

**DIFUSÃO CIENTÍFICA: I e II COLÓQUIO DO OBSERVATÓRIO DA
EDUCAÇÃO NA AMAZÔNIA**

**SCIENTIFIC DISSEMINATION: I and II COLLOQUIUM OF THE
EDUCATION OBSERVATORY IN AMAZON**

Anne Karynne Almeida Castelo Branco¹, Amarildo Menezes Gonzaga²

¹Universidade do Estado do Amazonas/Programa de Pós-Graduação em Educação e Ensino de Ciências
na Amazônia/Escola Normal Superior, annecbranco@gmail.com

²Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas/Universidade do Estado do
Amazonas, amarildo.gonzaga@yahoo.com.br

RESUMO

Estudo resultante do Processo de Difusão Científica (PDC) de vivências e experiências de pesquisadores vinculados ao Projeto do Observatório da Educação/Capes, desenvolvido em uma escola pública de Manaus. Os marcos do PDC foram o “I e II Colóquio do Observatório da Educação na Amazônia”, realizado na Universidade do Estado do Amazonas. Parte das reflexões dos conceitos de Divulgação Científica, Comunicação Científica e Difusão Científica visando à compreensão sobre suas características e possíveis adequações. Trata-se de trabalho empírico, de abordagem qualitativa, considerando observações dos momentos em que as atividades de difusão dos processos e produtos caracterizadores do respectivo PDC foram realizadas. Aplicou-se questionário para avaliar os efeitos do PDC, observando-se: construção da marca, escolha das mídias e a divulgação propriamente. O resultado demonstrou que o I e II Colóquio foram de grande relevância para os integrantes do POE e também para o PDC na construção de novos saberes.

Palavras-chave: Divulgação Científica. Comunicação Científica. Difusão Científica. Mídia. Colóquio.

ABSTRACT

Study resulting from Scientific Diffusion Process (CDP) of experiences and experiences of researchers involved in a project of the Centre of Education / CAPES, developed in a public school in Manaus. The milestones were the PDC "I and II Colloquium of the Education Observatory in the Amazon," held at the University of the State of Amazonas. Part of the reflections of the concepts of Scientific Communication, Scientific Communication and Dissemination Research aimed at understanding its characteristics and possible compromise. This is empirical work, qualitative approach considering remarks of times that the activities of diffusion processes and characterize their products PDC were performed. A questionnaire was applied to assess the effects of PDC, observing: brand building, media and choice of proper disclosure. The result showed that the Colloquium I and II were of great importance to the members of the POE and also to the PDC in the construction of new knowledge.

Key words: Scientific Communication. Scientific Dissemination. Scientific Diffusion. Media. Colloquium.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E DIFUSÃO CIENTÍFICA: ALGUNS FUNDAMENTOS

Antes de adentrarmos na abordagem sobre Divulgação Científica (DC) propriamente dita, precisamos refletir sobre os conceitos referentes à Comunicação Científica (CC) para melhor compreensão do que nos propusemos a discutir neste trabalho. A CC é pensada e repassada para um público de especialistas. Ela se caracteriza pela veiculação de informações científicas aos grupos de iguais – intrapares e grupos de afins – extrapares, sempre mantendo a linguagem científica como característica principal. Já a DC reside na transformação dos conceitos científicos, através de uma linguagem mais simples e adequada ao público leigo. Desta forma, podemos perceber, apesar de ter em comum o repasse do conhecimento científico, ambos os conceitos se diferenciam em aspectos como: “perfil do público, o nível de discurso, a natureza dos canais ou ambientes utilizados para sua veiculação e a intenção explícita de cada processo em particular” (BUENO, 2010, p. 02).

Apesar de Brandão (2001) identificar na prática discursiva da DC a heterogeneidade do discurso científico e o discurso jornalístico, já nos deixa pistas da importância do uso dos recursos extralinguísticos como estratégia de aproximação para com o leitor, por exemplo, os recursos visuais, de maneira a persuadi-lo da legitimidade do conhecimento. Podendo ser pensada também como algo mais amplo, interdisciplinar, que vai além do jornalismo científico, pois contempla outras “áreas da comunicação midiática como artes (audiovisual e histórias em quadrinhos), literatura e editoração (livros didáticos), além de outros tentáculos que compõem a midialogia (FERREIRA, 2009, p.02).

Isso pode ser feito por meio da linguagem escrita, da imagem, do som e de outras formas de comunicação. Bueno (2009) afirma que a DC também inclui algumas campanhas publicitárias ou de educação.

Por fim, apresentamos o termo Difusão Científica, que segundo Bueno (1988), engloba todo e qualquer recurso para a veiculação de informações científicas e tecnológicas, ou seja, tanto as informações já decodificadas que podem ser divulgadas em um meio de comunicação de massa, como as informações codificadas de uma revista científica. Já para Pasquali (1979), a Difusão Científica está relacionada ao compartilhamento de informações por meio de código e linguagens universais, que possam ser compreendidas por qualquer pessoa.

Assim nos respaldamos, tanto na fase do planejamento e execução das atividades de difusão dos processos e produtos caracterizadores do conhecimento científico do Projeto vinculado ao Programa do Observatório da Educação – POE/Capes, vivenciado em uma escola pública de Manaus, através do I e II Colóquio do Observatório da Educação na Amazônia, quanto na fase da análise dos resultados.

A MÍDIA COMO ELEMENTO ARTICULADOR NA DIFUSÃO CIENTÍFICA

A palavra mídia vem do latim, que significa “meios”, aqui pensados como meios de comunicação para a Difusão Científica. No entanto, tecnicamente são enquadrados para distingui-los em diferentes meios: rádio, TV, cinema, internet e mídias móveis são chamados de mídia eletrônica; revistas, jornais, outdoors e folhetos (panfleto, folder, *flyer*) são mídia impressa; materiais promocionais como: faixas, camisetas, brindes, etc. são mídia alternativa.

Para atingir o público-alvo, é necessária a utilização de diversas mídias ao tempo, combinando formatos diferenciados com a manutenção da identidade visual e da informação que se deseja comunicar para transmitir uma mesma ideia – *cross media*. Sampaio (1999) diz que cada meio de comunicação, cada veículo é único, tem uma finalidade específica e uma maneira diferente de atingir o público-alvo.

A seguir nos centraremos no contexto que nos direcionou neste percurso investigativo.

O POE: UM CAMPO PARA A DIFUSÃO CIENTÍFICA NA ESCOLA

Em 2010, após a constatação de um índice abaixo no IDEB em uma escola estadual de Manaus, pesquisadores de um Programa de Pós-Graduação em Educação e Ensino de Ciências na Amazônia propuseram à escola participar do POE/Capes. O objetivo era estabelecer parceria para melhorar o desempenho avaliativo dos alunos, com metodologias interdisciplinares, em acordo com as metas do Plano de Desenvolvimento da Educação – PDE (BRASIL, 2012).

I COLÓQUIO DO OBSERVATÓRIO DA EDUCAÇÃO NA AMAZÔNIA

Antes mesmo de iniciarmos o planejamento do evento em questão, sempre procuramos levar em consideração que estamos sendo bombardeados de informações, imagens e sons a todo instante. Por este motivo, a preocupação em criar uma marca que seja interessante e que comunique o real sentido da atividade proposta. A marca será o primeiríssimo aval do produto, devendo ser sinônimo de confiabilidade e qualidade MARTINS (2002).

Observamos que o POE/CAPES, possuía como produto principal a pesquisa científica fruto da observação em uma escola pública de Manaus e que a sua marca, desenvolvida pelo próprio grupo, era pouco utilizada nas atividades de divulgação e pouco difundida até mesmo entre os integrantes do próprio grupo. Portanto, para a divulgação do “I Colóquio do Projeto Observatório da Educação na Amazônia”, outras atividades futuras ou mesmo suas produções fizeram-se necessárias, primeiramente, criar uma identidade visual para o grupo. Repensamos a marca já existente, assim foi possível expressar conceitualmente o real significado das atividades desenvolvidas.

Especificamente sobre o PDC do I Colóquio, aquele teve como público-alvo alunos e professores da Escola e comunidade acadêmica em geral. Com base nestas informações e nos recursos disponíveis, foi feita a escolha, pelas redes sociais (Twitter e Facebook), que se deu pela proximidade com o público-alvo, tanto os alunos da escola, os integrantes do POE, como os acadêmicos em geral. Outro fator determinante foi o fato de o Grupo não possuir verba para a divulgação do evento, sendo a rede social um canal gratuito para gerar relacionamento com pessoas das áreas de interesse do tema. O uso de *e-mails* com informações e a programação do evento, foram também utilizados. Sendo enviadas para as principais Instituições de Ensino Superior, Secretarias de Educação e Órgão de Fomento.

Como resultado, verificamos que a *fan page*, gerada duas semanas antes do evento, não foi compartilhada pelo grupo para o público externo. Tornando-se restrita a uma pequena parte do próprio grupo do POE que curtiu a página, subutilizando a ferramenta como um grupo fechado. E o Twitter não atingiu seguidores, nem mesmo o próprio grupo seguiu o @POE_AM na rede. Se pensarmos no ciclo de vida das redes sociais, previsto por Safko e Brake (2010), veremos que não houve tempo hábil para que a integração e maturidade do grupo pudessem acontecer de maneira satisfatória.

Os *releases* objetivados para gerar divulgação espontânea (gratuita) na imprensa local, já que não dispúnhamos de verba para a compra de inserções, foram enviados para todas as emissoras de TV em Manaus. Tivemos o retorno da TV Amazonas, afiliada da Rede Globo. A entrevista seria realizada em *link* ao vivo, no 1º bloco do Jornal Amazônia TV, com cobertura em toda a Região Norte e segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE maior índice de audiência no horário. Esta atividade se caracteriza pela função de relações públicas, o qual possui papel importante de gerar relacionamento com a imprensa e com a opinião pública, de acordo com Ogden e Crescitelli (2007). Mas, por incompatibilidade de horário e

desencontros com a equipe do POE, a entrevista não foi realizada. No caso dos jornais, os *releases* foram enviados aos veículos, no entanto, não obtivemos resposta. Vale ressaltar que este foi o primeiro contato do grupo com a imprensa.

Além disso, para o I Colóquio, foram preparados cartazes e *folders* com a função de reforçar, o que já fora proposto em outras mídias. Optamos também pela faixa como forma de reforçar e manter a informação no local do evento. Bem como, a confecção de camisas personalizadas, que tiveram o objetivo de promover a nova marca, além de caracterizar a uniformidade do grupo. Decorrente dos fatos apresentados corroboramos com Viana (2004), quando afirma que a comunicação deve ser constante, criando um relacionamento sólido e duradouro com a imprensa, mas também com a sociedade, construindo e formando uma imagem positiva.

IMPRESSÃO DOS PARTICIPANTES SOBRE O I COLÓQUIO

De acordo com a pesquisa realizada com os participantes do evento em questão, mediante aplicação de questionário, percebemos que o grupo do POE entende que o I Colóquio possui grande relevância para a sua formação como professor/pesquisador e contribui para a divulgação dos seus trabalhos, resultado de suas pesquisas, tanto na escola – onde está sendo ambientada sua pesquisa, quanto na Universidade.

Outro ponto observado é que o grupo tem a percepção, mesmo que empírica, da importância da preparação de um evento como este, que vai além da estrutura física, programação, logística, etc. Mas que também perpassa pela divulgação, desde a construção de uma marca para identificação e maior uniformidade ou mesmo através dos meios de comunicação, sejam eles de massa como a TV e o rádio ou a divulgação boca a boca para os seus pares e afins.

O que, no entanto, foi percebido é que apesar de este na pesquisa ter se demonstrado ser eficiente no compartilhamento de dados através das redes sociais, a própria página do Facebook não demonstra esse volume de compartilhamentos e nem *retweets* no Twitter, além de pouco se ter a presença do público externo.

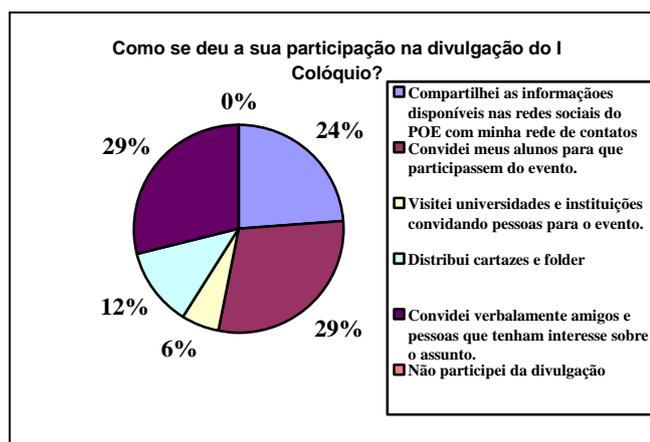
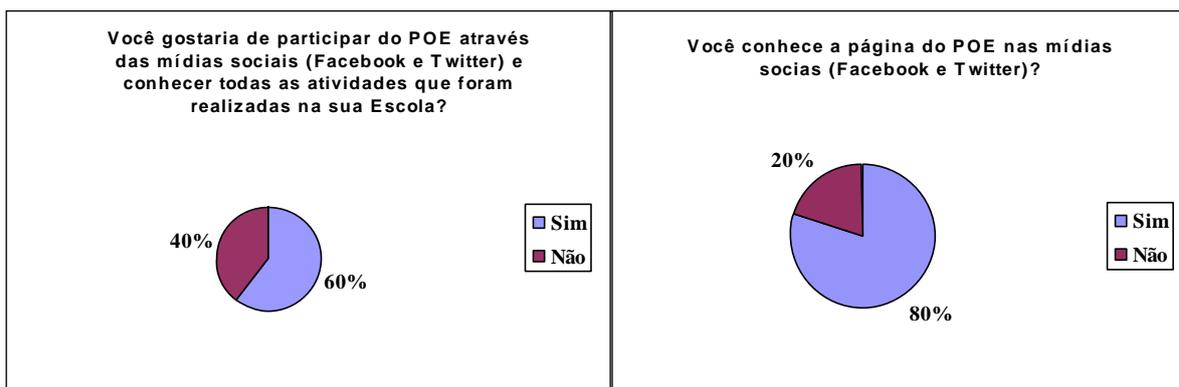


Gráfico 01: Contribuição dos integrantes do POE na divulgação do I Colóquio

Percebemos ainda, que o evento foi apreciado por todos os professores e diretora da Escola, tendo interesse de que ele ocorresse novamente com palestras e oficinas.

Identificamos que a maioria conhece o POE nas redes sociais, mas também são relevantes os que não costumam usá-las.



Gráficos 02 e 03: Conhecimento e participação dos professores da Escola nas redes sociais utilizadas pelo POE.

Ao cruzar as informações com as páginas do POE, verificamos que os professores não as curtiram, demonstrando possibilidade em interagir com eles.

Sentimentos como prestígio e privilégio foram sentidos pelos professores durante o evento, porém a sensação de ser apenas ouvinte parece latente nos participantes:

Senti-me privilegiada por receber o resultado do Projeto realizado nesta escola. A parceria com a UEA, através de seus representantes, trouxe um novo olhar sobre metodologias a serem aplicadas nas aulas de língua portuguesa, matemática e ciências. “Agradecemos imensamente a oportunidade que nos foi dada como escola pública.” E ainda “Apenas como ouvinte.”

No caso dos alunos, a maioria afirma ter gostado do evento. Mesmo não tendo compreendido na sua totalidade as palestras e/ou oficinas saíram com a sensação de valorização, diversão e principalmente de que a atividade trouxe maiores aprendizados com o interesse de que eventos do tipo acontecessem mais vezes no ambiente escolar. “Eu me senti muito honrada de estar participando deste evento” ou “Muito legal, interessante e outras coisas mais. Eu queria que acontecesse mais isso, porque precisamos muito disso.”

Poucos conhecem a página do POE nas redes sociais, porém existe o interesse de conhecer as atividades realizadas na Escola por esses meios. Tendo como principal fonte de conhecimento para o evento os próprios integrantes do POE ou mesmo a direção, pedagoga ou professores.

Este aprendizado e a experiência da participação em outros eventos nos proporcionaram pensar de forma mais eficiente, um ano depois, para a execução do II Colóquio do Observatório da Educação na Amazônia.

II COLÓQUIO DO OBSERVATÓRIO DA EDUCAÇÃO NA AMAZÔNIA

A intenção era que na fase final do Projeto, fosse possível compartilhar dos momentos investigativos/interventivos vivenciados por seus integrantes e a partir da troca com o público substanciar seus aprendizados.

O evento teve como tema "A Interdisciplinaridade como desafio no Ensino Público" com o objetivo de contar as experiências dos pesquisadores do POE, a partir de suas trajetórias investigativas percorridas no triênio 2011 - 2013.

Iniciamos dois meses antes, pensando na estrutura da programação. Enquanto esta era formalizada, iniciamos a divulgação em forma de teaser, ganhando tempo para os ajustes e criando expectativa na *fan page* do POE (www.facebook.com/poamazonas) que já estava perto de alcançar 500 fãs, sendo a mídia principal para a divulgação.

A marca do POE foi estilizada e ganhou ares de interdisciplinaridade, pensando em uma identidade visual exclusiva para o evento. A postagem com esse formato ficou sendo compartilhada por três semanas. Nesse período, elaboramos outras, ainda em forma de teaser, com a foto dos pesquisadores.

De acordo com Schiffman e Kanuk (2009), fazemos parte de grupos, sejam eles pequenos de duas pessoas ou um grupo maior, porém que interagem com objetivos e metas em comum, podendo ser um grupo associado – no qual a pessoa pertence – ou

mesmo um grupo simbólico – em que adota ou mesmo possui comportamentos e interesses em comum.

Esse conceito nos demonstra que o grupo de referência pode impactar na atitude e comportamento, sendo possível efetuar mudanças por meio de ações planejadas, levando em consideração esses sujeitos, afirma Schiffman e Kanuk (2009).

Dessa forma, a partir da nossa observação de ações anteriores na fan page, fomos percebendo que os pesquisadores proporcionavam credibilidade a página e conseqüentemente ao evento. Essa foi também uma alternativa para que interagissem e participassem mais ativamente da divulgação, gerando um fluxo de informações que favorecesse atingir esse grau de confiabilidade.

Esses grupos além de informar ou conscientizar aqueles que interagem ou observam, visam também uma opção de comparar sua opinião com as atitudes de outros, influenciar e ainda legitimar decisões, diz Schiffman e Kanuk (2009). O que nos levou a perceber que tínhamos na *fan page* (grupo ou comunidade virtual), esse potencial para legitimar nossas produções. Assim como o pesquisador, enquanto especialista, utilizava desse apelo para legitimar mesmo que inconscientemente a *fan page*.

Portanto, a ação proposta foi lançar diariamente uma postagem com um novo pesquisador e aos poucos o evento ia tomando a “cara do grupo”, no álbum gerado para divulgação. Aleatoriamente as fotos foram sendo dispostas, não sendo levado em consideração hierarquias ou mesmo titulações, afinal sejam graduandos, mestrandos, doutoranda ou doutores todos tinham experiências pra contar, todos eram pesquisadores.

Na segunda postagem com as fotos, já percebemos a inquietação em saber do que se tratava, através de um comentário: “Muito misteriosa você, mas sei que coisa boa virá”. Assim também percebemos que mesmo sem saber exatamente do que se tratava, a marca do POE e a marca pessoal do pesquisador já nos davam a credibilidade almejada. Vale ressaltar, que no momento em que esse texto está sendo escrito, o convite para o II Colóquio foi a publicação com maior alcance orgânico da *fan page* – 1.517 visualizações na primeira postagem e em uma segunda postagem 1.127 visualizações. Totalizando 2.644 visualizações.

O convite e mesmo a programação foi também enviada por e-mail, assim fizemos uso do *mailing list* de outros de eventos afins por entender que essas pessoas tinham interesses em comuns com os nossos.

Utilizamos alguns cartazes e programação, que foram afixados pelos próprios pesquisadores nas instituições que trabalhavam e na UEA/ENS. Banners também foram colocados para identificação do local do evento, além da confecção de camisas para o grupo.

As inscrições foram realizadas previamente, utilizando o Google Drive, o que nos possibilitou o acompanhamento do número de inscritos e seu perfil, a socialização anterior ao evento e inclusive adequação da linguagem por uma melhor compreensão de quem estaria nos assistindo. Foram feitas inscrições também diretamente com turmas de Pedagogia da UEA e outras IES. O que ficou refletido nos dados a seguir:

Verificamos que a divulgação feita na UEA, por amigos e integrantes do POE, a conhecida propaganda boca a boca, foi o que mais gerou inscrições. Juntos (62%), demonstrando a interação dos pesquisadores e o empenho em divulgar. No entanto, foram relevantes as inscrições intermediadas pelo Facebook (28%) e ainda aqueles que o fizeram pelo *link* (3%) na página da UEA.

Observamos a diversidade de IES (80%), com destaque para as parceiras UEA e IFAM, que conseguimos atingir com a divulgação pela internet. Além das representações de ensino fundamental e médio, como é o caso das Secretarias de Educação, além de escolas públicas e privadas (16%).

O evento contou com a participação de 126 pessoas, sendo que 108 não eram integrantes do POE. Ao final das apresentações dos pesquisadores, via comunicação oral, entregamos questionários de avaliação para os participantes, com exceção dos pesquisadores, nesse primeiro momento. Das 108 pessoas que participaram, recebemos 40 questionários devidamente respondidos.

Nestes podemos identificar que a maioria deles eram alunos de graduação (80%), seguidos de professores (15%) e outros (5%), que não especificaram suas formações.

Os dados demonstraram a importância do II Colóquio na formação de professores, visto que 92% deles ou eram graduandos ou graduados, que nos prestigiaram motivados na sua grande maioria, pela temática interdisciplinaridade e educação no ensino público (57%) ou ainda pelas experiências dos pesquisadores contribuírem com seus estudos (39%). Mas, apesar de não terem respondido o questionário de avaliação, identificamos também a presença de mestre e doutores, profissionais com trabalhos relevantes na área e que contribuíram para nossas pesquisas.

Sendo perceptível aos participantes, evidenciado em suas respostas quando perguntados se contribuiu com suas formações e suas impressões sobre o evento.

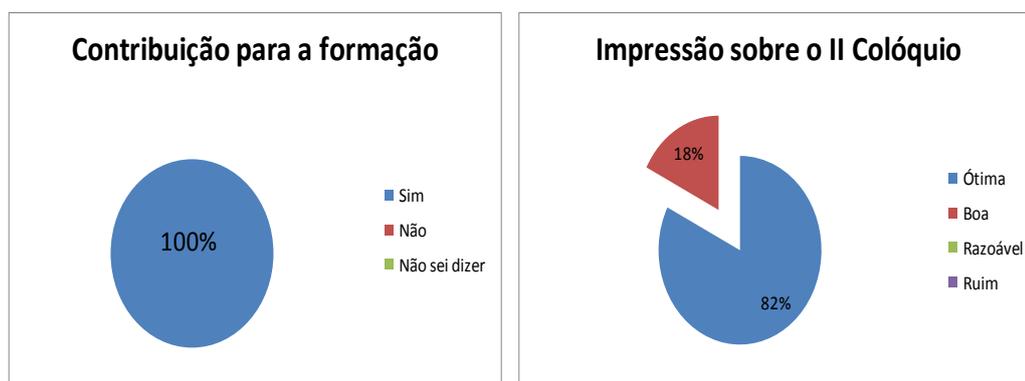


Gráfico 04 e 05: Contribuição para a formação e impressões sobre o II Colóquio.

Os integrantes do POE (12), também tiveram a oportunidade de expor suas opiniões através de questionário aplicado durante reunião de avaliação do Projeto.

Os pesquisadores identificam a organização, a divulgação e a troca de conhecimentos como fator fundamental para o sucesso do II Colóquio e assim descrevem suas impressões: “Foi um evento muito rico de conhecimentos. Acredito que a comunidade conseguiu compreender o que desenvolvemos.” Ou ainda “O evento proporcionou a divulgação de nossas pesquisas a professores da Educação Básica e futuros professores.” No entanto, possuem um grau de criticidade maior que os demais participantes, provavelmente por estarem envolvidos com a construção do evento. Mas é interessante observar que as dificuldades, não ficaram perceptíveis para aqueles que por nós foram convidados.

O mais relevante para os pesquisadores que dizem ter o evento contribuído para sua formação e pesquisas, foi a possibilidade de apresentar suas experiências ao público externo, como uma forma de ter suas ideias submetidas a outros olhares, divulgar suas pesquisas e contribuir com a formação de outros professores. Suas respostas ilustram: “À medida que mostrou como um ensino com pesquisa tem possibilidade de desenvolver a autonomia de professores em formação/pesquisa.” ou “Com minha formação, sim. É muito positiva a divulgação de nossas pesquisas, estudos, para contribuir com nossa própria formação e reflexão, bem como, com a formação e esclarecimento de outras pessoas.

Demonstraram também ter a percepção quanto às dificuldades de se pensar e organizar um evento com ausência de recursos que o viabilizem. “Considerando o curto espaço de tempo em que foi organizado, assim como a falta de recurso, o evento foi muito significativo, gerando oportunidade de aprendizagens. E se surpreendem com a

expressividade do público que esteve presente. “O que mais me surpreendeu foi ter a quantidade de pessoas que compareceram ao evento, e a oportunidade que tivemos de divulgar de forma transparente (falando do que deu e não deu certo) nossa pesquisa, resultado de nossas intervenções.” Evidenciando quando descrevem suas impressões sobre o I e o II Colóquio.

P1 - Entendo que esses colóquios foram uma grande iniciativa, possibilidade, de os pesquisadores se verem realmente como autores, divulgando os resultados de suas pesquisas e sujeitos a críticas externas, o que é importante para avançar em seu modo de perceber o que construiu.

P2 - O I Colóquio aconteceu de forma tímida, somente entre nós pesquisadores, mas também foi significativo para nosso desenvolvimento. Já o II Colóquio foi surpreendente, apresentamos trabalhos e posicionamentos mais solidificados e a participação do público externo foi um incentivo a mais.

Trazem à tona a forma intimista da primeira versão, que aconteceu na Escola, entendem a importância de ambas e sobrepõem o amadurecimento intelectual coletivo, além da superação de conflitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após uma melhor compreensão sobre a Comunicação Científica, Divulgação Científica e Difusão Científica percebemos o quão importante são na propagação dos processos e produtos caracterizadores do conhecimento científico. Assim como, as experiências vivenciadas nos três anos de pesquisa oriundos do POE e socializadas no I e II Colóquio.

Assim, entendemos que o II Colóquio do Observatório da Educação na Amazônia foi pensado e organizado levando em consideração os resultados e discussões do I Colóquio. A descrição dos pontos positivos e pontos a melhorar, bem como o diálogo com os autores foram de suma importância para a condução da segunda edição.

Desde a data do evento, passando pela construção processual da *fan page*, o envolvimento dos pesquisadores, até a divulgação propriamente dita, tudo foi levado em consideração. No entanto, percebemos que ainda precisaríamos trabalhar a relação com a imprensa, buscando aproximá-la do Projeto por meio das temáticas educação e ciências. Bem como, pensar na escola, levando em consideração suas necessidades e o seu calendário. Pois, apesar de terem sido convidados e termos como proposta uma representatividade dos alunos contemplados com as intervenções, professores e gestores, houve conflito com os jogos escolares, que aconteceram no mesmo dia e hora, inviabilizando suas participações, o que foi sentido e percebido por todos.

Percebemos, portanto, a relevância de eventos como o I e II Colóquio do Observatório da Educação, para a difusão dos conhecimentos científicos gerados por nossas pesquisas.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, H. N. **Gêneros do discurso na escola: mito, conto, discurso político, divulgação científica.** 2 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

BRASIL, Ministério da Educação. **Plano de Desenvolvimento da Educação.** 2012. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/livro/index.htm>>. Acesso em 27 de outubro de 2012.

BUENO, W. da C. B. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais.** V. 15, nº especial. Londrina: 2010.

_____. **Jornalismo científico: revisitando o conceito.** In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: All Print, 2009.

_____. **Jornalismo científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos.** São Paulo: CJE / USP, 1988.

FERREIRA, R. A. A. **Divulgação Científica midiática: produção dos meios e capacitação.** FORO IBERO-AMERICANO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. 2009. Disponível em: <http://www.oei.es/forocampinas/pdf_actas/comunicaciones/grupo1/006.pdf> Acesso em: 13 dez. 2013.

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!** 4 ed. São Paulo: Futura, 2002.

OGDEN, J. R.; CRESCITELLI, E. **Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas.** 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PASQUALI, A. **Comprender a comunicación.** Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editora, 1979.

SAFKO, L.; BRAKE, D. K. **A Bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios.** Tradução James Gama. São Paulo: Blucher, 2010.

SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** 2 ed. Rio de Janeiro: Campus: ABP, 1999.

SCHIFFMAN, L.G; KANUK, L.L. **Comportamento do Consumidor;** tradução Dalton Conde de Alencar; revisão técnica Carlos Alberto Vargas Rossi. 9ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

VIANA, F. **Comunicação empresarial de A a Z: temas úteis para o cotidiano e o planejamento estratégico.** São Paulo: CLA, 2004.