



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE MUSEOLOGIA - BACHARELADO

A CRIAÇÃO DO MUSEU DE CIÊNCIAS DA UFG
Metodologias e o projeto executivo de comunicação

MICHELE FERREIRA MARTINS

Goiânia
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE MUSEOLOGIA - BACHARELADO

A CRIAÇÃO DO MUSEU DE CIÊNCIAS DA UFG
Metodologias e o projeto executivo de comunicação

MICHELE FERREIRA MARTINS

Monografia apresentada como pré-requisito para a aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Museologia - Bacharelado, da Faculdade de Ciências Sociais.

Orientador: PABLO FABIÃO
LISBOA

Goiânia
2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço

À minha família pelo apoio e compreensão durante os últimos quatro anos de intensa dedicação aos estudos e ao trabalho na Universidade Federal de Goiás.

Aos integrantes de cada núcleo museológico da UFG que sempre estiveram solícitos às etapas de criação do Museu de Ciências da UFG.

Aos colegas do curso de Museologia que se tornaram amigos de uma vida inteira.

Aos professores da Faculdade de Ciências Sociais (FCS) da UFG pelos incentivos ao aprendizado, às reflexões e aos debates.

Ao orientador Pablo Lisboa pela amizade e atenção na realização desse trabalho.

Em especial, devo agradecer à professora Ivanilda Junqueira pela amizade.

“A ciência tem um magnífico passado pela frente”
Jorge Wagensberg

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. ARTICULAÇÕES EM REDE E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA	122
2. MUSEU DE CIÊNCIAS DA UFG: UM PROCESSO EM CONSTRUÇÃO	18
2.1. Diagnóstico	20
Planetário UFG	20
Museu Antropológico UFG (MA)	21
Museu Comunitário de Ciências Morfológicas Arlindo Coelho	21
Pátio da Ciência	21
Laboratório de Educação Matemática Zaira da Cunha Melo (LEMAT)	21
Unidade de Conservação	22
Centro Cultural UFG	22
Regional Jataí: Parque da Ciência Binômimo da Costa Lima	22
Museu Antropológico do Cerrado Regional Catalão	23
Atelier Tipográfico do Centro Editorial e Gráfico da UFG	23
Museu Viver a Engenharia	24
Museu da Informática	24
Núcleo Museológico do Instituto de Patologia Tropical e Saúde Pública (IPTSP)	24
Museu Histórico da Medicina	25
Laboratório de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Mídias Interativas (MediaLab)	25
2.2. Histórico	25
3. PROJETO EXECUTIVO DE COMUNICAÇÃO DO MUSEU DE CIÊNCIAS EM REDE DA UFG	28
3.1 Objetivos	31
3.2 Estratégias	32
3.3 Roteiro para discussão com os agentes de comunicação	33
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 01. Espiral da Cultura Científica (VOGT, 2003).....	15
Figura 02. Modelo para a rede do MC-UFG.....	20
Figura 03. Metodologia de trabalho para a constituição do MC-UFG.....	27
Figura 04. Quadro demonstrativo da relação dos núcleos museológicos e seus públicos..	34

RESUMO

Este estudo trata do processo de articulação e criação do Museu de Ciências da UFG, concebido como um museu em rede a partir da reunião dos núcleos museológicos que pertencem a diferentes áreas do conhecimento dentro Universidade Federal de Goiás (UFG). A partir de uma metodologia qualitativa e interdisciplinar, com base na análise documental e em referenciais teóricos da Museologia, da Divulgação Científica e da Comunicação, é realizado um panorama da realidade vivida durante o processo de constituição do Museu de Ciências em Rede da UFG e apresentado uma proposta para o Projeto Executivo de Comunicação. Na medida em que esta proposta visa otimizar os recursos humanos e financeiros, por meio do estabelecimento estratégias planejadas e de colaboração na área de comunicação para os núcleos museológicos em questão, fica evidente a relevância do processo de articulação em rede desses núcleos visando a potencialização das atividades de divulgação científica do Estado de Goiás.

Palavras-chave: Museus de Ciência. Rede. Comunicação.

ABSTRACT

This study deals with the process of articulation and creation of the UFG Science Museum, designed as a museum on the net from the meeting of museum centers belonging to different areas of knowledge within the Federal University of Goiás (UFG). From a qualitative and interdisciplinary methodology, based on document analysis and theoretical frameworks of Museology, Scientific Dissemination and Communication, is an accomplished picture of the reality experienced during the maintenance process of the Science Museum on the Net of UFG and presented a proposal to the Executive Communication Project. To the extent that this proposal aims to optimize the human and financial resources, by establishing strategies planned and collaboration in the communications field for small museums in question, it is clear the importance of networking between process these centers aimed at enhancement of science communication activities of the State of Goiás.

Key-words: Science Museums. Net. Communication.

INTRODUÇÃO

Museus, em suas diferentes tipologias, são instituições complexas e instigantes, cuja gestão pressupõe o atendimento de demandas muitas vezes conflituosas que exigem ações integradas para otimizar recursos financeiros e humanos, em paralelo ao desenvolvimento de ações de pesquisa, de salvaguarda, de documentação e de comunicação. Dentro das inúmeras tipologias destas instituições, temos os Museus de Ciências, de acordo com que se constituem como espaços propícios para a promoção de articulações entre os objetos de valor histórico e as atitudes reflexivas de contextos socioeconômicos e políticos, nos quais a ciência é produzida. Muitos Museus de Ciências estão ligados à instituições de ensino e pesquisa que, particularmente no Brasil, pertencem à instituições públicas.

O interesse pessoal da autora desse trabalho em relação ao tema que aqui será tratado motivou-se pela trajetória de atuação profissional e de estudo da mesma, como servidora efetiva da Universidade Federal de Goiás (UFG), sempre dedicada às atividades de comunicação. Desde a graduação da mesma em Jornalismo, sua maior preocupação foi com a divulgação da ciência e da tecnologia por meio dos veículos institucionais disponíveis, tanto impressos quanto digitais.

Na Universidade Federal de Goiás, existem 16 núcleos de caráter museológico com diferentes tipologias, que estão direcionados às atividades de divulgação da ciência e de ensino não formal nas três Regionais localizada nas cidades de Goiânia, Catalão e Jataí. São eles: Museu Antropológico, Centro Cultural UFG (CCUFG), Pátio da Ciência, Unidade de Conservação: Herbário, Bosque Auguste Saint-Hilaire, Reserva Biológica Professor Ângelo Rizzo; Museu Comunitário de Ciências Morfológicas Arlindo Coelho, Laboratório de Educação Matemática Zaíra da Cunha Melo Varizo (Lemat), Planetário da UFG, Parque da Ciência “Binomino da Costa Lima” da Regional Jataí, Ateliê Tipográfico do Centro Editorial e Gráfico (Cegraf), Museu Viver a Engenharia, Laboratório de Informática, Instituto de Patologia Tropical e Saúde Pública (IPTSP), Museu Histórico da Medicina e Laboratório de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Mídias Interativas (Media Lab).

Neste contexto, o necessário equilíbrio entre recursos financeiros e de pessoal, frequentemente escassos e deficitários, e as novas expectativas dos públicos de museus, por vezes, constroem situações de conflito entre sua missão, seus valores e suas ações.

Considerando o exposto acima, este trabalho de conclusão de curso recupera informações sobre o processo de articulação em rede de 16 núcleos museológicos que compõem o Museu de Ciências da Universidade Federal de Goiás (UFG), que está sendo concebido com base em princípios de articulação em rede. A contribuição desse trabalho é apresentar um projeto executivo em comunicação institucional, tendo em vista o planejamento estratégico e o compromisso com a divulgação científica como instrumento para o fortalecimento de uma cultura científica no Estado de Goiás.

A partir de uma revisão da literatura que aborda a metodologia científica, buscou-se ferramentas que superasse os limites de um estudo meramente quantitativo no qual se restringiria à listagem das atividades de divulgação científica de cada núcleo museológico que compõe o Museu de Ciências em rede da UFG. O universo a ser investigado nesta pesquisa abrange o grupo de 16 núcleos museológicos que se juntaram para compor o Museu de Ciências em Rede da UFG, assim como da comissão organizadora que conduz o processo de concepção e criação do Museu de Ciências.

Para se chegar até o objetivo geral de refletir sobre o processo de articulação e reconfiguração dos núcleos museológicos da UFG em torno da criação do Museu de Ciências em Rede, tendo em vista estratégias de comunicação interna foi necessário a utilização de uma metodologia qualitativa, com base na análise de documentos produzidos pela Comissão de criação do Museu. Entre os objetivos específicos desse estudo estão: A apresentação das características de cada núcleo museológico da UFG a partir dos diagnósticos elaborados pelos grupos de trabalho do Museu de Ciências; A identificação da dinâmica de trabalho dos grupos estabelecidos pela Comissão de Implantação do Museu de Ciências da UFG; A elaboração de um planejamento estratégico em comunicação de acordo com a dinâmica dos núcleos museológicos do Museu de Ciências da UFG.

Esse trabalho foi estruturado em três capítulos. No primeiro, foi realizada uma revisão bibliográfica como argumentação como forma de identificar padrões ou categorias no desenvolvimento de um estudo qualitativo sobre o alcance da divulgação científica promovida por museus de ciência. Em especial sobre as particularidades das atividades de

divulgação científica, como as que têm sido propostas na Universidade Federal de Goiás por meio da criação de um Museu de Ciências em rede.

O segundo capítulo apresenta a metodologia de trabalho utilizada pela Comissão de implantação do Museu de Ciências em Rede da UFG como um processo em construção a partir das especificidades e características dos 16 núcleos que o compõem atualmente. Na sequência, o terceiro capítulo apresenta a proposta de um dos projetos executivos, o projeto de Comunicação/Divulgação, que será adotado pelo Plano Museológico do Museu de Ciências.

1. ARTICULAÇÕES EM REDE E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Desde a Revolução Científica do século XVIII, pode-se dizer que a sociedade está cada vez mais determinada pela ciência e tecnologia. Uma das mudanças marcantes foi que, na contemporaneidade, o trajeto entre os resultados das pesquisas básicas e suas aplicações é percorrido a velocidades cada vez maiores. Outra característica foi a organização da ciência e da técnica em modalidades coletivas, dentro de instituições públicas e privadas. Isto fez surgir um discurso cada vez mais restrito, especialmente devido às formas metodológicas próprias da comunidade acadêmica de se legitimar entre os pares e perante a sociedade. Sendo assim, é uma questão de cidadania defender a democratização do conhecimento por meio das atividades de divulgação científica, no sentido de oferecer à sociedade subsídios para que haja maior interesse para a apropriação coletiva do conhecimento científico.

Para CASTELLS (1999), os avanços técnico-científicos marcam o surgimento efetivo das transformações por que passam as sociedades contemporâneas. Após uma reestruturação capitalista marcada pelo neoliberalismo e o surgimento de tecnologias como computação, telecomunicações, engenharia genética, micro e opto eletrônica, opera-se a chamada Revolução Tecnológica, capaz de remodelar a base material em ritmo acelerado. O novo paradigma, portanto, passou a ser o da informação, com suas características de aceleração dos processos de desenvolvimento de amplo alcance temporal e espacial jamais vistos. Tal paradigma tem apresentado um grau de seletividade social e funcional que passou a representar a principal fonte de desigualdades e fragmentações sociais.

O autor Fernando A. F. de Barros sintetiza e aponta para a questão da concentração de conhecimentos científicos em instituições, empresas e da mão-de-obra qualificada, que foi levantada por Castells em relação à Revolução Tecnológica da Informação, dizendo que:

[...] quanto mais próxima for a relação entre os locais de inovação, produção e utilização das novas tecnologias, mais rápida será a transformação das sociedades e maior será o retorno positivo das condições sociais sobre as condições gerais para favorecer futuras inovações. (BARROS, 2001 p.75-76)

Em relação à globalização, CASTELLS (1999) a caracteriza como sendo marcada pela ampla desestruturação das organizações, individualismo e diminuição do

estado de Bem-Estar Social, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e da efemeridade de expressões culturais, passando a existir também uma interdependência econômica global. Tudo isto permeado por uma convergência tecnológica entre telecomunicações e a grande mídia. A partir dessa convergência, passa a existir uma oposição bipolar entre Rede e o Ser. As redes passam a se constituir como uma nova morfologia social de nossas sociedades, tendo em vista uma mídia de massa globalizada e a comunicação mediada por computador permeando essa bipolaridade.

A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre a ação social (CASTELLS, 1999 p. 565)

Os padrões de comunicação ficam, portanto, em crescente tensão, e incentivam uma alienação e promoção do estranhamento entre grupos sociais e indivíduos, reforçando assim a fragmentação social.

A convergência da evolução social e das tecnologias da informação criou uma nova base material para o desempenho de atividades em toda a estrutura social. Essa base material constituída em redes define os processos sociais predominantes, conseqüentemente dando forma à própria estrutura social (CASTELLS, 1999 p. 567).

Neste cenário, BARROS (2001) evidencia que elementos estão contribuindo para uma nova configuração da organização social das atividades científicas. Segundo o autor, esse novo processo de organização social da ciência e da tecnologia é marcado pela noção da atividade científica de acordo com uma organização estruturada em modalidades coletivas dentro das instituições públicas e privadas. Ademais, nesse novo processo de organização, ficam evidentes dois fatos. O primeiro evidencia o “papel estratégico que o conhecimento técnico-científico tem no contexto contemporâneo”, constatado tanto em aspectos políticos como econômicos. Já o segundo fato ressalta “o impulso dado pelos novos recursos tecnológicos à organização das atividades de pesquisa”, que se manifesta em muitas direções. Sendo assim, torna-se observável a “formação de uma rede em torno

das atividades científicas e tecnológicas, que não está restrita às universidades, instituições de pesquisa e às empresas” (BARROS, 2001 p.80).

Neste ponto, passa a existir então uma tendência de que assuntos sobre as ciências, as tecnologias, os agentes e os espaços próprios das pesquisas estejam cada vez mais presentes na mídia. Surge a valoração quanto à relevância da percepção pública da ciência. Tomamos, portanto, uma das considerações do livro *Percepção Pública da Ciência*, organizado por Carlos Vogt e Carmello Polino:

Carlos Vogt e Carmelo Polino, afirmaram que há três dimensões de análise relevantes para se compreender a dinâmica dessas relações entre ciência, tecnologia e sociedade permeada pela comunicação. São elas: a percepção pública, a cultura científica e a participação dos cidadãos. Considerando a relevância das ciências e das tecnologias, os agentes, os meios de difusão e os espaços públicos que constituem o universo da divulgação científica, além da contribuição que essa atividade pode dar para a formação de uma cultura científica, destacam-se a seguinte consideração:

A circulação de informação científica na sociedade implica uma série de processos – conflituosos, por vezes – mediante os quais o conhecimento científico, códigos e valores da ciência e da tecnologia são transmitidos à sociedade, incorporam-se ao acervo econômico e cultural, ocorrem em determinado uso cotidiano da ciência e constroem, por fim, representações diversas, não necessariamente articuladas entre si. (VOGT e POLINO, 2006 p. 131)

Para Carlos Vogt (2003), em *A Espiral da cultura científica*, a expressão “cultura científica” é a que soa mais adequada para o fenômeno da divulgação científica. Para ele essa expressão tem a vantagem de englobar os termos alfabetização científica, popularização/vulgarização da ciência, percepção/compreensão pública da ciência e ainda contém em seu campo de significações “a ideia de que o processo que envolve o desenvolvimento científico é um processo cultural (VOGT, 2003)”. Nesses termos, mesmo que um indivíduo não esteja diretamente envolvido no processo de produção, de difusão ou de ensino e aprendizagem da ciência, ainda assim é por meio da divulgação científica que ele participará ativamente “nesse amplo e dinâmico processo cultural em que a ciência e a tecnologia entram cada vez mais em nosso cotidiano”. Considerando também a estrutura

linguística da expressão, ainda há pelo menos três possibilidades de sentido: cultura da ciência, cultura pela ciência e cultura para a ciência.

Vogt (2003) propõe que a visualização de um esquema na forma de uma espiral dos elementos que compõem a dinâmica da cultura científica, como podemos ver na figura a seguir, facilitaria a sua compreensão.

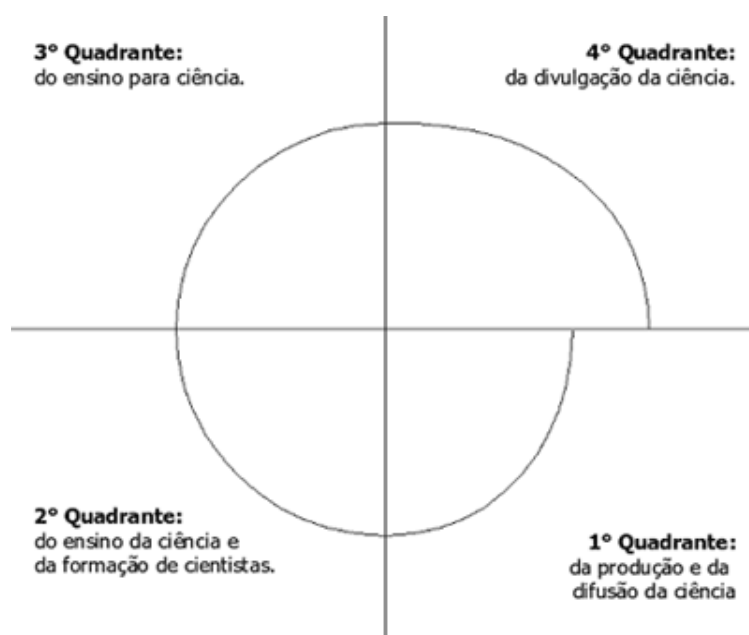


Figura 1: Espiral da Cultura Científica (VOGT, 2003)

De acordo com o autor, a ideia é a de representar em duas dimensões com evolução sobre dois eixos, um horizontal, o do tempo, e um vertical, o do espaço, que pudesse estabelecer categorias constitutivas, assim como os atores principais de cada um dos quadrantes. A concepção dessa figura facilita a visualização que seu movimento vai, graficamente, desenhando e, conceitualmente, definindo.

Tomando-se como ponto de partida a dinâmica da produção e da circulação do conhecimento científico entre pares, isto é, da difusão científica, a espiral desenha, em sua evolução, um segundo quadrante, o do ensino da ciência e da formação de cientistas; caminha, então, para o terceiro quadrante e configura o conjunto de ações e predicados do ensino para a ciência e volta, no quarto

quadrante, completando o ciclo, ao eixo de partida, para identificar aí as atividades próprias da divulgação científica. (VOGT, 2003)

Na avaliação de Jean-Marc Lévy-Leblond, a principal questão não é se haveria ou não uma cultura científica, pois julga que esta já não existe mais. O que pode parecer uma provocação, o autor explica dizendo que “o problema está na (re)inserção da ciência na cultura, e isso requer uma profunda mudança do próprio modo de fazer ciência.” (LÉVY-LEBLOND, 2006, p.33). E neste sentido, caracteriza o modelo ideal de divulgação científica:

Em outras palavras, acredito que o objetivo da divulgação científica não pode ser mais pensado em termos de transmissão do conhecimento científico dos especialistas para os leigos; ao contrário, seu objetivo deve ser trabalhar para que todos os membros da nossa sociedade passem a ter uma melhor compreensão, não só dos resultados da pesquisa científica, mas da própria natureza da atividade científica. A perspectiva mais distante, ainda que neste momento possa parecer utópica, é mudar a ciência de forma que ela possa finalmente diluir-se na democracia. (LÉVY-LEBLOND, 2006, p.43)

Considerando o processo histórico das atividades de divulgação científicas no Brasil, MASSARANI; MOREIRA (2002), afirmam que ainda é hegemônica uma abordagem, denominada “modelo do déficit”. Para os autores, trata-se de uma forma simplista na qual a população é tida como um conjunto de analfabetos em ciência que devem receber o conteúdo redentor de um conhecimento descontextualizado e encapsulado e as interfaces entre ciência e cultura são ignoradas.

Nos últimos anos, embora tenha havido um interesse crescente no meio acadêmico relativo às atividades de extensão ligadas à divulgação científica, o quadro geral ainda é frágil. Tais atividades ainda são consideradas marginais e, na maioria das instituições, não influenciam na avaliação de professores e pesquisadores. ... Certamente existe um grande potencial de ação nas universidades públicas e nos institutos de pesquisas, acumulado em seus pesquisadores, professores e estudantes, mas pouco se faz de forma organizada para uma difusão científica mais ampla. Parece clara a necessidade de se criar, como tem acontecido em outros países, um programa nacional de divulgação científica. (MASSARANI; MOREIRA, 2002, p. 63 e 64)

Nesse contexto, podemos considerar que a atuação dos museus de ciências junto a seus públicos representa um processo de socialização do conhecimento que passa pela educação não formal e pela transposição didática e museográfica e de recontextualização, como defende MARANDINO (2005)

“Se entendermos o museu como um local de divulgação e educação, torna-se central a questão da transposição do conhecimento nele ocorrida. No que se refere a exposições dos museus de ciências, o processo relaciona-se tanto com a necessidade de tornar as informações apresentadas em textos, objetos e multimídias acessíveis ao público visitante, quanto a proporcionar momentos de prazer e deleite, ludicidade e contemplação. Além disso, a transformação do saber que ocorre no espaço expositivo é também determinada pelas especificidades do museu quanto aos seus aspectos de tempo, espaço e objeto e deve ser vista no contexto dessa cultura institucional particular” (MARANDINO, 2005)

Com base nesta breve revisão bibliográfica, fica evidente a necessidade de se problematizar as particularidades das atividades de divulgação científica, como a que tem sido proposta na Universidade Federal de Goiás por meio da criação de um Museu de Ciências em rede, como forma de identificar padrões ou categorias no desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa sobre o alcance da divulgação científica promovida por museus de ciência.

2. MUSEU DE CIÊNCIAS DA UFG: UM PROCESSO EM CONSTRUÇÃO

A partir de um estudo dos museus da Universidade Federal da Bahia, Marques & Silva (2011) foi observado aspectos-chave em relação aos museus universitários tais como suas funções didáticas, a salvaguarda, a conservação, a pesquisa e a divulgação, bem como o direcionamento de suas atividades hora para as comunidade internas, hora para a sociedade. Para as autoras, essa divisão em dois ramos é acentuada quando não se definem políticas específicas para estes espaços que sofrem com falta de verbas, materiais, espaços e pessoal.

“para que os museus universitários atendam às expectativas da comunidade universitária e/ou da comunidade local é importante que as universidades definam claramente o papel dos museus que estão sob a sua ingerência e que estabeleça uma política de museus com normalizações para a criação de espaços deste tipo dentro da Universidade” (MARQUES & SILVA, 2011, p.70).

De acordo com Manuelina Cândido, professora do curso de Museologia da Faculdade de Ciências Sociais (FCS) da UFG, a Museologia atualmente “consiste na convivência entre os museus tradicionais e as novas propostas museais” (CÂNDIDO, 2013, PP. 43). Dentre essas propostas destacam-se as experiências com museus comunitários, museus indígenas, museus de favela e museus de ciências. Em relação a estes últimos, a articulação em rede privilegia o espaços museológicos de instituições de ensino superior em prol da intensificação de atividades de difusão da ciência e de educação não-formal.

“Há muitas décadas, profundas alterações vêm revolucionando a Museologia mundialmente, e numerosas reuniões internacionais produziram documentos nos quais se identificam novas preocupações, que não apenas a preservação material dos objetos. Entre estas, podem-se destacar o papel social da Museologia, a necessidade de integração do patrimônio ambiental ao cultural, a importância da função socioeducativa do museu e do estímulo à reflexão e ao pensamento crítico, a afirmação do museu como meio de comunicação. O museu passa a ser compreendido como espaço

de interação social com o patrimônio, um conceito amplo que dá conta de muitas formas de realização” (CÂNDIDO, 2013, PP. 40).

Mesmo reconhecendo que o entendimento da professora foi o de abordar mais especificamente uma vertente teórica dos estudos em museologia social, esta citação justifica-se para evidenciar o caráter inovador que a Museologia pressupõe, principalmente em relação às formas como instituições museais podem se articular para potencializar o seu alcance na sociedade. Nesse caso específico, chamamos a atenção para o caráter inovador da articulação em rede de órgãos de salvaguarda, pesquisa, conservação e comunicação de diferentes tipos acervos em uma mesma instituição.

A operação em rede não é ideia nova, mas é cada vez mais empregada em diferentes esferas, incluindo museus, pois permite a otimização de recursos humanos e financeiros, por meio do estabelecimento de trocas de experiência e colaboração, aprimorando as ações de preservação e difusão de coleções museológicas, bem como o desenvolvimento dos profissionais de museus por meio de intercâmbios e estágios e o desenvolvimento institucional por meio da permanente implementação e revisão de boas práticas museais. Ações de incentivo para a criação de novas redes e sistemas de museus regionais já vêm sendo desenvolvidas e estimuladas pelo Ministério da Cultura, a partir da criação do Sistema Brasileiro de Museus (SBM), em 2004, como também pela publicação de editais específicos para a área de museus e ações de capacitação dos profissionais que atuam nesses equipamentos, visando a qualificação das instituições existentes e norteando a criação de novas experiências museológicas.

De acordo com a Comissão de Criação do Museu de Ciências, a estrutura em rede dos núcleos museológicos como base organizacional e programática do novo órgão tem por objetivo facilitar o contato entre os técnicos ligados aos projetos dos diferentes núcleos museológicos da Universidade e os do novo Museu de Ciências, a fim de incentivar a parceria e a colaboração nas mais diversas áreas que permitam potencializar projetos conjuntos de pesquisa, formação e divulgação dos acervos sob a guarda da Universidade. O modelo gráfico que representa esse arranjo (Figura 02) coloca a centralidade do funcionamento da rede no Espaço do Conhecimento, mas permite, ao mesmo tempo, que diferentes parcerias sejam estabelecidas entre os diversos núcleos.

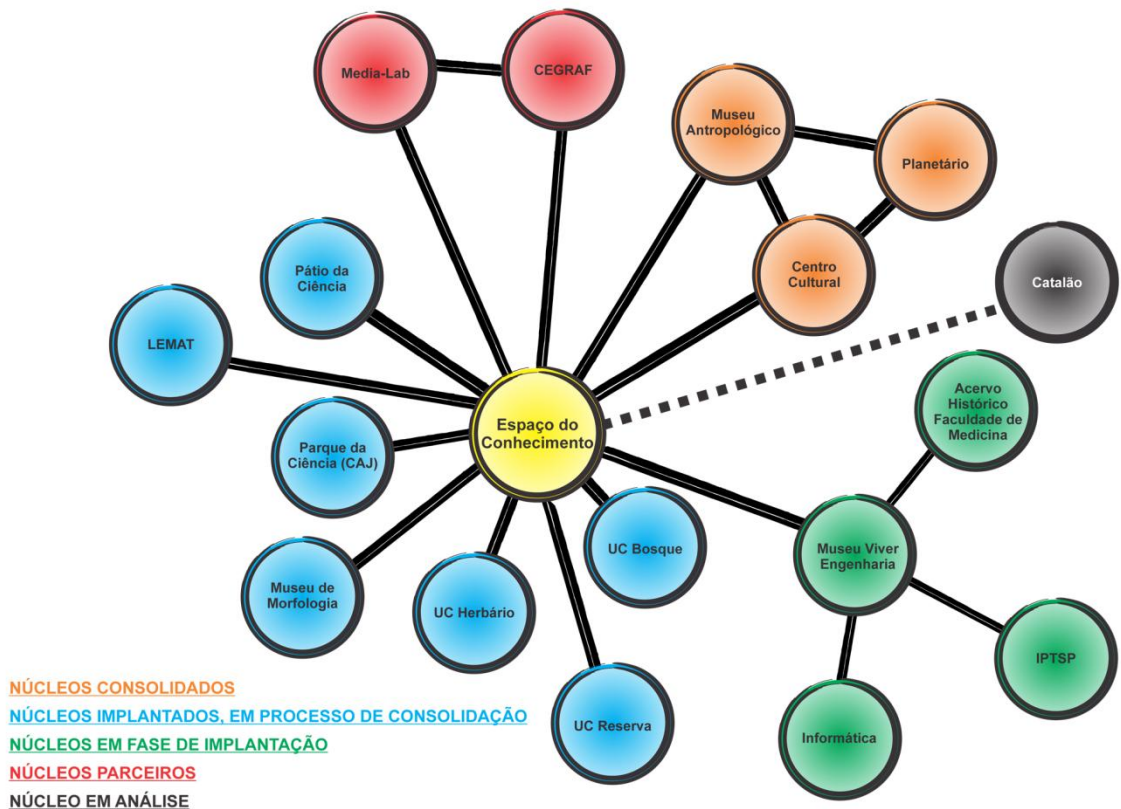


Figura 2 – Modelo para a rede do MC-UFG

A seguir segue um breve relato sobre os Núcleos Museológicos da Museu de Ciências da UFG.

2.1 DIAGNÓSTICO

Planetário UFG

É um órgão complementar do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA) da Universidade Federal de Goiás, localizado em Goiânia, cujos objetivos estão é a divulgação de conhecimentos sobre Astronomia. Desde 1972, atende diariamente estudantes de todos os graus de ensino, independente da escolaridade. Possui cerca de 40 programas de projeções na cúpula, os quais são apresentados em acordo com as características do grupo visitante. Com ações de ensino e extensão universitária, o Planetário UFG atende cerca de 25.000 pessoas por ano, principalmente grupos de estudantes do ensino fundamental. O Planetário da UFG também é sede da Secretaria

Nacional de Planetários (que reúne cerca de 70 planetários no Brasil) e possui uma biblioteca especializada.

Museu Antropológico UFG (MA)

Foi criado em 1969 como um centro de pesquisa, de ensino, formação e difusão da ciência. O órgão é um dos núcleos museológicos mais consolidados da rede do Museu de Ciências da UFG por ser uma referência nacional e internacional nas diversas áreas em que atua (pesquisa, conservação, salvaguarda, comunicação, entre outras). O acervo do MA é composto por objetos arqueológicos, de cultura indígena e da cultura popular em diferentes vertentes: etnologia, arqueologia e antropologia. Realiza exposições itinerantes, temporárias e de longa duração que visam à propagação do conhecimento antropológico e arqueológico para a sociedade. Sua exposição de longa duração, “Lavras e Louvres”, foi inaugurada em 2007 e é visitada diariamente, principalmente por grupos escolares.

Museu Comunitário de Ciências Morfológicas Arlindo Coelho

Data de 1975. Possui acervo importante de anatomia humana e de animais taxidermizados, o que tem atraído anualmente grande público, principalmente estudantes de ensino médio. Constitui-se em um ambiente de divulgação científica, mas também em importante espaço para o suporte de pesquisas, pelo fato de contar com um acervo documental e arquivístico na área específica.

Pátio da Ciência

Este núcleo museológico, criado em 2008, possui um ambiente de educação científica não formal. Tem como missão a divulgação científica direcionada à população em geral e estudantes do ensino fundamental e médio, em particular. O núcleo promove a apropriação social da ciência a partir de uma exposição de experimentos interativos e equipamentos didáticos. Possui 26 experimentos distribuídos em quatro temáticas: Física, Energia, Luz e Partícula e Química.

Laboratório de Educação Matemática Zaira da Cunha Melo (LEMAT)

Foi criado em 1995. Exerce papel importante na formação de estudantes, de diferentes níveis, principalmente do ensino médio e assim recebe anualmente grande número de estudantes, contribuindo intensamente para a divulgação e ensino de Matemática. Este núcleo atua na formação e desenvolvimento de professores do ensino básico por meio de cursos de extensão para a comunidade interna e externa à UFG. Seu acervo é composto por livros, jogos pedagógicos e material didático.

Unidade de Conservação

Este núcleo museológico é composto por: 1- Reserva Biológica Serra Dourada, localizada no município de Mossamedes-GO; 2- Herbário, localizado em Goiânia; e 3- Bosque Saint-Hilaire, também localizado em Goiânia. A Reserva Biológica, doada à UFG em 1969, possui rico acervo botânico e recebe anualmente estudantes e pesquisadores em estudos de campo. O Herbário, criado em 1968, possui mais de 80.000 espécimes (excicatas) vegetais depositadas, oriundas principalmente dos Estados de Goiás e Tocantins, além de um acervo bibliográfico composto por mais de 1.250 itens. Este núcleo museológico não possui uma exposição propriamente dita e não recebe visitantes, sendo o seu público alvo estudantes de graduação, pós-graduação e docentes pesquisadores. O Bosque Saint-Hilaire é constituído por três áreas cobertas por vegetação semicaducifólia, totalizando 31.000m², formada por diversas espécies vegetais e animais. Se constituem como áreas de preservação do bioma Cerrado, suporte para pesquisas e campo para ações de ecomuseologia.

Centro Cultural UFG

Este é um espaço voltado para a cultura e artes plásticas, com o compromisso da promoção e a difusão da produção cultural. O Centro Cultural UFG, revitalizado a partir de 2006, concentra a gestão de projetos culturais em dois núcleos: Artes Visuais, Música e Artes Cênicas. O acervo deste núcleo reúne produções de arte contemporânea (obras em desenho, gravura, pintura, objeto, escultura, instalação, fotografia, vídeo e video-instalação) de autoria de artistas locais, nacionais e internacionais. Possui exposição de longa duração e oferece programação dedicada a exposições de artes visuais, teatro, dança, música, eventos literários e ações educacionais em arte ao longo de todo o ano. O Centro Cultural da UFG é ambiente de pesquisa e formação em arte contemporânea, referência para a região Centro-Oeste.

Regional Jataí: Parque da Ciência Binômio da Costa Lima

Criado em 2010 na Regional Jataí da UFG, o local conta com um ambiente de formação e difusão da ciência multidisciplinar: com acervo de diferentes procedências, já em exposição para a comunidade local, mas que, também, tem sido objeto de exposição itinerante em municípios vizinhos. O Parque, em processo de consolidação, conta com laboratórios de experimentação/aula com acervos: Biologia (acervo de ciências morfológicas; herbário, com mais de 7.000 espécimes (excicatas) vegetais depositadas; células); Geografia (acervo

geológico); História (criação do Centro de documentação histórica); Física (Planetário Móvel).

Museu Antropológico do Cerrado

Este núcleo museológico localiza-se na Regional Catalão da UFG. Conta com acervo histórico documental importante no contexto da integração do homem ao bioma local bem como o impacto ao meio ambiente resultante da antropização. Além destes núcleos museológicos apresentados acima, outros acervos de diferentes áreas do conhecimento foram identificados na UFG. Eles ainda não contam com estrutura museológica suficiente para estarem abertos ao público. No entanto, já possuem atuação em termos de formação acadêmica e pesquisa. São eles: O Centro Integrado do Cerrado (CIC) é um órgão suplementar ligado à Direção da Regional Catalão, que é Coordenado pelo atual Departamento de História e Ciências Sociais que apresenta suas demandas e de outros órgãos a ele pertencentes: MACER (Museu Antropológico do Cerrado) e CERMH (Centro de Referência de Memória e História Regional).

De acordo com a descrição do órgão, o Museu Antropológico do Cerrado (MACER) é uma instituição de caráter permanente, administrado para interesse geral, com a finalidade de recolher, conservar, pesquisar, divulgar e valorizar de diversas maneiras conjuntos de múltiplos elementos de valor e significados cultural, imaginário, simbólico e ambiental. São citados como acervo coleções de objetos artísticos, históricos, científicos e técnicos e registros etnográficos, registros audiovisuais e demais produtos culturais significativos para indivíduos, comunidades e coletivos locais e regionais.

Atelier Tipográfico do Centro Editorial e Gráfico da UFG

Acervo que remonta ao histórico da tipografia e da Imprensa Universitária, composto por máquinas de impressão tipográfica antigas. Atende também a formação de profissionais com a oferta de cursos e estágios relativos à produção tipográfica, a composição manual e mecânica, a impressão, a encadernação e o acabamento. Os objetivos desse núcleo museológico são: Reabilitar e expor o maquinário antigo da Imprensa Universitária e destacar o seu valor para a construção de referências identitárias e para a transmissão de memórias sociais em relação às artes gráficas no Estado de Goiás; Consolidar uma coleção de objetos tipográficos com valor patrimonial e aplicar essa coleção ao desenvolvimento da produção artística e cultural na UFG; Constituir parcerias com os cursos da UFG interessados na produção tipográfica de textos e ilustrações;

Formar profissionais das artes gráficas com vistas à recuperação das profissões vinculadas à tipografia; Dedicar o Ateliê Tipográfico à produção de livros seguindo as orientações do Conselho Editorial da Editora UFG (CEGRAF/ UFG).

Museu Viver a Engenharia

Acervo composto por peças e máquinas das Unidades Acadêmicas das Engenharias Elétrica, Mecânica e da Computação, como uma Micro-usina de Energia Elétrica. Apoiar e desenvolver a pesquisa na área de Engenharia e Tecnologia, contribuindo para o desenvolvimento da criatividade, da inovação e estimulando a invenção. Apesar do espaço físico do Museu Viver Engenharia não estar disponível para visitação, ações concretas estão sendo planejadas para desenvolvimento em 2016 por meio da integração ao Museu de Ciências da UFG. O Museu Viver Engenharia se coloca como um lugar excelente para realização de atividades por meio de instalações museológicas interativas.

Museu da Informática

Acervo físico que remonta aos primeiros equipamentos específicos da área de Informática que foram adquiridos pela Universidade Federal de Goiás. Estes equipamentos são capazes de contar a história da tecnologia no Brasil. Este núcleo museológico ainda se encontra em fase de implantação e de desenvolvimento de um programa museológico específico. Segundo informações levantadas por meio do diagnóstico, pretende-se que o futuro Museu de Computação resida completamente no Museu de Ciências da UFG. Entretanto, como é esperado que o acervo referente ao tema seja expandido consideravelmente com novas doações, eles afirmam não terem condições para prever a área necessária com segurança.

Núcleo Museológico do Instituto de Patologia Tropical e Saúde Pública (IPTSP)

Acervo nas áreas da microbiologia e da entomologia proveniente de pesquisas realizadas no Instituto de Patologia Tropical e Saúde Pública da Universidade e uma grande coleção de insetos. Entretanto, o espaço desse núcleo museológico atualmente está inadequado à visitação pública. Pode contribuir para que o Museu de Ciências possa desenvolver seus programas contemplando diferentes aspectos de acessibilidade, especificamente os desafios propostos pelas ações de acessibilidade em acervos de entomologia, auxiliando na ampliação do acesso aos conteúdos e possibilidades de pesquisa, tanto para o público da universidade, quanto para o público externo.

Museu Histórico da Medicina

Acervo constituído por peças, equipamentos e aparelhos de utilização médica. Este núcleo pretende a preservação da memória médica do Estado de Goiás. Há um grande potencial de desenvolvimento de pesquisas históricas e de exposições, dada a relevância da história da medicina em Goiás. No entanto, é necessário desenvolver o programa de formação de coleções, salvaguarda e comunicação do acervo a ser constituído.

Laboratório de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Mídias Interativas (Media Lab)

Este núcleo é um laboratório de pesquisa, desenvolvimento e inovação em mídias interativas para estudantes de graduação, pós-graduação e docentes. Possui potencial para grandes contribuições para todos os núcleos da UFG em relação aos programas de salvaguarda (rede documental), comunicação e educação, sendo considerado núcleo integrante e alimentador, a partir da sua área de atuação virtual, no contexto de desenvolvimento de plataformas multimidiáticas.

2.2 HISTÓRICO

O Museu de Ciências da UFG tem um histórico de um longo processo de construção, mais de 15 anos, no qual diversos atores participaram e ainda hoje contribuem para a viabilização do projeto. Tendo em vista todas as potencialidades e necessidades dos núcleos museológicos da UFG, um grupo de servidores da instituição idealizou a criação de um Museu de Ciências articulado em rede. A proposta foi endossada pela administração da Universidade e, em 2011, foram iniciadas as atividades de criação do Museu a partir da definição de uma comissão especial. Três consultores especializados em projetos expográficos foram contratados para orientar servidores e professores da UFG em grupos de trabalhos para elaboração de planos executivos nas áreas administrativa, curadoria, educação, salvaguarda, formação, acessibilidade, arquitetura e comunicação, visando a implantação do Museu de Ciências da UFG.

A partir do projeto inicial, previu-se a criação de um espaço destinado à popularização das ciências e ao desenvolvimento de ações educativas.

Ao longo do processo de implantação do Museu de Ciências, sob orientação de consultores externos, foram definidos a missão e os objetivos do Museu de Ciências da UFG. Também foi realizado um amplo diagnóstico, que investigou os potenciais museológicos de 16 núcleos pertencentes à instituição. Esse documento apontou para a configuração de um museu de Ciências articulado em rede, tendo como referência um núcleo em comum, que ainda será construído, chamado de Espaço do Conhecimento.

Também está prevista a criação de um novo espaço físico que pudesse ser tanto um catalisador das ações de salvaguarda e comunicação já realizadas e, ao mesmo tempo, fosse um propositor de novas ações, considerando o patrimônio científico, tecnológico, humanístico e social existentes na UFG e o relacionamento com a sociedade.

De acordo com o Plano Museológico do Museu de Ciências (MC) da UFG, a proposta metodológica de trabalho utilizada pela Comissão de Implantação do MC consistiu em atuação por etapas a partir da formação de grupos de trabalho (GTs). Estes se dividiram em GT Técnico-administrativo, GT Formação, GT Arquiteturo, GT Salvaguarda, GT Educação, GT Curadoria e GT Comunicação Visual/Divulgação. O objetivo foi compreender, a partir de um amplo diagnóstico, como operam os diferentes núcleos museológicos envolvidos, a fim de construir programas para a implementação do Museu de forma articulada, tendo em vista caminhos de estruturação de uma rede que contribua para a otimização dos esforços empregados na preservação e extroversão dos conteúdos e acervos já existentes na UFG.

Um dos marcos no processo de implantação do Museus de Ciências da UFG foi a realização do Seminário *Museu de Ciências da UFG: princípios norteadores*, que foi realizado nos dias 8 e 9 de dezembro de 2014. Na oportunidade, servidores docentes e técnico-administrativos, além de estudantes do curso de Museologia, reuniram-se no Câmpus Samambaia para participarem. De acordo com a presidente da comissão de implantação do Museu de Ciências, Divina das Dores de Paula Cardoso, a finalidade desse seminário foi promover discussões sobre os desafios para a implantação desse novo órgão na instituição.

Ao final do seminário, ocorreu uma plenária onde se definiu novas orientações para o início da segunda fase. Esta consiste na consolidação das ações de integração dos núcleos museológicos, a partir da elaboração de programas museológicos nos segmentos de

comunicação, criação de banco de dados, projeto arquitetônico e administração para o futuro Museu de Ciências em Rede da UFG, conforme figura a seguir.

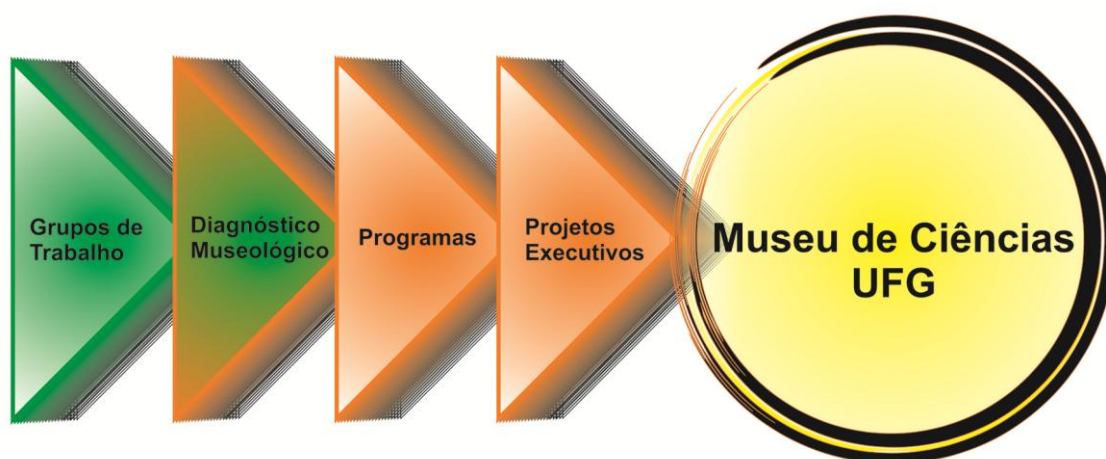


Figura 3 - Metodologia de trabalho para a constituição do MC-UFG

A partir das palestras e discussões, ao final do Seminário foi elaborada uma ata da Plenária Final, com o objetivo de definir tirar resoluções para os núcleos museológicos identificados, visando o estabelecimento e funcionamento da Rede do Museu de Ciências da UFG. Decidiu-se pela discussão e tomada de decisão dos seguintes itens: 1º) Núcleos museológicos que continuariam na Rede Museu de Ciências; 2º) Composição dos novos Grupos de Trabalho: GT_Comunicação, GT_Banco de Dados, GT_Arquitetura, GT_Técnico Administrativa.

Em 2015, os trabalhos dos GTs foram intensificados, sendo construídos a Planta Arquitetônica do que virá a ser o Espaço do Conhecimento, o site do Museu de Ciências www.mc.ufg.br, a concepção da identidade visual e marca do MC. No âmbito do GT Salvaguarda, foram discutidos a adoção de diferentes modelos de gerenciamento de acervo, com a decisão de adoção do Sistema Tainacã, desenvolvido pela Faculdade Informação e Comunicação da UFG.

Em 2016 houve a elaboração do Plano Museológico do Museu de Ciências da UFG, a laboração do Regimento Interno do Museu de Ciências da UFG, ainda aguardando aprovação no Conselho Universitário da UFG, e ainda a proposta de montagem da primeira exposição do Museu de Ciências, prevista para ser inaugurada na Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, em outubro 2016.

3. PROJETO EXECUTIVO DE COMUNICAÇÃO DO MUSEU DE CIÊNCIAS EM REDE DA UFG

Os estudos acerca da divulgação científica têm como principal objetivo aprofundar os conhecimentos sobre as relações mantidas entre ciência, tecnologia e sociedade, promovidas no âmbito da comunicação. Lúcia Santaella (2001), ao mapear a área da comunicação, afirma que há um consenso sobre o “caráter híbrido dessa área enquanto fenômeno comunicacional em si, que se faz presente e interfere em vários setores da vida privada e social e em várias áreas do conhecimento...”. Recorrendo a Delia (1987:20-22), Santaella explica a teia inter-multi e transdisciplinar da comunicação:

Como um tópico de pesquisa, a comunicação nunca se limitou a qualquer domínio social (Estado, sociedade civil, educação, etc.), a qualquer disciplina ou campo especializado dentro de uma disciplina. Na verdade, no decorrer do século, a comunicação se fraturou em uma miríade de fragmentos conceituais e práticas de pesquisa (publicidade, símbolos significantes, pesquisa de rádio, rituais interativos, levantamento de efeitos, inteligibilidade, análise cultural, etc.). (SANTAELLA, 2001, p. 80-81)

Considerando o quadro descrito acima e o fato de que a comunicação implica uma relação social, onde os cidadãos são sujeitos que compartilham determinados significados por meio de técnicas específicas, e que essa dinâmica ocorre em um espaço visitado por todos, podemos então isso configura uma comunicação pública. Elizabeth Pazito Brandão (2006) afirma que este “ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada”. A autora então descreve cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional na medida em que busca significados e acepções para o termo. O que nos interessa aqui é a articulação que ela faz entre a comunicação pública e a divulgação científica, uma vez que ambas incorporam preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência e do círculo de seus pares.

A comunicação pública e a divulgação científica utilizam um leque variado de instrumentos que vão de metodologias tradicionais de informação tecnológica para comunidades, técnicos e autoridades

até às novas tecnologias que são hoje as grandes responsáveis pela rápida expansão da rede de cientistas e divulgadores. Com esta aceção, a comunicação pública está inserida no âmbito das discussões que dizem respeito à gestão das questões públicas e pretende influir na mudança de hábitos de segmentos de população, bem como na tomada de decisão política a respeito de assuntos da ciência que influenciam diretamente a vida do cidadão. (BRANDÃO, 2006, p.4)

De acordo com a definição do ICOM, no contexto dos museus, a comunicação aparece simultaneamente como a apresentação dos resultados da pesquisa efetuada sobre as coleções (catálogos, artigos, conferências, exposições) e como o acesso aos objetos que compõem as coleções (exposições de longa duração e informações associadas). Esta perspectiva vê a exposição não apenas como parte integrante do processo de pesquisa, mas, também, como elemento de um sistema de comunicação mais geral, compreendendo, por exemplo, as publicações científicas. Esta é a lógica que prevaleceu no sistema PPC (Preservação – Pesquisa – Comunicação) proposto pela Reinwardt Academie de Amsterdam, que inclui no processo de comunicação as funções de exposição, de publicação e de educação exercidas pelo museu.

A partir do diagnóstico dos núcleos museológicos que aceitaram integrar o Museu de Ciências da UFG realizado pela Comissão de Implantação, foram identificadas diversas dificuldades na área de Comunicação Institucional em relação aos públicos internos e externos. Pensando em uma comunicação articulada em rede, O GT de Comunicação do MC_UFG já desenvolveu dentro do subprograma de comunicação visual a logomarca do museu, bem como seu manual de aplicação, e o site do Museu que vem sendo atualizado experimentalmente pela equipe do MC.

As etapas seguintes para a efetiva comunicação integrada entre os núcleos museológicos depende da articulação e da participação desses que integram o MC. A proposta é que a equipe do GT de comunicação mantenha contato permanente com os núcleos estabelecendo uma comunicação interna efetiva entre eles e otimizando a circulação de informações, entendida como eixo articulador da rede do MC. Como recomendação, a partir desse projeto executivo propõem-se que os núcleos museológicos

façam parte do Plano de Comunicação em Rede do Museu de Ciências da UFG, envolvendo as seguintes ações:

- Levantamento do histórico de comunicação;
- Levantamento e caracterização das mídias disponíveis;
- formação de uma equipe específica para a área de comunicação institucional;
- desenvolvimento de um plano de comunicação que contemple os públicos internos e externos;

- Estreitamento da relação mantida com a Assessoria de Comunicação da UFG, como forma de receber suporte para ações de assessoria de imprensa e de relações públicas;
- definição de conceitos e perspectivas de posicionamento em comunicação;
- articulação em comunicação orientada à educação;
- definição de identidade visual;
- estudo de público usual, potencial ou buscado;
- estudos de orçamento;
- desenvolvimento de acessibilidade total.

A elaboração de um Projeto Executivo de Comunicação para o Museu de Ciências da UFG foi uma das atribuições do GT Comunicação, o qual a autora desse estudo faz parte. O objetivo desse Projeto é de oferecer um planejamento na área de Comunicação Institucional, de forma a integrar as ações de comunicação dos diferentes núcleos museológicos que compõem o Museu de Ciências da UFG. As estratégias proposta visam viabilizar a articulação de profissionais, unidades de trabalho locais e órgãos da instituição, de acordo com um planejamento de ações de comunicação direcionadas a diferentes resultados e públicos distintos. Ele se justifica pela busca de um equilíbrio de relacionamento entre os núcleos museológicos, considerando as especificidades dos diferentes processos museológicos que caracterizam cada um desses núcleos.

Na perspectiva de um sistema articulado em rede, somente com a definição de estratégias de comunicação bem articuladas entre os núcleos que compõem essa rede e a definição de critérios para as notícias de valor museológico será possível promover uma interlocução continuada e a ampla difusão das informações de interesse administrativo e social, de acordo com os princípios da Divulgação Científica. As etapas e ações propostas a seguir estão direcionadas para adoção de cada núcleo individualmente, a partir da

definição de um agente de comunicação diretamente ligado à administração/direção do núcleo museológico.

3.1 Objetivos do Projeto Executivo de Comunicação

a) Objetivo geral:

Realizar ações de comunicação de forma integrada visando a articulação em rede dos 16 núcleos museológicos da UFG para ampliar a visibilidade dos núcleos museológicos.

b) Objetivos específicos:

*Esclarecer os representantes dos núcleos museológicos sobre a importância das ações de comunicação para o Museu de Ciências em Rede.

*Definir uma linha editorial para as ações de comunicação.

*Eleger agentes de comunicação.

*Definir cronograma de reuniões para compartilhar informações e definir pautas.

*Definição das Propostas de ações de comunicação a serem desenvolvidas. Podem ser estruturadas como projetos ou campanhas, de acordo com as necessidades observadas.

*Definir meios e veículos

Considerando a complexidade e heterogeneidade das fontes de informação, os diferentes públicos e estratégias de comunicação disponíveis, torna-se necessário a elaboração de critérios, como roteiros a serem seguidos na redação de cada proposta:

- Estratégias.
- Metas de execução: curto, médio ou longo prazo.
- Ações: descrição detalhada de todas as ações a serem executadas para a completa efetivação da proposta, incluindo as mídias impressas (jornais, boletins, revistas, folders, anúncios etc), eletrônicas (rádio, TV, internet) e eventos mais adequados às necessidades e características da organização.

- Fatores condicionantes: situações de diferentes naturezas (econômicas, políticas, locais etc) que podem influir positiva ou negativamente para o desenvolvimento da proposta.
- Recursos necessários para a execução da proposta: prever e discriminar todos os gastos necessários para se implantar a proposta, expondo-os por meio de quadros demonstrativos. a) humanos; b) materiais; c) físicos; d) financeiros
- Cronograma de execução da proposta: indicar com clareza as datas em que cada atividade será realizada de acordo com as metas estabelecidas.

A partir dessa avaliação, devem ser considerada apenas na proposta que foi executada, com avaliações quanto ao cumprimento dos objetivos e resultados esperados (mudança de padrões de comportamento, atitudes, etc) e que instrumentos de medição/avaliação foram utilizados para medir esses resultados

3.2 Estratégias

Nesta etapa serão delineadas estratégias para ações:

- a) Ponto de partida: Qual o problema da Articulação em rede dos núcleos museológicos da UFG?
- b) Como esta situação pode ser resolvida por meio da atividade de comunicação em termos institucionais, corporativos, de opinião pública, de relacionamentos com os públicos etc.?
- c) Análise dos públicos da organização: descrever a importância da identificação e classificação dos públicos para o bom desempenho do núcleo e para a manutenção de relacionamentos interativos entre as partes.
- d) identificar quais são, de fato, os públicos de interesse do núcleo, descrevendo os níveis da relação e de interdependência entre ambos.
- e) fazer, em quadro demonstrativo, a descrição da relação mantida pelo núcleo com cada um de seus públicos de interesse, incluindo o tipo de relacionamento, o nível de interdependência, os objetivos e resultados esperados da relação com cada público.

Relação dos núcleos museológicos e seus públicos

	Público interno	Público externo	Comunidade Acadêmica	Mídia
Importância				
Tipo de relacionamento				
Nível de interdependência				
Objetivos				
Resultados esperados				

Figura 4: Quadro demonstrativo sobre a relação dos núcleos museológicos e seus públicos

3.3 Roteiro para discussão com os agentes de comunicação dos Núcleos Museológicos

Análise da Cultura Organizacional e sua relação com a comunicação

Nessa etapa será possível desenvolver a noção de Cultura Organizacional e a importância de sua análise para a produção do Projeto Executivo. Descrição de como será feita a análise (metodologia). Elementos a serem analisados:

Diretrizes organizacionais – Conjunto de elementos que definem o planejamento estratégico da organização, fornecendo o direcionamento necessário para que ela atinja o patamar que deseja de visibilidade institucional no âmbito da interno da UFG e na sociedade. É comum no meio empresarial tomam suas decisões fundamentadas nas políticas e princípios operacionais, que hoje costumam ser manifestas por meio dos ditames do planejamento estratégico. Nem todas as organizações, principalmente no setor público, apresentam esses elementos formalizados dentro do paradigma estratégico. Neste caso, os núcleos museológicos podem tentar identificar as diretrizes que regem o órgão por

meio de entrevistas, pesquisas e observações dos cenários internos e externos, para depois tentar formalizar tais princípios e sugerir ao cliente que os adote.

Definir o que são; verificar se a organização as tem sistematizadas; por quem e quando foram definidas; se são coerentes, consistentes, claras e permanentes; e como são divulgadas aos públicos.

- a) Missão
- b) Visão
- c) Objetivos
- d) Crenças
- e) Valores

Tipo de cultura – Explicar a influência da cultura sobre a estrutura e o desempenho da organização e sobre seus empregados. (afiliativa, contemporizadora, convencional, punitiva, empreendedora, construtiva, passiva, agressiva, orientada por projetos, orientada para papéis, orientada para o poder, realizadora).

Auditoria de comunicação – a) Verificação do sistema e da eficácia da comunicação do órgão com seus públicos internos e externos). O órgão tem um departamento ou um setor de comunicação? Se sim, descrever como está estruturado, como funciona e que resultados apresenta; se possui apenas uma assessoria de imprensa externa, descrever como está estruturada, como funciona, se gera resultados ou não; caso não tenha assessoria de imprensa, como ela lida com a mídia de seu interesse?

b) que valor a organização atribui às políticas de comunicação com seus públicos? O sistema de comunicação adotado pela organização é adequado às suas necessidades e gera resultados positivos para ela?

c) estrutura da comunicação interna da organização: quem é responsável por ela, que veículos utiliza (descrever as mídias: tipo, objetivos, características, periodicidade, qualidade, etc)

d) que sistemas de comunicação externa a organização utiliza: qual setor é responsável por esta comunicação; que veículos a empresa utiliza nessa comunicação, com que públicos a empresa se comunica com maior frequência?

e) como a comunicação da organização é recebida pelos públicos aos quais é dirigida?

Análise do comportamento ético do órgão

a) Código de ética e de princípios operacionais? (Esse documento pode receber várias denominações: Nosso Credo; Em que acreditamos; Nossos valores, etc). Se existe o documento, pode-se assegurar que seus princípios são praticados? Como?

b) Como será assumida a responsabilidade pública e social?

c) Definição da Identidade corporativa: Conceito e importância da identidade corporativa para o MC; a organização desenvolve programas corporativos de comunicação, marketing, vendas, atendimento ao cliente, responsabilidade social?

d) sobre que elementos a organização construiu ou constrói a sua identidade corporativa (logotipo, cores, bandeira, fachada etc)? Qual a importância desses símbolos e sinais para reforçar o conceito corporativo? Eles são usados de forma sistemática e coerente, permitindo a memorização?

d) como a organização diz que ela é? Como ela comunica aos seus públicos o que ela é e quais são seus valores?

Como demonstra sua força econômica, o uso da tecnologia, modernidade e promove sua visibilidade no mercado?

e) como a opinião pública percebe o MC?

f) Manual do uso da Marca Institucional ou um Manual de Comunicação do Órgão? Qual o valor desses manuais?

Análise estratégica (Diagnóstico em conjunto)

Essa é a etapa na qual a equipe irá desenvolver uma análise sincrônica do MC. Desenvolvida com base nas informações obtidas no *briefing* e na análise dos ambientes internos e externos em que o órgão está inserido, a análise estratégica permite que os agentes de comunicação identifiquem fortalezas e vulnerabilidades do cenário interno, para que, em seguida, possam fazer uma análise situacional do cenário externo, avaliando as

oportunidades e as ameaças do ambiente econômico-social-político-mercadológico em relação à organização-cliente.

Ao finalizar a análise, o grupo fará um *benchmarking* para identificar práticas eficazes que vêm sendo adotadas por organizações excelentes e que possam ser aproveitadas para o aprimoramento da parte organizacional ou operacional do órgão. Seguem os pontos a serem analisados:

Análise do cenário interno:

a) Pontos fortes: identificar e justificar (em tópicos) as políticas, comportamentos, fatores, atividades e ações que influenciam de maneira positiva o desempenho interno da organização.

b) Pontos fracos: identificar e justificar (em tópicos) as políticas, comportamentos, fatores, atividades e ações que influenciam de maneira negativa o desempenho interno dos núcleos.

Análise do cenário externo

a) Oportunidades: consideradas dentro do ambiente setorial externo em que opera o MC. Identificar, demonstrar e explicar em tópicos como cada oportunidade pode favorecer a organização.

b) Ameaças: devem ser apresentadas da mesma forma que as oportunidades, deixando claro por que uma ameaça pode prejudicar o MC em rede.

Resultados esperados

Na parte final desse Projeto deve ocorrer o balanço entre os problemas detectados, os objetivos estabelecidos nas propostas e os resultados alcançados, tanto em termos de benefícios econômicos para a organização como em reforço e manutenção de imagem institucional positiva para com seus públicos estratégicos.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O reconhecimento da importância do papel dos museus de ciência pertencentes às universidades brasileiras, para a divulgação científica e para a educação não formal, representa uma postura estratégica de grande relevância e interferência social. Em relação aos núcleos museológicos apresentados nesse trabalho, fica evidente a relevância do processo de articulação em rede desses núcleos visando a potencialização das atividades de divulgação científica do Estado de Goiás. A colaboração entre os núcleos museológicos da Universidade Federal de Goiás (UFG) permite a formação de uma rede ampla capaz de superar com maior facilidade as dificuldades próprias da organização administrativa e operação interna dos mesmos.

Na medida em que buscou evidenciar o processo de articulação e criação do Museu de Ciências da UFG, concebido a partir do princípio de atuação em rede dos núcleos museológicos que possuem diferentes níveis de consolidação dentro UFG, esse trabalho monográfico de conclusão de curso defende a conveniência do uso efetivo de estratégias planejadas no processo de construção de uma comunicação institucional estratégica para o cumprimento da missão e objetivos do Museu de Ciências da UFG.

Com o presente Projeto Executivo busca-se uma articulação programática entre os núcleos museológicos para além das ações de divulgação de informações. Espera-se a ampliação das possibilidades de atuação conjunta, considerando a heterogeneidade temática dos núcleos museológicos, os diferentes níveis de consolidação institucional e as dinâmicas já existentes para as ações educacionais, de comunicação visual, de pesquisa, entre outras.

Considerando o caráter essencialmente interdisciplinar da Museologia enquanto disciplina científica e tendo os museus como objeto fundamental de investigação acadêmica, pode-se entender que essa área do conhecimento deve se ocupar com tudo que diz respeito às instituições museais, em suas diversas tipologias. A partir de uma metodologia qualitativa e interdisciplinar, outros estudos e pesquisas ainda devem abordar as vertentes de Comunicação inerentes às atividades de uma instituição museal, bem como as interconexões e arquiteturas que uma estrutura articulada em rede proporciona.

Com base no conteúdo apresentado no presente trabalho, acredita-se ser conveniente um uso efetivo destas informações no processo de construção de uma

comunicação planejada e estratégica para o cumprimento da missão e objetivos do Museu de Ciências da UFG.

REFERÊNCIAS

- ATELIÊ TIPOGRÁFICO UFG. **Ateliê Tipográfico do Centro Editorial e Gráfico da UFG**. Online. Disponível em: <<https://tipografia.cegraf.ufg.br/>>. Acesso em: 03 jul. 2016.
- BARROS, Fernando Antônio Ferreira. **Os avanços da tecnociência, seus efeitos na sociedade contemporânea e repercussões no contexto brasileiro**. Em: *A era do conhecimento: matrix ou ágora?* BAUMGARTEN, Maíra (Org.) Porto Alegre/Brasília: Ed. Universidade/UFRGS/Ed.UnB, 2001
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Conceito de comunicação pública**. Em DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2ª ed., São Paulo: Atlas, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede: A era da Informação Economia, sociedade e cultura; v.1**. Tradução: Roneide Venâncio Majer, atualização para 6ª edição: Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999;
- COMISSÃO DE IMPLANTAÇÃO DO MUSEU DE CIÊNCIA DA UFG. **Plano Museológico do MC**, 2016;
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Atlas, 3ª ed. 1991 São Paulo;
- DUARTE CÂNDIDO, Manuelina Maria. **Gestão de museus, um desafio contemporâneo: diagnóstico museológico e planejamento**. 1a. ed. Porto Alegre: Editora Medianiz, 2014. v. 1. 240p;
- LÉVY-LEBLOND, Jean-Marc. **Cultura Científica: impossível e necessária**. Em VOGT, Carlos (org). *Cultura Científica: Desafios*. São Paulo: Edusp:FAPESP, 2006;
- LORENZETTI, Gisele; RIBEIRO, Eduardo. **Planejamento estratégico em Assessoria de Imprensa**. Em DUARTE, Jorge (org). *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4ª ed. , São Paulo: Atlas, 2011.
- MARQUES, Roberta Smania; SILVA, Rejane Maria Lira da.. **O Reflexo das políticas universitárias na imagem dos museus universitários: o caso dos museus da UFBA**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio PPG-PMUS Unirio|MAST vol.4 , p. 63-84, 2011

MASSARANI, L.; MOREIRA, I. **Aspectos Históricos da divulgação científica no Brasil**. Em: *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Org.: MASSARANI, Luiza.; MOREIRA, Ildeu.; BRITO, Fátima. Rio de Janeiro, RJ: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, p. 43-64, 2002

POLINO, Carmelo, VOGT, Carlos (orgs.). **Percepção pública da ciência: resultados da pesquisa na Argentina, Brasil, Espanha, e Uruguai**. Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo, SP: Fapesp, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

VOGT, Carlos (org). **Cultura Científica: Desafios**. São Paulo: Edusp:FAPESP, 2006.

_____. **A espiral da cultura científica**. 2003. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura01.shtml>>. Acesso em: 10/04/2016, 16:30:25

VIVER ENGENHARIA. **Museu Viver Engenharia**. Online. Disponível em: <<https://viverengenharia.emc.ufg.br/n/83288-o-museu-viver-engenharia>>. Acesso em: 3 jul. 2016.