferramenta foi “inundada” por uma série de imagens de jovens universitários nus ou seminus; contudo, antigas ou fora de contexto<sup>9</sup>.

Em entrevista para a reportagem, Fabrício Benevenuto, professor do Departamento de Ciência da Computação da UFMG e responsável pelo Monitor do WhatsApp, declarou: “Foi surpreendente ver que, de repente, a universidade pública, que jamais havia sido um tema dentro do Monitor do WhatsApp, virava assunto, mas da forma mais degradante possível”. A reportagem, questiona:

Qual a capacidade de o conteúdo ali flagrado ter se alastrado por todo o Brasil? E qual a chance de ter criado verdades – velhas e desatualizadas – sobre a universidade pública? E de estar socavando ou destruindo reputações – de professores e alunos? Quem são, por fim, os responsáveis por isso? Seria uma ação coordenada? (TARDÁGUILA, 2019).

A situação da época também levou a uma série de reações, manifestações e campanhas por parte da comunidade acadêmica, das próprias universidades e também de parte da sociedade. Campanhas como #EuDefendoaUniversidadePublica; #OrgulhoDeSerUFSC; #OrgulhoDeSerUFG; #OrgulhoDeSerUFPR etc, replicadas por outras tantas IES pelo país, tomaram as redes com o objetivo de endossar a imagem e a reputação dessas instituições.

A jornalista Mariluce Moura comenta sobre a necessidade de defesa pelas quais as universidades públicas têm passado nos últimos anos.

A universidade pública brasileira tem exigido nesses últimos anos, como nunca, um contínuo revezamento de vozes em sua defesa. Desde as falas dos dirigentes das próprias instituições às associações científicas, dos pronunciamentos de parlamentares aos artigos de intelectuais de dentro e de fora da academia, mobiliza-se, tanto espontânea quanto organizadamente, uma força capaz de deter e desarmar ataques que partem de fronts diversos para desqualificar, fragilizar e, no limite, alterar a natureza singular dessa instituição. (MOURA, 2019, p. 219)

A autora indaga: “Mas, o que pensa hoje a sociedade brasileira sobre as universidades públicas do país?” (Idibem, p. 221). E responde:

<sup>9</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/05/13/artigo-universidade-whatsapp/>

A rigor, não sabemos. O Brasil não dispõe de um conjunto de métricas bem definidas –imprescindíveis –, acompanhado por um sistema de indicadores bem elaborados que ajudem a capturar, a partir de dados objetivos, e a compreender, em registro mais reflexivo, as percepções e expectativas da sociedade quanto às universidades públicas brasileiras. Em outros termos, o país não tem indicadores contínuos de percepção pública dessas universidades que, entre outros efeitos, poderiam contribuir muito para sua defesa institucional, seja alimentando políticas mais eficazes de comunicação, seja enriquecendo os rankings universitários internacionais – o que envolve, claro, bater-se pela inclusão desses indicadores de valor atribuídos pela sociedade nos rankings. (Ibidem, p. 221 e 222).

Eugenia Mariano da Rocha Barichello estuda a legitimidade da Universidade. Segundo a autora, “legitimação” refere-se ao “processo que engloba as práticas de explicação e justificação de uma instituição perante uma sociedade” (BARICHELO, 2019, p. 66) e “deslegitimação” refere-se ao “não reconhecimento dessas práticas pela sociedade”. (ibidem, p. 66). Para a autora, os meios de comunicação tradicionais e as redes sociais constituem-se hoje “o principal dispositivo contemporâneo de visibilidade da instituição universitária, sendo responsáveis, em grande parte, pelo seu reconhecimento junto à sociedade” (ibidem, 2019, p. 67).

Em um cenário onde as universidades precisam ser legitimadas constantemente junto à opinião pública, os processos de desinformação acabam por conturbar ainda mais o debate. Sobretudo, quando são endossados por autoridades e figuras públicas, como relatado acima.

Já em 2020 e 2021, diante da pandemia da Covid-19, as universidades tornam-se tema constante na mídia, por meio de pesquisas e ações em desenvolvimento no combate ao coronavírus e da consulta a seus pesquisadores como fontes de notícias.

Em participação no I Congresso da Andifes, realizado virtualmente em junho de 2020, a jornalista Sabine Righetti falou aos jornalistas do Colégio de Gestores de Comunicação (Cogecom) das Universidades Federais, e demais participantes, sobre o tema “Desafios da comunicação das universidades para divulgação científica”. Durante sua exposição ela contextualizou o cenário brasileiro no momento da chegada da pandemia, marcado por ataques às universidades e instituições de pesquisa, cortes de recursos, *fake news*, movimento anticiência, baixa alfabetização

científica da população e distanciamento entre as instituições de pesquisa e a sociedade. (RIGHETTI, 2020).

Com a chegada do vírus ao país, Righetti (2020) comenta que os jornalistas, de uma forma geral, tiveram que se tornar jornalistas de ciência. “De repente, a ciência virou a principal informação da mídia”. Neste contexto, ela destacou a presença das universidades e instituições de pesquisa na imprensa, exemplificando que em uma edição do Jornal Nacional de junho de 2020 foram mencionadas três universidades federais e a Fiocruz em um intervalo de 10 minutos. “Em 10 minutos a gente teve quatro instituições mencionadas no Jornal Nacional. Isso é histórico”. (RIGHETTI, 2020).

Reportagem de maio de 2020, publicada no portal da Unicamp, também comenta sobre a participação de pesquisadores e professores na imprensa:

Alessandro, que também coordena a Frente de Diagnósticos da Força-Tarefa da Unicamp contra a Covid-19, criada no início da pandemia, relata que a demanda por entrevistas tem crescido exponencialmente. Para se ter uma ideia, ele havia tido um único contato com a imprensa antes da pandemia. Agora, chega a dar mais de oito entrevistas semanais. (XAVIER *et al*, 2020).

Parece-nos que a universidade pública ressurgue agora no debate público sob a perspectiva de um outro discurso, uma outra ótica.

## 6. Considerações finais

As novas formas de comunicação dos tempos atuais, a velocidade e instantaneidade na produção de conteúdo e veiculação da informação, e o número massivo de mensagens a que somos submetidos todos os dias, coloca em evidência os debates relacionados aos processos de desinformação e propagação de *fake news*.

No cenário midiático, “os participantes da nova esfera pública não são apenas autores, são também potencialmente editores, bibliotecários, curadores e críticos. Em cada ação *on-line*, eles contribuem para a orientação de outros participantes” (LÉVY, 2017, p. 33). Tais processos acabam por impactar diretamente

a opinião pública e, dessa forma, como aponta Charaudeau (2020), não é possível pensar apenas em uma única opinião pública, mas sim, em diversas opiniões públicas.

Observamos com este artigo questões relacionadas à Percepção Pública da Ciência no Brasil (2019), a ascensão de cientistas e divulgadores de ciência nas plataformas digitais em meio à pandemia da Covid-19 e, ao mesmo tempo, a baixa confiança dos brasileiros em seus cientistas, em comparação a outros países analisados pela pesquisa da organização *Pew Research Center*.

Pensar a divulgação científica e as universidades, inseridas nesse contexto, é um desafio. Percebemos que as universidades públicas ocuparam espaço significativo na opinião pública nos anos de 2019 e 2020, em diferentes contextos. Com este artigo, buscamos fazer algumas reflexões sobre o tema, com a certeza de que ainda há muito para investigar.

## Referências

BARICHELLO, Eugenia M. R. A comunicação da universidade: legitimação, territorialidades e identidades institucionais. In: MUSSE, Christina F. (Org.) **Comunicação e Universidade: reflexões críticas**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2019.

BRUNO, Fernanda G; BENTES, Anna Carolina F; FALTAY, Paulo. **Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma**: mercado, ciência e modulação do comportamento. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/33095>>. Acesso em: 10 dez, 2020.

CGEE, Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. O estudo: O que é?. In: \_\_\_\_\_. **Percepção Pública da C&T no Brasil 2019**. 2019a. Disponível em: <<https://www.cgее.org.br/web/percepcao/o-estudo>>. Acesso em: 28 abril 2021

CGEE, Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Percepção Pública da C&T no Brasil 2019**. 2019b. Disponível em: <<https://www.cgее.org.br/web/percepcao/home>>. Acesso em: 12 dez 2020.

CGEE, Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. Interesses e Acessos à Informação: Conhecimento de cientistas e instituições brasileiras. In: \_\_\_\_\_. **Percepção Pública da C&T no Brasil 2019**. 2019c. Disponível em: <<https://www.cgее.org.br/web/percepcao/interesses-e-acesso-a-informacao>>. Acesso em: 12 dez 2020.

CGEE, Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Percepção Pública da C&T no Brasil 2019: Resumo executivo**. 2019d. Disponível em: <[https://www.cgее.org.br/documents/10195/734063/CGEE\\_resumoexecutivo\\_Percepcao\\_pub\\_CT.pdf](https://www.cgее.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_pub_CT.pdf)>. Acesso em: 12 dez 2020.



CGEE, Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Atitude e visões sobre C&T**. 2019. Disponível em: <<https://www.cgee.org.br/web/percepcao/atitudes-e-visoes-sobre-c-t>>. Acesso em: 12 dez 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública**: Como o discurso manipula as escolhas políticas. Tradução: Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2020.

DIAS, Michelle; IKEDA, Flávia. **Mídias digitais legislativas: tensionamentos no espaço para o exercício da cidadania e para a livre expressão de opiniões e ideias**. Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2020. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-2484-1.pdf>>. Acesso em 02 mai 2021.

LEMOS, André. Nova esfera Conversacional. In: Dimas A. Künsch, D.A., da Silveira, S.A., et al. **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, ISBN 978857650243-2, pp. 9 – 30.

LÉVY, P. A esfera pública do século XXI. In Felice, Massimo; Pereira, Eliete; Roza, Erick (orgs). **Net-ativismo**: Redes digitais e novas formas de participação. Campinas, SP: Papius, 2017.

LICHOTTI, Camille. Brasil de costas para a ciência. **Revista Piauí**, 29 set 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/brasil-de-costas-para-ciencia/>>. Acesso em: 23 nov 2020.

LOPES, Reinaldo José. Universidades públicas produzem mais de 90% da pesquisa do país; resta saber até quando. **Folha de S. Paulo**, 21 abril 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/reinaldojoselopes/2019/04/universidades-publicas-produzem-mais-de-90-da-pesquisa-do-pais-resta-saber-ate-quando.shtml>>. Acesso em: 12 dez 2020.

MOURA, Mariluce. Universidade e Sociedade: a Escuta Imprescindível. In: MARCOVITCH, Jacques. **Repensar a Universidade II: impactos para a sociedade**. São Paulo: Com-Arte; Fapesp, 2019. Disponível em: <<http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/411/362/1459-1>>.

PEW RESEARCH CENTER. **Science and Scientists Held in High Esteem Across Global Publics**. 2020. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/science/2020/09/29/science-and-scientists-held-in-high-esteem-across-global-publics/>>. Acesso em 28 abril 2021.

RIGHETTI, Sabine. Desafios da comunicação das universidades para divulgação científica. In: **I Congresso Andifes**. 17 junho 2020. 1 vídeo. (2h31min). [Webinar]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2uOBpGObjKc&t=3904s> . Acesso em: 02 maio 2020.

SAAD CORRÊA, Elizabeth N. Experiências e desafios para a pesquisa nas ambiências digitais. In: \_\_\_\_\_ (Org). **Caminhos da comunicação : tendências e reflexões sobre o digital**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2020. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/read/484068093/Caminhos-da-Comunicacao-Tendencias-e-Reflexoes-sobre-o-Digital>>. Acesso em 9 dez 2020.

SUDRÉ, Lu. Cientistas combatem desinformação sobre covid-19 em apps como TikTok e Instagram. **Brasil de Fato**, 2020. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2020/11/23/cientistas-combatem-desinformacao-sobre-covid-19-em-apps-como-tiktok-e-instagram>>. Acesso em 12 dez 2020.

TARDÁGUILA, Cristina. Fotos (velhas) de universitários nus inundam WhatsApp para ‘provar’ a ‘balbúrdia’ apontada por Weintraub. **Agência Lupa**, 13 de maio de 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/05/13/artigo-universidade-whatsapp/>>. Acesso em: 12 dez 2020.

TEIXEIRA, Tattiana. A formação de divulgadores da ciência em um cenário em transformação: relato da experiência de formação de novos atores em um projeto-piloto. In: PORTO, Cristiane; OLIVEIRA,



---

Kaio Eduardo; ROSA, Flávia (Orgs.). **Produção e difusão de ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares**. Ilhéus, BA: Editus, 2018.

XAVIER, Ana Augusta Odorissi *et al.* Covid-19 aproxima cientistas da mídia de maneira inédita. **Portal da Unicamp**. 14 maio 2020. Disponível em: <<https://www.unicamp.br/unicamp/coronavirus/covid-19-aproxima-cientistas-da-midia-de-maneira-inedita>>.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report: 2017.