REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NA TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA: CONEXÕES ENTRE INSTITUIÇÕES DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, EMPRESAS E SOCIEDADE

STRATEGIC COMMUNICATION IN TECHNOLOGY TRANSFER: CONNECTIONS BETWEEN SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION INSTITUTIONS, COMPANIES AND SOCIETY

Priscila Aparecida Henrique Scarparo
São José dos Campos – SP – Brasil
Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA) – São José dos Campos – SP – Brasil
E-mail: priscarparo12@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0006-2793-3523
Lattes: https://lattes.cnpq.br/8433295471037260

Eribel de Souza Miranda Santos
Divisão de Projetos de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação
Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação – ITA
São José dos Campos – SP – Brasil
E-mail: eribelsms@gmail.com
ORCID: 0009-0003-6862-5728
Lattes: https://lattes.cnpq.br/0858483874412770

RESUMO

A produção de conhecimento científico e tecnológico não se encerra no ambiente em que é desenvolvida. Para que resultados de pesquisa, tecnologias e competências produzidos por instituições de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) alcancem empresas e sociedade, são necessários processos de comunicação capazes de organizar informações, traduzir conhecimentos especializados e favorecer relações entre diferentes atores. Este artigo discute o papel da comunicação estratégica na aproximação entre instituições de CT&I, empresas e sociedade nos processos de transferência de tecnologia. Trata-se de estudo qualitativo, exploratório e teórico-reflexivo, fundamentado em revisão narrativa da literatura, análise dos marcos legais citados e reflexão sobre experiências profissionais das autoras. A análise organiza a discussão em dimensões interna, interinstitucional e social. Conclui-se que a comunicação constitui competência transversal capaz de tornar tecnologias e capacidades institucionais mais compreensíveis e conectáveis a potenciais parceiros e beneficiários.

Palavras-chave: Comunicação estratégica; Transferência de tecnologia; Ciência, Tecnologia e Inovação; Comunicação científica; Inovação.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

ABSTRACT

The production of scientific and technological knowledge does not end in the environment in which it is developed. For research results, technologies, and capabilities produced by Science, Technology and Innovation (STI) institutions to reach companies and society, communication processes are needed to organize information, translate specialized knowledge, and foster relationships among different actors. This article discusses the role of strategic communication in bringing STI institutions, companies, and society closer together in technology transfer processes. It is a qualitative, exploratory, and theoretical-reflective study based on a narrative literature review, analysis of the legal frameworks cited in the article, and reflection on the authors' professional experiences in institutional communication and innovation management. The thematic analysis organized the discussion into three interdependent dimensions: internal, concerning the systematization and circulation of knowledge; interinstitutional, concerning connections and trust among organizations; and social, concerning public understanding and recognition of science and technology. The article concludes that communication does not replace the technical, legal, and negotiation skills required for technology transfer; rather, it is a cross-cutting capability that can make technologies and institutional competencies easier to find, understand, and connect with potential partners and beneficiaries.
Keywords: Strategic communication; Technology transfer; Science, Technology and Innovation; Scientific communication; Innovation.

RESUMEN

La producción de conocimiento científico y tecnológico no termina en el entorno en el que se desarrolla. Para que los resultados de investigación, las tecnologías y las competencias producidas por instituciones de Ciencia, Tecnología e Innovación (CT&I) lleguen a las empresas y a la sociedad, se necesitan procesos de comunicación capaces de organizar la información, traducir conocimientos especializados y favorecer las relaciones entre diferentes actores. Este artículo tiene como objetivo analizar el papel de la comunicación estratégica en el acercamiento entre instituciones de CT&I, empresas y sociedad en los procesos de transferencia de tecnología. Se trata de un estudio cualitativo, exploratorio y teórico-reflexivo, basado en una revisión narrativa de la literatura, el análisis de los marcos legales citados en el trabajo y la reflexión sobre las experiencias profesionales de las autoras en comunicación institucional y gestión de la innovación. El análisis temático organizó la discusión en tres dimensiones interdependientes: interna, relacionada con la sistematización y circulación del conocimiento; interinstitucional, referente a la construcción de conexiones y confianza entre organizaciones; y social, vinculada con la comprensión y el reconocimiento público de la ciencia y la tecnología. Se concluye que la comunicación no sustituye las competencias técnicas, jurídicas y de negociación de la transferencia de tecnología, sino que constituye una competencia transversal capaz de hacer que las tecnologías y capacidades institucionales sean localizables, comprensibles y conectables con posibles socios y beneficiarios.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

Palabras clave: Comunicación estratégica; Transferencia de tecnología; Ciencia, Tecnología e Innovación; Comunicación científica; Innovación.

1 INTRODUÇÃO

A produção científica e tecnológica brasileira tem avançado na criação de conhecimentos, tecnologias, processos e soluções capazes de contribuir para o desenvolvimento econômico e social. Entretanto, produzir conhecimento não significa, necessariamente, fazer com que ele chegue à sociedade, seja incorporado pelo setor produtivo ou se transforme em inovação. Entre o desenvolvimento de uma pesquisa e sua aplicação existe um percurso que envolve atores, interesses, linguagens, instituições e formas de relacionamento.

Universidades, institutos de pesquisa, Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs), empresas, órgãos públicos, pesquisadores e sociedade precisam estabelecer relações que permitam identificar oportunidades, compreender capacidades, compartilhar informações e construir parcerias. Nesse espaço, a comunicação pode assumir função estratégica. Zerfass e Huck (2007) relacionam comunicação estratégica e inovação e defendem sua integração aos processos organizacionais.

Tradicionalmente, a comunicação institucional é associada à divulgação de ações, ao relacionamento com a imprensa, à produção de conteúdos, à organização de eventos e à gestão de canais. Embora essas atividades permaneçam relevantes, os ambientes de CT&I apresentam uma demanda adicional: tornar compreensível e acessível um conhecimento que frequentemente nasce altamente especializado. Uma tecnologia desenvolvida em laboratório pode possuir potencial de aplicação, mas não será necessariamente reconhecida como oportunidade por uma empresa se sua apresentação estiver restrita à linguagem técnica dos pesquisadores. De modo semelhante, uma instituição pode reunir competências científicas relevantes sem que potenciais parceiros conheçam sua infraestrutura, suas equipes ou suas capacidades tecnológicas.

A questão, portanto, não se limita à produção de conhecimento ou à disponibilização de informações. Envolve a construção de pontes entre quem produz, quem pode utilizar e quem será impactado por esse conhecimento. O modelo da Tríplice Hélice evidencia a interação entre universidade, indústria e governo como elemento dos sistemas de inovação (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000). Nesse ambiente, a comunicação deixa de ser atividade periférica e passa a participar da construção das relações. No contexto brasileiro, o Marco Legal de Ciência, Tecnologia e Inovação fortaleceu mecanismos de interação entre instituições científicas e tecnológicas e o setor produtivo, estimulando atividades de inovação e transferência de tecnologia (BRASIL, 2004; BRASIL, 2016).

Diante desse contexto, o artigo busca responder à seguinte questão: de que maneira a comunicação estratégica pode contribuir para aproximar instituições de CT&I, empresas e sociedade nos processos de transferência de tecnologia? O objetivo geral é discutir o papel da comunicação como elemento estratégico nesse processo. Especificamente, pretende-se: compreender a relação entre comunicação, inovação e transferência de tecnologia; identificar desafios comunicacionais na

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

aproximação entre instituições de CT&I e seus públicos; e analisar possibilidades de atuação estratégica da comunicação.

A escolha do tema também decorre das experiências profissionais das autoras em ambientes institucionais de CT&I, a partir de perspectivas complementares de comunicação institucional e gestão da inovação. Essas experiências suscitaram a reflexão de que a comunicação pode atuar não somente na divulgação dos resultados, mas também na organização das informações, na preparação das interações e na aproximação entre pesquisadores, gestores, organizações, empresas e sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Comunicação estratégica em ambientes de CT&I

A comunicação organizacional contemporânea não pode ser compreendida apenas como transmissão de mensagens. Kunsch (2018) destaca sua dimensão estratégica, vinculada às relações que as organizações estabelecem com seus públicos. Em instituições de CT&I, pesquisadores, gestores, estudantes, empresas, órgãos públicos, imprensa e sociedade apresentam necessidades informacionais, repertórios e expectativas distintos.

Um pesquisador pode priorizar a precisão metodológica de um resultado; uma empresa pode buscar aplicação, maturidade tecnológica, custos ou potencial de mercado; um gestor público pode considerar impactos estratégicos; e a sociedade pode querer compreender de que maneira a pesquisa interfere em sua vida. Bueno (2010) diferencia comunicação científica e divulgação científica conforme públicos, discursos, canais e finalidades. A adequação da linguagem, portanto, não implica reduzir a ciência, mas construir formas de acesso ao conhecimento sem comprometer sua precisão.

Nessa perspectiva, a comunicação apresenta dimensões informacional e relacional. A primeira envolve organização, produção e circulação das informações. A segunda compreende vínculos, confiança, diálogo e aproximação. Ambas são relevantes para a transferência de tecnologia, pois transferir não significa apenas proteger um ativo ou disponibilizar um documento técnico; envolve organizações e pessoas que precisam compreender interesses, capacidades, necessidades e possibilidades de cooperação.

2.2 Transferência de tecnologia e necessidade de conexão

A transferência de tecnologia pode ser compreendida como processo de circulação e compartilhamento de conhecimentos, tecnologias e competências entre organizações, possibilitando sua utilização e desenvolvimento em diferentes contextos. Pode envolver licenciamento, contratos, projetos cooperativos, parcerias e outras formas de interação entre instituições científicas e empresas. Antes da formalização desses instrumentos, porém, existe uma questão comunicacional: como localizar o parceiro adequado e fazer com que ele compreenda o valor da tecnologia ou competência disponível?

Villani, Rasmussen e Grimaldi (2017) demonstram que organizações intermediárias podem reduzir distâncias cognitivas, organizacionais, sociais e geográficas na cooperação universidade-indústria. Quando projetos, laboratórios,

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

pesquisadores e tecnologias permanecem dispersos em documentos técnicos ou restritos ao conhecimento interno, a possibilidade de conexão com o ambiente externo diminui. A comunicação pode contribuir para organizar esse conhecimento e convertê-lo em informação estratégica para diferentes públicos.

Uma vitrine tecnológica, por exemplo, precisa informar qual problema a tecnologia busca resolver, para quem pode ser relevante, em que estágio se encontra, quais aplicações são previstas, que competências a instituição oferece e quem deve ser procurado. A comunicação não substitui o conhecimento técnico, jurídico ou negocial; ela favorece as condições para que esses conhecimentos sejam encontrados, compreendidos e colocados em diálogo.

2.3 Entre o laboratório e a sociedade: o desafio da tradução

Um dos principais desafios da comunicação em CT&I decorre das diferenças de linguagem entre os atores. Termos técnicos, metodologias, siglas e indicadores são necessários à precisão científica, mas sua utilização indistinta para todos os públicos pode impedir a compreensão. Comunicar uma tecnologia para uma empresa não significa abandonar suas características técnicas, mas organizá-las em função das necessidades do interlocutor. Comunicar ciência para a sociedade, por sua vez, requer evidenciar o problema, o conhecimento produzido, seus possíveis impactos e sua relevância.

O profissional de comunicação ocupa posição de mediação e deve atuar em conjunto com pesquisadores e gestores. A comunicação eficaz em CT&I nasce da combinação entre conhecimento técnico e competência comunicacional. Com isso, o profissional deixa de atuar somente após a conclusão da pesquisa e passa a colaborar na definição de públicos, mensagens, canais e formas de relacionamento ao longo do processo.

2.4 Experiências profissionais como ponto de partida para a reflexão

A reflexão desenvolvida neste artigo também se apoia nas experiências profissionais das autoras em ambientes institucionais de CT&I, sob perspectivas complementares de comunicação institucional e gestão da inovação. No campo da comunicação, o acompanhamento de visitas institucionais evidenciou a necessidade de planejamento prévio, definição de objetivos, identificação dos interlocutores e organização de informações sobre institutos, laboratórios, projetos e capacidades tecnológicas. Comunicar, nessas situações, significava compreender quem era o visitante, quais informações eram pertinentes e qual finalidade institucional orientava a aproximação.

A produção e a divulgação de conteúdos científicos e tecnológicos também exigiam contato com especialistas, adequação da linguagem, escolha de canais e observância dos fluxos de validação institucional. Sob a perspectiva da gestão da inovação, a organização das informações, a articulação entre áreas e a aproximação com potenciais parceiros mostram-se igualmente relevantes. Essas experiências são utilizadas como elementos de reflexão e não como dados representativos de todas as instituições de CT&I.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

2.5 Papel do profissional de comunicação nos ecossistemas de inovação

2.5.1 Mapeamento e organização de informações

Projetos, pesquisadores, competências, laboratórios, equipamentos e resultados precisam ser identificados e organizados para que possam ser apresentados de maneira estratégica. A ausência de sistematização interna limita a comunicação externa e dificulta o reconhecimento das capacidades institucionais.

2.5.2 Tradução de conhecimentos

O mesmo conhecimento pode demandar apresentação acadêmica, institucional, jornalística, empresarial ou educativa, conforme o interlocutor. A tradução deve preservar a precisão técnica e, simultaneamente, evidenciar aplicação, relevância e possibilidades de parceria.

2.5.3 Construção de relacionamentos

A transferência de tecnologia depende de aproximação entre pessoas e instituições. Visitas técnicas, reuniões, eventos e apresentações podem criar oportunidades de conexão, desde que planejados em função de objetivos e públicos definidos.

2.5.4 Visibilidade das capacidades tecnológicas

A visibilidade institucional não se restringe à exposição da imagem organizacional. Em CT&I, significa tornar competências, tecnologias e oportunidades de cooperação acessíveis aos atores que podem efetivamente utilizá-las.

2.5.5 Apoio aos processos de transferência de tecnologia

A comunicação pode atuar de forma integrada às áreas responsáveis por inovação e transferência de tecnologia, em colaboração com pesquisadores, gestores, profissionais de propriedade intelectual, NITs e parceiros externos. Sua contribuição consiste em estruturar mensagens, facilitar fluxos de informação e apoiar a compreensão entre interlocutores com repertórios diferentes.

2.6 Comunicação como elemento estratégico da inovação

Quando uma instituição identifica uma tecnologia, protege sua propriedade intelectual, avalia seu potencial e busca parceiros, existe uma dimensão comunicacional transversal. É necessário apresentar, explicar, identificar interlocutores, construir confiança e reconhecer que os atores utilizam critérios distintos para avaliar uma mesma informação.

Essa contribuição ganha relevância diante da inovação aberta. Chesbrough (2003) destaca a circulação de conhecimentos internos e externos às organizações. Nesse ambiente, a capacidade de comunicação também representa capacidade de conexão: uma instituição pode conhecer suas tecnologias e, ainda assim, encontrar dificuldades para alcançar parceiros; uma empresa pode possuir uma demanda tecnológica e não identificar onde está o conhecimento necessário. A comunicação estratégica pode reduzir essa distância.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

3 METODOLOGIA

Trata-se de estudo de abordagem qualitativa, caráter exploratório e natureza teórico-reflexiva. O percurso metodológico articulou revisão narrativa da literatura, análise documental dos marcos legais citados e reflexão sobre experiências profissionais das autoras em ambientes institucionais de CT&I. A opção pela revisão narrativa decorreu do propósito de integrar contribuições conceituais de comunicação estratégica, comunicação científica, inovação e transferência de tecnologia, sem pretensão de exaustividade ou de aplicação de protocolo de revisão sistemática.

O corpus bibliográfico corresponde às seis obras acadêmicas efetivamente relacionadas nas referências: Bueno (2010), Chesbrough (2003), Etzkowitz e Leydesdorff (2000), Kunsch (2018), Villani, Rasmussen e Grimaldi (2017) e Zerfass e Huck (2007). O corpus documental compreende a Lei nº 10.973/2004 e a Lei nº 13.243/2016, utilizadas para contextualizar o ambiente brasileiro de estímulo à inovação e à interação entre instituições de CT&I e setor produtivo. As fontes foram mobilizadas por sua pertinência direta aos eixos conceituais do estudo; por se tratar de revisão narrativa, não se afirma representatividade exaustiva da literatura.

A dimensão reflexiva considerou situações profissionais descritas no próprio artigo, relacionadas à organização de visitas institucionais, à divulgação de projetos científicos e tecnológicos, à tradução de informações técnicas, ao relacionamento com públicos distintos e à articulação entre comunicação institucional e gestão da inovação. Não foram utilizados nomes de participantes, dados pessoais, informações sigilosas ou documentos internos como material empírico.

O material foi examinado mediante leitura interpretativa e organização temática. A comparação entre os argumentos da literatura, os marcos legais e as situações profissionais permitiu estruturar a análise em três dimensões interdependentes: interna, referente à organização e circulação do conhecimento; interinstitucional, relacionada à aproximação e construção de confiança entre organizações; e social, vinculada à compreensão e ao reconhecimento público da ciência e da tecnologia. Essas dimensões orientam a seção de análise e discussão.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

4.1 Dimensão interna: organizar para comunicar

A primeira dimensão corresponde à capacidade da instituição de conhecer e organizar suas próprias competências. Tecnologias, projetos, laboratórios, equipes e resultados frequentemente são produzidos por unidades distintas e registrados em formatos voltados ao público técnico. Sem mecanismos de sistematização, a informação permanece fragmentada e reduz a capacidade institucional de apresentar seu portfólio a potenciais parceiros.

Nessa dimensão, a comunicação não se limita à redação de conteúdos. Ela contribui para identificar públicos, organizar informações e formular perguntas orientadas à aplicação: que problema a tecnologia enfrenta, em que estágio se encontra, quem pode utilizá-la e que tipo de parceria é possível? Essa atuação deve ocorrer em colaboração com pesquisadores e gestores, porque a clareza comunicacional depende da precisão técnica e do conhecimento institucional.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

A experiência profissional relatada reforça que visitas, apresentações e materiais de divulgação produzem melhores condições de diálogo quando precedidos de planejamento e validação. Assim, a organização interna constitui condição para a visibilidade externa: uma instituição que não sistematiza suas capacidades encontra maior dificuldade para comunicá-las de forma estratégica.

4.2 Dimensão interinstitucional: conectar atores e construir confiança

A segunda dimensão refere-se às relações entre instituições de CT&I, empresas, governo e demais organizações. O modelo da Tríplice Hélice destaca a interação entre universidade, indústria e governo (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 2000), enquanto Villani, Rasmussen e Grimaldi (2017) mostram que organizações intermediárias podem reduzir diferentes formas de distância na cooperação universidade-indústria.

A comunicação pode apoiar essa aproximação ao tornar competências localizáveis, preparar interlocutores, adequar a linguagem e favorecer a continuidade dos contatos. Eventos, visitas técnicas e reuniões não produzem transferência de tecnologia de modo automático; tornam-se estratégicos quando associados a objetivos claros, seleção de públicos, apresentação compreensível das capacidades e definição de canais para continuidade da interação.

A confiança também possui dimensão comunicacional. Potenciais parceiros precisam compreender tanto o valor da tecnologia quanto os limites, responsabilidades e possibilidades da cooperação. A comunicação, nesse sentido, não substitui a negociação, os instrumentos jurídicos ou a avaliação tecnológica, mas reduz assimetrias de informação e cria condições para que esses processos ocorram com maior compreensão entre as partes.

4.3 Dimensão social: tornar a ciência compreensível e reconhecida

A terceira dimensão envolve a relação das instituições de CT&I com a sociedade. Bueno (2010) evidencia que comunicação científica e divulgação científica se distinguem por públicos, discursos, canais e finalidades. Essa distinção é relevante para evitar que a adaptação da linguagem seja confundida com perda de rigor.

Tornar a ciência compreensível contribui para que a sociedade reconheça problemas enfrentados, benefícios esperados, limites e possíveis impactos das tecnologias. Essa compreensão também fortalece a legitimidade das instituições e evidencia o valor social do conhecimento produzido. A dimensão social, portanto, não está separada da transferência de tecnologia: o reconhecimento público pode favorecer ambientes de confiança e diálogo, embora não constitua, isoladamente, evidência de transferência.

As três dimensões são interdependentes. A informação desorganizada internamente dificilmente será apresentada de forma consistente a parceiros; a visibilidade sem relacionamento pode gerar exposição, mas não cooperação; e a interação interinstitucional sem comunicação social pode limitar a compreensão pública dos resultados. A contribuição estratégica da comunicação reside justamente em articular organização da informação, construção de relações e compreensão social.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

4.4 Síntese das contribuições e limites da comunicação

A análise indica que o profissional de comunicação pode contribuir em diferentes momentos: mapeamento de competências; tradução de conhecimentos; planejamento de materiais, visitas e eventos; definição de públicos e canais; apoio à apresentação de tecnologias; e manutenção de relacionamentos. Essa atuação deve ser integrada às equipes de pesquisa, inovação, propriedade intelectual e negociação.

A comunicação, contudo, não realiza sozinha a transferência de tecnologia. A concretização do processo depende de maturidade tecnológica, proteção intelectual, viabilidade jurídica e econômica, interesse das partes, capacidade de absorção e negociação. Reconhecer esses limites evita atribuir à comunicação resultados que dependem do conjunto do ecossistema. Sua contribuição específica consiste em tornar conhecimentos e oportunidades mais visíveis, compreensíveis e conectáveis.

5 CONCLUSÃO

O artigo discutiu de que maneira a comunicação estratégica pode aproximar instituições de CT&I, empresas e sociedade nos processos de transferência de tecnologia. A análise permite responder que essa contribuição ocorre principalmente pela organização e circulação interna das informações, pela tradução do conhecimento para públicos distintos, pelo apoio à construção de relacionamentos interinstitucionais e pela ampliação da compreensão social sobre ciência e tecnologia.

As dimensões interna, interinstitucional e social constituem uma síntese analítica da discussão. Elas mostram que a comunicação não deve ser acionada apenas ao final do processo para divulgar um resultado. Quando integrada ao planejamento institucional, pode apoiar o mapeamento de competências, a preparação das interações, a apresentação de tecnologias e a continuidade dos vínculos com potenciais parceiros.

Essa contribuição é transversal e complementar. A comunicação não substitui pesquisadores, gestores de inovação, profissionais de propriedade intelectual ou negociadores. Seu papel consiste em favorecer as condições informacionais e relacionais necessárias para que conhecimentos, demandas e oportunidades sejam reconhecidos e colocados em diálogo.

Como limitações, o estudo possui natureza teórico-reflexiva, utiliza revisão narrativa não exaustiva e se apoia em experiências profissionais situadas, sem pretensão de generalização para todas as instituições de CT&I. Pesquisas futuras poderão examinar empiricamente as três dimensões propostas por meio de estudos de caso, entrevistas ou comparação entre instituições, avaliando como práticas comunicacionais participam da identificação de parceiros, da negociação e do acompanhamento dos processos de transferência de tecnologia.

Conclui-se, portanto, que entre o conhecimento produzido e sua transformação em valor econômico e social existe uma interface comunicacional. Fortalecer essa interface pode ampliar a capacidade das instituições de tornar suas tecnologias e competências encontráveis, compreensíveis e conectadas aos atores capazes de desenvolvê-las, utilizá-las ou delas se beneficiar.

CC BY

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/08/2026 - **Accepted:** 29/09/2026
Vol: 13.20
DOI: 10.66104/q8hhxz35
Pages: 1-10

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo. Brasília, DF: Presidência da República, 2004. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13243.htm. Acesso em: 17 set. 2026.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. Informação & Informação, Londrina, v. 15, n. 1 esp., p. 1-12, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1.

CHESBROUGH, Henry W. Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology. Boston: Harvard Business School Press, 2003.

ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet. The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. Research Policy, v. 29, n. 2, p. 109-123, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. Media & Jornalismo, Lisboa, v. 18, n. 33, 2018. Disponível em: https://www.scielo.pt/scielo.php?pid=S2183-54622018000200002&script=sci_arttext. Acesso em: 17 set. 2026.

VILLANI, Elisa; RASMUSSEN, Einar; GRIMALDI, Rosa. How intermediary organizations facilitate university–industry technology transfer: a proximity approach. Technological Forecasting and Social Change, v. 114, p. 86-102, 2017. DOI: 10.1016/j.techfore.2016.06.004.

ZERFASS, Ansgar; HUCK, Simone. Innovation, communication, and leadership: new developments in strategic communication. International Journal of Strategic Communication, v. 1, n. 2, p. 107-122, 2007. DOI: 10.1080/15531180701298908.