


Comunicação & Ciência

Grupo de Estudos de Divulgação Científica
GEDIC - Plantando Conhecimento



Olga Tavares
Ed Porto
Norma Meireles
Cláudio Paiva
(Orgs.)



GEDIC

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
Reitor: Rômulo Soares Polari
Vice-Reitora: Maria Yara Campos Matos

GRUPO DE ESTUDOS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

EDITORA UNIVERSITÁRIA
Diretor: José Luiz Da Silva
Vice-Diretor: José Augusto dos Santos Filho
Supervisor de Editoração: Almir Correia de Vasconcellos Junior

Capa: Alan Mangabeira (alanmangabeira@gmail.com)
Projeto Gráfico e Diagramação: Jocélio de Oliveira (oilecoj@gmail.com / 9174-3061)

C741 Comunicação & Ciência / Olga Tavares, Claudio Paiva, Ed Porto, Norma Meireles (Organizadores) - João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009
299 p.
ISBN: 978-85-7745-385-6
1. Comunicação de massa I. Tavares, Olga. II. Paiva, Cláudio. III Porto, Ed. IV. Meireles, Norma. V. GEDIC - Grupo de Estudos de Divulgação Científica.

UFPB/BC

CDU: 659.3

Comunicação
&
Ciência

Sumário

1. GEDIC- PLANTANDO CONHECIMENTO 7
2. O RADIOJORNALISMO NA PERSPECTIVA 9
3. DA IDENTIDADE PROFISSIONAL: UM ESTUDO COMPARATIVO 9
4. TECNOLOGIAS DIGITAIS: DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA ACADEMIA VIA INTERNET 27
5. O MEIO AMBIENTE ESTÁ NO AR! VERTENTES DA COMUNICAÇÃO: RÁDIO E CIÊNCIA: DIVULGAÇÃO AMBIENTAL 47
6. A SOCIALIZAÇÃO DO SABER CIENTIFICO: INTERCAMPUS - A DIFUSÃO CIENTIFICA NAS ONDAS DA WEBRÁDIO 61
7. TV UNIVERSITÁRIA: POSSIBILIDADES DE DIÁLOGO COM O JORNALISMO CIENTÍFICO 69
8. HISTORIANDO OS *MASS MEDIA*: O PROTAGONISMO TELEVISIVO RUMO À INFORMAÇÃO E À EDUCAÇÃO 91
9. MÍDIAS SONORAS: DAS ORIGENS À ERA DIGITAL 109
10. CONEXÕES DO RÁDIO, TECNOLOGIAS ACÚSTICAS & MEIOS DIGITAIS. 109
11. CONEXÃO CIÊNCIA: A SOCIALIZAÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO NA TV 133
12. ARQUIVO LITERÁRIO JOSÉ LINS DO REGO: LUGAR DE MEMÓRIA E INFORMAÇÃO 149
13. JORNALISMO AMBIENTAL E HUMOR NAS CHARGES DO JORNAL CORREIO DA PARÁIBA 167
14. MÍDIA E UNIVERSIDADE: CAMINHOS RADIOFÔNICOS PARA A CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL 185
15. DESAFIO DO TELEJORNALISMO NA TV DIGITAL: A PARTICIPAÇÃO DO CIDADÃO NA CONSTRUÇÃO DA PAUTA E PRODUÇÃO JORNALÍSTICA 203

16. CONHECIMENTO COLETIVO E TECNOLOGIAS DA
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICS) - POSSIBILIDADES
INTERACIONAIS NA GLOBALIZAÇÃO ECOLÓGICA 225
17. JORNALISTA/EDUCADOR/ECOLOGISTA 243
18. COMUNICAÇÃO AMBIENTAL: PROJETO DE SENSIBILIDADE
AMBIENTAL PARA O CCHLA-UEPB 267
19. MAPAS CONCEITUAIS: UMA FERRAMENTA PEDAGÓGICA NA
CONSECUÇÃO DO CURRÍCULO 289

GEDIC- PLANTANDO CONHECIMENTO

7

Esta publicação foi pensada para apresentar toda a produção científica dos docentes e discentes do Grupo de Estudo de Divulgação Científica – GEDIC, em 2008, para que as pesquisas desenvolvidas pelo conjunto de professores/as e estudantes ficassem aqui registradas, com o intuito de se confirmar a prática acadêmica de expor a produção intelectual para os pares e, assim, abrir espaços para futuras interlocuções afins.

Então, textos apresentados em Congressos e similares; ou mesmo trabalhos publicados em revistas especializadas, aqui estão para compor esta edição que pretende também coroar o empenho de todo o Grupo em desenvolver estudos que divulgam a proposta-conjunta de interdisciplinaridade em várias plataformas que convergem para a socialização do saber científico. Nas páginas a seguir, tem-se a divulgação científica em todas as suas possibilidades, sendo contemplada pelas áreas de comunicação, ciência da informação, educação e informática.

É gratificante poder reunir a produção anual do GEDIC, pois o objetivo principal do grupo é exatamente o de priorizar a construção de um conhecimento que se faça dialógico, integrado e criativo. Que as sementes do conhecimento científico sustentável sejam permanentemente plantadas neste solo profícuo e efervescente da vontade de ser um/a pesquisador/a capaz de desenvolver uma “ciência com consciência”, como preconiza Edgar Morin.

8

www.ufpb.br/gedic

E-mail: grupogedic@gmail.com

O RADIOJORNALISMO NA PERSPECTIVA DA IDENTIDADE PROFISSIONAL: UM ESTUDO COMPARATIVO

9

Adriano Lopes Gomes ¹

INTRODUÇÃO

As características do rádio como veículo de comunicação de massa sinalizam para fatores que resultam na sua imediata aproximação com o ouvinte, cujo contexto se revela nos dados estatísticos de audiência. No Brasil, 96% da população ouvem rádio, situação que tornou quase impraticável imaginar um indivíduo fora do alcance da emissão radiofônica. Quer nos lares, no interior dos automóveis, no ambiente

¹ Professor doutor do Departamento de Comunicação Social e dos Programas de Pós-graduação em Estudos da Mídia e Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenador da Base de Pesquisa Comunicação, Cultura e Mídia. Endereço eletrônico: adrianogomes@cchla.ufrn.br

10

de trabalho, ou mesmo em aparelhos portáteis das novas tecnologias, como computadores, celulares e leitores de MP3, o rádio está presente na vida das pessoas como extensão dos aparatos que compõem as suas necessidades. Esta realidade, contudo, configura-se como um apelo que é próprio da natureza midiática do rádio: uma vez que é só audição, o rádio passa a evocar situações próprias no imaginário do ouvinte. Mas não é só isso. O espaço simbólico que resulta da emissão e recepção da mensagem radiofônica permite a inserção de componentes que vão além do simples gosto por ouvir rádio, uma vez que, na ausência de imagens eletrônicas, o ouvinte manifesta sensações catárticas de prazer, insere-se no mundo imaginário da veiculação das notícias, na composição lexical das letras das músicas, e na sensação quase inarredável que o rádio proporciona como uma ilusória companhia. A linguagem radiofônica, por si só, apresenta a noção de incompletude, convocando os sujeitos a preencherem ou completarem as lacunas permitidas no ato comunicacional. É no imaginário, portanto, onde as relações de sentidos se complementam e que estabelecem o valor de permanência de escuta do rádio, conforme destaca Cunha (2001):

A história comprova o poder do rádio de suscitar efeitos junto à recepção e dessa forma manter o poder de mobilização, garantindo a sua permanência. Tais fatos ainda estão relacionados a sua possibilidade inicial de retransmissão da voz humana, num efeito quase mágico (CUNHA, 2001: 104-105).

Observa-se, contudo, que o rádio vem alterando seu modo de atuação no fenômeno midiático. Desde os anos de 1970, com a implantação das primeiras emissoras em Frequência Modulada (FM), o rádio, antes considerado como um forte meio de prestação de serviço, divulgação de notícias, programas de variedades, radiono-

velas e humor, passou a catalisar interesses subjacentes ao mercado fonográfico, e enfatizou o gênero musical em suas programações. Tanto assim que o radiojornalismo ficou atrelado à imposição legal que estabelece o índice de 5% destinado à divulgação de notícias. Contudo, o cenário das comunicações no Brasil é variável entre as regiões, de tal sorte que podemos identificar emissoras de AM e FM que reconhecem a relevância de constituir departamentos de radiojornalismo em sua organização administrativa, compondo equipes de profissionais e infra-estrutura compatíveis com a necessidade de se fazer jornalismo radiofônico de qualidade e que atenda aos objetivos de informar à sociedade nos moldes esperados para um veículo dessa natureza: com instantaneidade, precisão e dinamismo. Paralelamente a essa realidade, também é possível observar em determinadas emissoras de rádio a pouca relevância dada ao radiojornalismo, identificada na quase inexistência de uma infra-estrutura capaz de dar sustentação à atividade. Radiojornalismo não é apenas reproduzir o que os outros veículos já divulgaram fartamente, recorrendo-se a recortes de jornais impressos (mais conhecido no jargão jornalístico como gilete press) ou ainda copiando o que os portais de notícias na Internet estão veiculando. Nesse contexto, o rádio deixa de lado uma característica primordial de pautar outros veículos, como sempre aconteceu, e invertem-se os papéis: o rádio passa a seguir os caminhos já trilhados por outros meios de comunicação, muitas vezes apresentando uma notícia caduca, de domínio público e sem nenhum apelo de novidade². Prado

² Algumas empresas ainda têm o profissional de rádio-escuta, como sendo aquele que acompanha sistemática e atentamente a programação das emissoras de rádio para ouvir a imediatividade da notícia e, assim, não ficarem para trás.

(1989:15) afirma que “o jornalista deve fazer uma mudança radical em sua mentalidade informativa quando escolhe esse meio de comunicação”. O autor (*ibidem*) argumenta a idéia relacionando dois aspectos principais: a estrutura específica para a mídia radiofônica na organização e veiculação das informações; e a necessidade de se adotar uma “atitude vital” diante das notícias. Dito de outro modo, fazer radiojornalismo não é o mesmo que fazer qualquer outra modalidade da profissão jornalística. Ainda nessa mesma linha de raciocínio, é lícito defender a idéia de que a reafirmação do radiojornalismo no território da comunicação deve ser atributo dos empresários de radiodifusão, reunindo todas as possibilidades para se realizar um bom trabalho: contratar profissionais qualificados, constituir um departamento específico, aparelhar os repórteres através de gravadores, organizar uma equipe que venha a atender os critérios do processo de produção e difusão da notícia, desde pauteiros, repórteres em editorias específicas, chefes de reportagem, editores, diretor de jornalismo, organização essa que permite o fluxo do trabalho. Por tudo isso, concordamos com Jung (2004:13) quando afirma que “o rádio, apesar de ter mais de oitenta anos, ainda é um velho desconhecido”. Analisamos tal prerrogativa numa abordagem metacognitiva ao admitir que o ouvinte nem sempre tem clareza sobre o seu papel no processo de audição tampouco sobre a importância do rádio quanto à sua função social. Que diferença faz? Entendemos que o ouvinte não pode adotar uma postura passiva diante do veículo, como pode acontecer, pois o rádio apresenta características que vão desde a informação, entretenimento, formação de opinião,

educação, mas reúne componentes estéticos. É preciso afirmar que muitas vezes ouve-se rádio, em ocasiões variadas da jornada diária, porque os aparelhos estão disponíveis a toda hora aos ouvintes, os quais, é bem provável, não valoram sobre aquilo que ouvem. Essa é a diferença. Defendemos a formação de um ouvinte crítico e atento à realidade social em torno da qual a mídia busca construir verdades e intenta repassar os fatos submetidos a interferências de natureza subjetiva, circunstanciada por interesses econômicos, políticos, ideológicos e editoriais.

Por outro lado, convém assinalar que o rádio alterou seus modos de recepção, evidenciados nos equipamentos de computador e televisão em canal fechado, a partir dos quais é possível sintonizar as emissoras de rádio de diversos locais, geograficamente próximos ou distantes em termos de abrangência. Tudo isso para enfatizar a penetração do rádio cada mais efetiva no tecido social. Tal realidade não pode ser ignorada pelos referidos empresários da radiodifusão como um item a mais de consideração ao radiojornalismo dentre as inúmeras atividades setoriais de uma emissora.

O território do rádio desde sempre imprimiu conquistas sociais que o asseguraram como um meio forte, capaz de não se abalar diante das inovações de ordem tecnológica com o surgimento de novos suportes midiáticos ou aprimoramento dos aparatos técnicos nos meios então vigentes. Prova disso foi o surgimento da televisão no Brasil em 1950, dos aparelhos domésticos de VHS, configurados posteriormente em leitores de DVD, os leitores de MP3 e, por extensão, a digitalização dos aparelhos de áudio. Não obstante tudo isso, o rádio ainda assegura o seu lugar de audiência no

rol das preferências do público.

14

Ribeiro (2003) apresenta resultados de pesquisas para subsidiar a criação e manutenção do Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional – INAF, dos quais destaca-se a frequência das práticas culturais. A autora aponta que 78% da população ouve rádio sempre; 18%, às vezes; 4% nunca e 1% não sabe/não opinou (RIBEIRO, 2003: 259). Com esses dados, chega-se à conclusão que o território do rádio nas classes sociais brasileiras ainda é evidente e demarcado por interesses variados. No entanto, ao transpormos essa realidade para os círculos educacionais do ensino superior, notadamente no âmbito da comunicação, analisaremos uma realidade que merece ser investigada e discutida. Nossa intenção é, pois, buscar referenciais entre os alunos que possam balizar nossas observações sobre questões de identidade profissional e o rádio enquanto opção de atuação mercadológica. Para tanto, realizamos investigações no ensino de jornalismo, através de uma intervenção etnometodológica com os alunos de duas universidades públicas – a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil) e a Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Os resultados configuram-se de modo semelhante às duas realidades se definirmos como corpus de análise o segmento radiojornalismo e a identidade profissional dos alunos.

A CARACTERIZAÇÃO DO JORNALISMO RADIOFÔNICO: RESULTADOS DA PESQUISA

A construção do espaço radiofônico aponta para uma sociologia da audiência que se foi construindo ao longo de um processo histórico de tal modo a esboçar um perfil

de ouvinte, com manifestações características de fidelidade e quase uma paixão pelo veículo. Em anos que antecederam à chegada da televisão, e mesmo após o seu advento, era comum observar na sociedade os sujeitos com os aparelhos de rádio colados ao ouvido, quer na calçadas das ruas, quer nos estádios de futebol e praças públicas, ou mesmo nos ambientes domésticos da sala de estar, em condições partilhadas de audiência das radionovelas e dos noticiários. Com o passar do tempo, já na era do transistor, o rádio cada vez mais ganhou portabilidade e entrou na engendrada era das novas tecnologias, ampliando assim o território do ouvinte. Ao mesmo tempo que conquistou espaços, potencializando a audiência para determinados produtos apresentados pelas emissoras, sobretudo os musicais, o radiojornalismo tentou redefinir seu percurso de origem tão consagrado pelo inesquecível “Repórter Esso”. Queremos dizer, com isso, que o jornalismo de rádio, pelo que se observa, carece de maior legitimidade na valoração daquilo que é admitido nas grades das emissoras. Tanto é que as redações estão vazias de profissionais, na expressão forte do termo, muitas vezes utilizando-se de recursos nem sempre recomendáveis como a referência daquilo que os jornais impressos ou portais on line já divulgaram. Se assim o é, faz-se necessário repensar essa problemática, não apenas com os profissionais da comunicação, mas, de igual modo, com os estudantes universitários, sobre os quais repousam a missão de dar continuidade à solidificação de tal território. Por decorrência, concordamos com Barbosa Filho (2003) quando assim destaca:

Infelizmente, o rádio não possui uma tradição acadêmica a exemplo de outros meios (como a televisão e o jornal impresso, por exemplo), malgrado ter despertado o interesse de muitos estudiosos intelectuais à época da criação até os dias

atuais (BARBOSA FILHO, 2003: 11-12).

16

Ora, a tradição se afirma em território cultural quando há a transmigração de crenças, idéias e comportamentos pelas gerações sucessivas. A nosso ver, compete ao estudante de jornalismo imprimir os elementos identitários da cultura radiofônica, pois para isso há os cursos de graduação e as leis que normatizam o exercício da atividade jornalística. Além disso, conforme assinalamos, ainda é atribuída a responsabilidade dos empresários da área no sentido da organização administrativa e do favorecimento dos espaços de atuação profissional. Foi em torno dessas e de outras questões que nós desenvolvemos nosso trabalho de investigação.

A pesquisa *As interfaces da leitura de notícia no ensino de jornalismo: um estudo etnometodológico entre Brasil e Portugal*³, procurou problematizar questões que incidem sobre o ensino de Comunicação, tentando identificar as possíveis relações entre as experiências de leitura e o desempenho acadêmico, decorrendo daí a delimitação do perfil de leitor e a identidade profissional entre os sujeitos pesquisados.

Tratou-se, pois, de um estudo etnometodológico, comparativo, de base quantitativa e qualitativa, a partir do qual tivemos a intenção de saber junto aos alunos de jornalismo, dentre outras variáveis, a frequência e o gosto pela leitura, a opção pelo veículo – impresso ou digital –, a capacidade de compreensão das notícias, as editoriais e assuntos jornalísticos mais apreciados, os significados atribuídos à leitura de jornal na vida acadêmica, além dos diversos suportes de leitura. Admitimos que

³ Quando nos referirmos ao Brasil, entenda-se, portanto, à população de sujeitos pesquisados, limitada à amostra dos alunos de jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, tanto quanto a Portugal, cujo estudo foi circunscrito aos alunos da Universidade Nova de Lisboa, em Lisboa.

essas representações de leitura caracterizam a formação universitária e podem sinalizar determinadas contingências para o futuro da atividade jornalística.

Os sujeitos foram alunos de jornalismo, de ambos os sexos, selecionados aleatoriamente da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e da Universidade Nova de Lisboa (UNL). O espaço amostral totalizou 102 alunos da UFRN, e 60 alunos da UNL, cuja abordagem metodológica consistiu na aplicação de um questionário com 41 questões semi-estruturadas.

Para efeito do presente trabalho, destacamos apenas uma das questões contempladas pela pesquisa que aborda as preferências midiáticas no sentido de deixá-los informados. As respostas, de múltipla escolha, foram as seguintes: Ler jornais impressos (54,9%, Brasil; 50%, Portugal); Assistir aos telejornais (74,51%, Brasil; 80%, Portugal); Acessar a Internet (69,62%, Brasil; 21,66%, Portugal); Ouvir rádio (25,49%, Brasil; 23,3%, Portugal). Portanto, nota-se que o rádio está elencado em último lugar nas preferências demonstradas pelos sujeitos. Convém assinalar aqui um contexto ensejado pela atividade jornalística: o radiojornalismo.

A princípio, é necessário dizer que há divergências entre as atitudes de ouvir rádio e ouvir notícias pelo rádio. Como os aparelhos radiofônicos estão presentes em toda a parte, quer nos lares domésticos, no interior dos veículos, nos ambientes de trabalho, ou mesmo sintonizados por outros canais, é lícito dizer que o território e a audiência do rádio são expressivos. Muitas vezes os produtos radiofônicos estão disponíveis aos ouvintes por decorrência da portabilidade e da acessibilidade que o próprio veículo oferece. É de se notar, todavia, que em termos proporcionais

a música ganha maior espaço na grade das programações, salvaguardadas aquelas emissoras especializadas em notícia. No entanto, com a realização da pesquisa queríamos saber algo mais: além do gosto pelo veículo, intentamos identificar por quais meios os sujeitos manifestavam interesse no sentido de ficarem informados dos acontecimentos locais, nacionais e internacionais pois subjacente a essa variável ainda concentraríamos nossa análise sobre a possível construção da identidade jornalística na futura escolha de área de atuação. Sendo assim, 25,49% dos alunos da UFRN (Brasil) e 23,3% da UNL (Portugal) disseram que “ouvem rádio”. Essa resposta, grosso modo, acena para uma realidade de auto-afirmação, de espelhamento em torno do gosto pelo veículo, mas não revela o comportamento metacognitivo de tal atitude. De outra forma, ao dizerem que ouvem rádio nem sempre denota a audição sistemática das emissoras, nem o contato com as notícias radiofônicas. Ora, se algo em torno de $\frac{1}{4}$ dos sujeitos afirmam que ouvem rádio, em oposição a outros dados estatísticos consideravelmente maiores (assistir televisão ocupou a primeira posição), é porque há uma limitada afinidade com o veículo, ou seja, que são reduzidas as possibilidades de reforçar o interesse pela audiência e futura atuação profissional. Ato contínuo, tal realidade torna-se preocupante, uma vez que a identificação com o veículo não é perceptível nas conclusões da pesquisa. Meditsch (2001) apontou para um diagnóstico possível de reflexão, ao afirmar:

Algumas de nossas melhores escolas de jornalismo consideram o rádio como um mero acessório, quase um enfeite, merecedor de uma mísera disciplina no currículo e não levada muito a sério. São as que continuam pensando o jornalismo como um produto impresso por excelência, e agora pensam a internet como uma transição do jornalismo gráfico (MEDITSCH, 2001:225-226).

Dentro da abordagem qualitativa, através de relatórios fornecidos pelos alunos de jornalismo dos países em estudo, as respostas ficam mais evidentes. Foram recolhidos 84 relatórios, sendo 59 de Portugal, alunos do 1º período de jornalismo da UNL, da disciplina Teoria da Notícia, de ambos os sexos; e 25 do Brasil, alunos do 5º período, da disciplina de Radiojornalismo. Convém assinalar algumas das respostas para efeito de análise:

19

Sujeito 5 - Normalmente, não utilizo a rádio como meio de informação, não porque considere que a informação radiofónica tenha menos qualidade, mas porque utilizo a rádio apenas como meio de diversão (UNL, Portugal).

O sujeito usa da sinceridade para enfatizar que o rádio, para ele, possui uma função utilitária nos programas de diversão/entretenimento, embora não queira dizer com isso que a informação nas emissoras de rádio não possua qualidade. Ou seja, não quis fazer julgamento sobre a informação boa ou má, mas sim, porque estabelece outra escala de prioridades na audição.

Sujeito 15 - Quanto à rádio, é o meio de comunicação a que recorro menos, e têm tendência a ser cada vez menos usado devido às novas tecnologias como o MP3 que os tendem a substituir. No entanto, quando oiço rádio, costumo optar pela Rádio Clube português, ou pela Rádio Comercial pois passam boa música, e o programa matinal da Rádio Comercial é da minha preferência (UNL, Portugal).

Percebe-se aqui que o sujeito não só descarta o rádio como meio de informação mas ainda emite uma opinião quanto ao seu futuro diante das novas tecnologias, ao afirmar que o MP3 tende a substituir o rádio. No entanto, mencionou algumas emissoras de sua preferência, acreditando-se, contudo, que sejam mesmo para a diversão quando assinala: “...pois passam boa música”.

Sujeito 27 - Apesar de respeitar imenso a Rádio como meio de comunicação so-

cial de massa, não sou uma ouvinte assídua e desconheço programas noticiosos neste campo (UNL, Portugal).

Este sujeito reconhece a importância do rádio no contexto das mídias, contudo não soube mencionar nenhum programa radiojornalístico, o que denota desconhecimento sobre os programas noticiosos nas emissoras de Portugal. Revelou não ouvir rádio de forma sistemática.

20

Sujeito 5 – O rádio é uma mídia que pouco utilizo, no carro uso o “cd player” e ouço música. As notícias são raramente ouvidas no horário noturno... do caminho de casa à universidade ouço “A Hora do Brasil” – relembro: raramente (UFRN, Brasil).

As declarações do sujeito 5 são enfáticas quando diz que ouve pouco o rádio, que ouve música através de outro suporte de mídia e que raramente (relembra ele) ouve “A Hora do Brasil”. Percebe-se que o sujeito não soube mencionar o programa que há mais de 70 anos, desde o então presidente Getúlio Vargas, é veiculado de forma obrigatória, equivocando-se no nome: “A Voz do Brasil”, apresentado de segunda à sexta-feira, das 19 h às 20 h.

Sujeito 13 – Não possuo o hábito de escutar programas de rádio-jornalismo, os quais sei serem um meio de informação que chega ao público cativo das rádios. Meu contato com o rádio se dá no percurso de casa para a faculdade ou para outro lugar. Nessa situação, quando ocorre de está sintonizada em determinada rádio e seu noticiário está no ar, costumo escutá-lo, mas não tenho muita familiaridade (UFRN, Brasil).

Mesmo sabendo-se que o rádio pode ser ouvido concomitante com a realização de atividades, é imperioso assinalar que a audição, nesses casos, necessita de maior atenção para se identificar o conteúdo da matéria, as declarações dos entrevistados, as intermitências que se insinuam ao discurso proferido. É provável que o sujeito 13

tenha consciência de tal realidade, pelo fato de o rádio “atingir ao público cativo”, ou seja, sempre que podem, os ouvintes manifestam interesse pela audição, como se fosse um traço de fidelidade e cumplicidade com o veículo, o que não ocorre com o sujeito 13. Ouve noticiário apenas quando coincide de estar sintonizado em uma determinada emissora, no momento em que prioriza outros programas. Diz, por fim, que não possui “familiaridade” com o rádio, o que pode ser traduzido por afinidade, proximidade e, por extensão, interesse e gosto. Porém, como estamos defendendo a formação do ouvinte crítico, imperioso será reconhecer que a audiência “passiva” em momento algum é encarada como uma opção recomendável. Deve-se problematizar o objeto de escuta, daí recolhendo experiência e fruição, quando for o caso.

21

Somos de acordo com Baumworcel (2001) quando afirma:

O veículo precisa ressignificar a si próprio, re-utilizando todo seu potencial expressivo para transferir sentidos. É necessário estimular o ouvinte a atribuir significados ao que escuta, utilizando a técnica para deslocar esse processo esvaziado de historicidade. E, quem sabe, assim, possibilitar uma nova ruptura. Enfim, uma política de significação (BAUMWORCEL, 2001:115).

Admitimos que essa “política de significação” tenha incidência sobre questões de adequações técnicas e de linguagens, formatos mais atrativos no gênero radiojornalístico e qualidade da emissão sonora. De qualquer forma, será necessário empregar outros pontos de discussão para tentar revelar particularidades não esgotadas pelo presente estudo. Alguns sujeitos declararam ouvir noticiário radiofônico de forma assistemática, como foi o caso do sujeito 15 (Brasil):

Sujeito 15 – O rádio dificilmente escuto para obter informação, o utilizo mais como forma de lazer e para relaxar ouvindo música antes de dormir (UFRN, Brasil).

A utilização do rádio como veículo de entretenimento foi recorrente nas falas dos sujeitos, nas amostras do Brasil e de Portugal. O sujeito 15 destaca o rádio como lazer, mas acrescenta uma outra função utilitária: a de “relaxar” antes de dormir. Consideramos que a emissão sonora de qualquer produto radiofônico provoca determinados efeitos nos ouvintes situados nas esferas racional, sensorial e emocional capazes de afetar os modos de recepção, alguns de natureza catártica, outros que remontam às vivências, através de determinadas músicas, até mesmo a sensação da companhia, situações essas que promovem o prazer e, é possível, o relaxamento.

Sujeito 22 – Quanto ao rádio, não tenho o hábito de escutar noticiários, embora algumas vezes eu pare para ouvir as notícias que são expostas entre uma música e outra (UFRN, Brasil).

Observa-se na fala desse sujeito que o interesse recai mesmo sobre a música e que ouvir os noticiários, pelo que se depreende, ocorre de forma casual e não voluntária, mesmo que ele afirme “parar” para acompanhar as notícias. É necessário enfatizar que o noticiário radiofônico apresenta maior densidade lexical em relação a outros gêneros, motivo pelo qual é imprescindível querer ouvir, acompanhar os fatos com atenção, perceber a veiculação das notícias, uma vez que o ouvinte não terá a imagem como recurso auxiliar à compreensão das matérias. Dizemos isto em razão de o sujeito 22 afirmar que “alguma vez” ele pára para ouvir as notícias. Devemos ressaltar essa informação porque evoca um entendimento metacognitivo do ouvinte quanto ao seu papel de ouvinte atento e ativo. Ora, ele não ouve com frequência, mas reconhece que as vezes que ouve o faz por meio de uma atenção voluntária, pois pára e ouve o que está sendo veiculado. Parar para ouvir: este comportamento

imprime legitimidade ao comportamento crítico. Claro, quando aqui ressaltamos o ato de “parar” não se entenda cessar qualquer movimento que porventura esteja fazendo, mas sim, o de atentar para os fatos noticiados, estabelecendo a relação entre o sentido da notícia e o sentido das experiências pessoais, chegar a determinadas conclusões, concordar ou discordar com o conteúdo noticiado, tudo isso numa atmosfera de consciência em relação ao pressuposto da criticidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa pode ser considerada como auto-reflexiva pois nos indicou determinados prognósticos para o ensino do jornalismo, os quais oferecem subsídios à construção do espaço do rádio como modo de apropriação e reafirmação do jornalismo radiofônico além de ter apontado para algumas hipóteses de investigação.

Nossa intenção aqui foi a de apresentar os dados, analisá-los e situar o radiojornalismo nesse processo de construção de um território na cultura das mídias, adotando o contexto universitário como locus de investigação. Pelo estudo, chegamos a inferir alguns pressupostos possíveis de análise: 1) O radiojornalismo não tem catalisado a atenção de jovens ouvintes e futuros profissionais de comunicação pela qualidade dos programas apresentados nas emissoras, tanto AM quanto FM. Tal pressuposto pode ser decorrente de inadequações do uso do veículo bem como do correto exercício da atividade radiojornalística; 2) É possível afirmar que o potencial do radiojornalismo tem sido desconsiderado por aqueles que fazem rádio, situação

que termina por ignorar a força do veículo na difusão das notícias em tempo real, aqui evocando as características de portabilidade, acessibilidade e custo dos aparelhos; 3) As escolas de jornalismo têm dado pouca ênfase nos estudos de radiojornalismo, em seus aspectos teóricos e práticos, deixando inclusive de se enfatizar as opções mercadológicas que o rádio oferece; 4) O aluno de jornalismo prefere a atuação em outros segmentos de mídia porque não tem sido desafiado a encontrar no rádio as respostas que poderiam incliná-lo na escolha do radiojornalismo como campo profissional tão importante quanto os demais; 5) O radiojornalismo vem sendo produzido por profissionais não qualificados para exercer tal atividade, ficando à mercê de qualquer pessoa que tenha alguma simpatia pelo veículo, ou que tenha feito os cursos relâmpagos, hoje disseminados em toda a parte.

É necessário dizer que não é preocupação nossa promover migrações de toda ordem ou aumentar adesões entre os alunos de jornalismo quando o assunto é a definição da escolha profissional, sumariamente tentando subverter vontades e aspirações. No entanto, como professor da área, sentimos o compromisso de elencar as diversas possibilidades do rádio na conquista de uma identidade entre os alunos: que entendam e saibam sobre o rádio; que consigam empregar as técnicas de produção e difusão em radiojornalismo; que construam uma atmosfera positiva e favorável em torno do rádio, recorrendo-o à sua audição e formulando juízos de valores no tocante às questões éticas, estéticas e técnicas. Entendemos que essas observações podem recair para as realidades brasileira e portuguesa, nas quais fizemos o estudo e obtivemos as respostas dos aprendizes.

Por fim, acreditamos que assim será possível continuar apostando no rádio, assegurando-lhe a permanência e fidelidade na escuta, ao mesmo tempo que teremos profissionais capacitados para atuar nas emissoras de rádio. Se vão ou não atuar é questão de auto-afirmação, mas não de ausência dos subsídios que porventura lhes foram negados na sua formação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BAUMWORCEL, Ana. Radiojornalismo e sentidos no novo milênio. In.: MOREIRA, Sônia Virgínia, DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro, UERJ, 2001.

CUNHA, Mágda Rodrigues da. O valor de permanência do rádio: um estudo a partir da Estética da Recepção. **Revista conexão**. V. 2, n. 3. Caxias do Sul: Educs, 2003. p.59-77

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, Ed.da UFSC, 2001.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. Tradução de Marco Antonio de Carvalho. São Paulo: Summus, 1989.

RIBEIRO, Vera Masagão (Org.). **Letramento no Brasil: reflexões a partir do INAF 2001**. São Paulo: Global, 2003.

Tecnologias Digitais: Divulgação Científica na Academia Via Internet

Alan Mascarenhas⁴ Ana Paula Azevedo⁵ e Priscilla Bernardo⁶

O CIBERESPAÇO EM FUNÇÃO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

‘A globalização que surgiu a partir da necessidade de expansão comercial estimulou, amplamente, o desenvolvimento tecnológico, sobretudo, na área da comunicação em virtude da necessidade de aproximação entre os povos, fator indispensável às práticas comerciais. Entendendo globalização como:

Uma dimensão processual de expansão do capitalismo desde suas origens mercantis em algumas cidades da Europa nos séculos XIV e XV como dimensão particularmente di-

4 Aluno de Rádio e TV do Decom/UFPB

5 Aluna de Rádio e TV do Decom/UFPB

6 Aluna de Rádio e TV do Decom/UFPB

nâmica do capitalismo e, com efeito, de sua vocação expansiva em relação aos territórios.

O intercâmbio cultural gerado pela globalização e a inserção de novas tecnologias provocaram uma série de alterações no modo de perceber, no comportamento dos indivíduos e, conseqüentemente, da sociedade como um todo. Estas mudanças começam a ser mais observadas, a partir da revolução industrial que transforma o modo de vida do homem e sua forma de perceber o tempo e o espaço.

28

Assim, o computador vem a ser um dos artefatos mais importantes nesta transformação tecnológica; seu poder de absorção e a velocidade na captação da informação são comparados ao cérebro humano. Mas, é com a *Internet* e a sua rede de computadores interligados em todo o mundo, que o “boom” da informação instantânea acontece.

Os primeiros conceitos de *Internet*, Pereira (2008), foram escritos por J.C.R. Licklider, em agosto de 1962, que previa computadores ligados globalmente, acessando dados e programas de qualquer local. Dando início à previsão de Licklider, Roberts e Thomas Merrill foram os primeiros a conectar computadores em rede do mundo. Em 1969, com a Guerra Fria, a comunicação entre as bases militares reforçou o desenvolvimento da World Wide Web (em português, Rede Mundial de Computadores).

A Internet passou por um período de extrema estagnação, se compararmos ao seu intenso uso durante a Guerra. Em 1975, exemplificando, apenas 100 sites existiam no mundo virtual. Em vinte anos, segundo dados disponibilizados na própria rede, através da *Internet Systems Consortium*, em seu site www.isc.org, e com o au-

mento de acessos, o número de computadores ligados à redes cresceu pra mais de 50 mil, com mais de seis milhões de computadores conectados.

No Brasil, diante do avanço espantoso de usuários no mundo, a Internet deu seus primeiros sinais de vida em 1991, com a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), que até hoje envolve instituições e centros de pesquisas em universidades. Em 1994, a Embratel lançou um serviço experimental para melhor conhecer a Internet, e, em 1995, o Ministério das Telecomunicações e o Ministério da Ciência e Tecnologia abriram a Internet para o comércio brasileiro, segundo Kellen Cristina Bogo, autora da matéria “A História da Internet - Como Tudo Começou...” para o portal Cosmo *On line*.

Os avanços tecnológicos, principalmente na área da informática, condicionam o tempo e o espaço, compactando-os e modificando a sociedade nos seus diversos setores e, conseqüentemente, criando uma nova maneira de percepção da realidade. Verificamos que este conjunto de modificações e influências oriundas das tecnologias na vida social se intensifica a partir do aparecimento do espaço virtual ou ciberespaço. Para Lèvy: “O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. (LÈVY,1999, p. 17).

Um espaço que é democrático pelo modo que a informação passa a ser tratada e modificada, e devido às discussões fomentadas pelo meio a partir daí, suscitando a criação de diálogos muitas vezes contraditórios pelos variados conteúdos encontrados.

A reunião das particularidades que descrevem a sociedade após o surgimento

da união em rede dos computadores, ou seja, do meio virtual, forma o conceito de cibercultura, como afirma Pierre Lèvy, um dos principais teóricos da área:

Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais intelectuais) de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÈVY, 1999, p.17).

30

Neste momento a informação rege o mundo digital. Hoje vivemos no que alguns autores chamam de sociedade da informação e da comunicação, onde informação e conhecimento ocupam um status de grande importância social. Caracterizada, também, pela convergência das mídias (jornal, rádio, TV, livro, telefone etc.) e a adaptação das mesmas perante as novas formas de tratamento da informação que, por sua vez, podem ser recicladas, reeditadas e/ ou sofrerem atualizações ao longo do tempo por um vasto número de pessoas, de modo que o receptor tem a possibilidade de tornar-se emissor e vice-versa. Dessa forma, a participação do público demarca a era da informação, quando a interatividade é inserida nos meios de comunicação como um dos recursos utilizados pelas mídias para captar e manter espectadores.

Ultrapassando, facilmente, fronteiras territoriais, culturais e econômicas, as novas tecnologias da comunicação, especialmente a *Internet*, contribuem ativamente para o processo de globalização. Uma vez que tais transformações tecnológicas se fazem necessárias para gerir e acompanhar o ritmo e as necessidades dos seres humanos nos dias de hoje. Destacamos o uso da *Internet* no meio acadêmico como um instrumento poderoso na prática da divulgação científica, tendo em vista que a Ciência ainda não ocupa o espaço que deveria na grande mídia, principalmente

no que tange às temáticas ambientais. Através da análise e descrição do processo de construção de um site formatado para disseminar discussões fomentadas no GEDIC acerca da divulgação científica, com enfoque também para as questões voltadas para o meio ambiente.

ALGUNS PARADIGMAS DA EDUCAÇÃO CLÁSSICA E DA EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA

31

Segundo Capra (2006, p.11), “toda educação é educação ambiental”. Portanto, é preciso se criar uma cultura do “conhecimento sustentável” nesta era das novas tecnologias em informação e comunicação, haja vista a importância do saber para os seres humanos. A popularização do saber é o que pode disponibilizar o acesso mais dinâmico, eficiente e útil para todo mundo, contribuindo para a disseminação do conhecimento que se multiplica e se atualiza e, assim, sucessivamente. Igualmente, estende-se para o exercício da cidadania, no tocante à questão de o conhecimento ser um bem público que precisa ser trocado constantemente.

Não precisamos vasculhar todos os arquivos de nossa memória para nos encontrarmos, novamente, inseridos em um mundo no qual a sociedade vivia sob o prisma da educação unidirecional. Dentro de tais parâmetros, o professor era o único detentor do conhecimento em um raio de alguns metros quadrados, ou seja, sua sala de aula. Porém, voltando ao presente, nos encontramos imersos em uma forma completamente arrojada de se assimilar novas informações.

A notoriedade sob a égide bidirecional da educação se faz presente a partir do

momento em que há intervenções na passagem de conhecimento. Tanto a interferência de um aluno na sala de aula quanto à inclusão dos meios de comunicação tecnológicos na aprendizagem, formam a trança que norteia a comunicação educacional nos tempos onde o cabo, que era demasiadamente essencial para exercer ligações de energia e transmissão de dados, se tornou desprezível.

32

A necessidade da resposta imediata, da discussão, da integração de conhecimentos ajudou a legitimar as idéias de Marshall McLuhan, quanto à visão de “aldeia global” como confirma o teórico Octavio Ianni:

Quando o sistema social mundial se põe em movimento e se moderniza, então o mundo começa a parecer uma espécie de aldeia global. (...) E o signo por excelência da modernização parece ser a comunicação, a projeção e generalização dos meios impressos e eletrônicos [a informática] de comunicação, articulados em teias multimídias alcançando todo o mundo. (IANNI, 1997, p.93).

Enraizando sua teoria de Aldeia Global na televisão, que começava a se interligar por satélite na época, o canadense McLuhan se propunha a discorrer sobre a organização mundial que se dava com o surgimento das mídias e das tecnologias. Com a *Internet*, filha das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, as suas teorias se tornaram possíveis de serem assistidas pelo homem, ao vivo e fora do cinema. As relações se estreitaram, as cidades e a economia dos países do Globo se tornaram interligadas. São estes sintomas da Aldeia Global, teoria do autor, acontecendo.

A partir das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, o ensino a distância têm crescido e sido mais aceitos pela população acadêmica. Universidades brasileiras, como a Federal da Paraíba, exemplificando, já dispõe de cursos completos em aulas virtuais que são enviadas em formatos de mídia acessível aos seus alu-

nos. Mas há um longo caminho a ser percorrido para se chegar aos modelos atuais de ensino a distância. Nele, estão inclusas as transmissões radiofônicas e até mesmo a transmissão de conhecimento via correspondência.

Segundo Vianney, Torres e Silva (2003), em 1904, com o surgimento do ensino por correspondência, a primeira geração de Educação a Distância teve origem. Esse tipo de ensino, na época, não exigia escolaridade anterior e funcionava de forma semelhante a cursos técnicos e era oferecido por empresas privadas. Em 2000, o número de alunos participantes de projetos como esse já era de três milhões, coordenados pelo Instituto Monitor, criado em 1939, e pelo Instituto Universal Brasileiro, a partir de 1941.

A criação de novos *Softwares* cada vez mais sofisticados e o barateamento de equipamentos fez com que aumentasse o número de pessoas com acesso à rede, abrindo ainda mais o mercado da informação e do conhecimento. Cada um que souber trabalhar com tipos de *Softwares* diferentes pode construir o seu próprio programa, desde jogos até mesmo pedagógicos. O computador não é mais um centro e sim um nó, um terminal, um componente da rede universal calculante. (LÈVY, 1999, p. 44).

No que diz respeito à educação a distância, esse modelo de escola “visual” custa mais barato que as escolas materiais, com seu ensino presencial.

As universidades e, cada vez mais, as escolas primárias e secundárias estão oferecendo aos estudantes as possibilidades de navegar no oceano de informação e conhecimento acessível pela Internet. Há programas educativos que podem ser seguidos à distância na World Wide Web. Os correios e conferências eletrônicas servem

para o *tutoring* inteligente e são colocados a serviço dos dispositivos de aprendizagem cooperativa. (LÈVY, 1999, p. 170).

34

A aprendizagem cooperativa, por DALL'OLLIO *et all* (2004), baseia-se na troca de informações entre alunos e professores, utilizando conferências e correios eletrônicos. Tanto o aluno quanto o professor podem falar sobre qualquer assunto, de acordo com sua competência pedagógica, tornando o ensino bidirecional. Essas informações são jogadas na rede, fazendo com que qualquer pessoa possa acessar, a partir do momento que aquilo lhe interesse. Cabe agora ao professor um novo papel: o incentivo à aprendizagem e ao pensamento. “(...) Os computadores são considerados como instrumentos de comunicação, de pesquisa de informações, de cálculo, de produção de mensagens (texto, imagens, som) a serem colocados nas mãos dos estudantes”. (LÈVY, 1999, p. 171 - 172.).

CIBERATIVISMO: O MEIO AMBIENTE E A REDE

A organização não-governamental *Greenpeace*, com mais de 60% dos seus colaboradores vindos da Internet, pratica o ciberativismo desde 1998. Conforme explica Mariana Schwarz, gerente de marketing de relacionamento, através do site Ciberativismo: clique aqui para salvar o mundo:

Naquela época, nós passávamos as mensagens para nossas listas pessoais e todo mundo mandava do seu próprio e-mail direto para o presidente [da República]. Se podíamos passar correntes de orações, poderíamos também mandar mensagens para um político pedindo que ele fizesse seu trabalho em prol do meio ambiente também. (BRAUN, 2007.)

De acordo com Yuri Vasconcelos (2008), o ciberativismo é “uma forma de ativismo pela Internet, também chamada de ativismo *on line* ou digital, usada para divulgar causas, fazer reivindicações e organizar mobilizações”. Com a criatividade sendo colocada em prática juntamente com os conhecimentos eletrônicos que se desenvolviam com a Internet, novos assuntos começaram a ser discutidos na rede; e a diversificação de conteúdo, que hoje encontramos na tela de um computador, começou a tomar forma.

35

Em outro segmento, ações que se tornariam dramáticas começaram também a se desenvolver, e elas aconteciam no meio ambiente. O meio ambiente inteiro sofre atualmente as conseqüências de tais ações humanas. Essa ironia conflitante de destruir o que se precisa pode ser medida com os espantosos dados sobre o desmatamento da Floresta Amazônica, que apenas começou a ser monitorado em 1988. Hoje, através de dados do Sistema de Detecção em Tempo Real (Deter), anunciados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), em torno de mil quilômetros quadrados foram desmatados em abril deste ano – “algo como a cidade do Rio de Janeiro.” – afirma o Greenpeace, já citado grupo de organização mundial e independente, que tenta, com ações práticas, ajudar a salvar o meio ambiente, em seu site www.Greenpeace.org. Saindo das terras para os oceanos, não nos deparamos com uma realidade diferenciada, pois, segundo o Instituto *Worldwatch*, em 20 de Setembro de 2007, talvez seja necessário criar reservas marinhas em 40% dos mares para, por exemplo, preservar os 10% que restaram, graças à atividade pesqueira predadora de peixes, mariscos etc., no mundo todo.

Com os mares em colapso, aquecimento global e a as regiões terrestres em situação

caótica com as mudanças climáticas, a preocupação com o meio ambiente aumentou e levou à criação do primeiro site da América Latina sobre educação ambiental, o Ambiente Global, que inicialmente estava hospedado nos servidores da UOL (Universo Online) e que hoje tem endereço próprio www.ambienteglobal.com.br.

36

Muitos sites já existiam ao redor do mundo quando o Ambiente Global foi criado e apesar do seu modelo mais formal, encontramos alguns portais como o já citado *Greenpeace* (www.Greenpeace.org) e também o portal da organização brasileira WWF (www.wwf.org.br), que, desde 1996, integra o time da WWF mundial na batalha a favor do meio ambiente. Em nível de informações sobre o meio ambiente aqui no Brasil, tem ainda o portal Ambiente Brasil (www.ambientebrasil.com.br). No Nordeste, tem o pioneiro, o paraibano Espaço Ecológico (www.espacoecologico-noar.com.br). Porém, encontramos a necessidade de veiculação de uma produção completamente universitária que pudesse apresentar a produção acadêmica voltada para este segmento, de modo a criar uma cultura de sensibilidade ambiental nos campi acadêmicos em todo o país.

A HOMEPAGE DO GRUPO DE ESTUDO: GEDIC - PLANTANDO CONHECIMENTO

O Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC, registrado no CNPq, foi criado para atender a uma demanda acadêmica em comunicação científica, com o propósito de contemplar as habilitações jornalismo e rádio e TV com pesquisas voltadas às produções jornalísticas, radiofônicas e televisivas voltadas para o campo

do saber científico, para a divulgação da Ciência e para a popularização da Ciência na UFPB e na comunidade paraibana em geral. É um grupo interdisciplinar, com alunos/as do curso de graduação em Comunicação Social e Informática, e de pós-graduação em Comunicação, Educação e Ciência da Informação. Em conjunto aos estudos teórico-metodológicos em reuniões quinzenais sobre comunicação científica, jornalismo científico, educomunicação, produções de rádio e TV científicas, o GEDIC tem duas produções feitas pelos/as alunos/as que são: o programa televisivo Conexão Ciência, transmitido pela TVUFPB, e a webrádio Intercampus, em caráter experimental, a ser inaugurada em julho deste ano. O grupo também é parceiro do projeto Agenda 21-UFPB, coordenado pelo Laboratório e Oficina de Geografia-LOGEPA, contribuindo com a produção midiática para a divulgação das ações, como boletins, cartazes, folders, spots de televisão e de rádio. Esta parceria foi estabelecida em maio último, e os/as alunos/as já estão participando das reuniões para que comecem a elaborar as estratégias de informação e comunicação.

A proposta principal do GEDIC é a de “plantar o conhecimento” sob a perspectiva de um conhecimento sustentável que possa introduzir uma cultura de interesse científico mais cativante, criativa e útil e que se apóie nos princípios de uma educação para uma sociedade sustentável, ou seja, que o grupo desenvolva a capacidade de pensar criticamente e crie uma relação saudável e reflexiva com a Ciência e o Meio Ambiente, áreas hoje indissociavelmente ligadas pelas transformações que se descortinam neste terceiro milênio em relação às grandes inovações tecnológicas e às importantes questões ambientais que estão no cerne dos grandes debates cientí-

ficos atuais. A interdisciplinaridade do grupo já aponta para o intuito de se estabelecer uma comunicação dialógica que confirme “uma compreensão sistêmica da vida que hoje está assumindo a vanguarda da ciência” (CAPRA, 2006, p.14).

38

A criação da página virtual do GEDIC se tornou imprescindível porque o grupo percebeu o quanto seria importante mais uma ferramenta de divulgação das nossas pesquisas e das nossas ações. Com grande inquietação a respeito do contido movimento virtual dos sites que tratam a informação científica, resolvemos criar um novo modelo de página para mediar as relações entre a sociedade acadêmica e todo o resto do universo que pode acessar a *Internet*.

Levando o nome do GEDIC, criado na Universidade Federal da Paraíba e coordenado pela professora Olga Tavares, o site propõe um design simples e claro, onde o usuário não terá complicações em escolher qual conteúdo deseja acessar. Analisando sites de importante iniciativa no meio dos cuidados ambientais como o Save The Beaches (Salvem as Praias) e que reside virtualmente no www.savethebeaches.org, página virtual que possui centro de treinamento para os usuários e programas educacionais virtuais. O grupo se define como uma organização sem fins lucrativos que tenta instruir os seres humanos à preservação das praias de todo o mundo desde 1983, foi entendido que não só o fácil acesso e o célere carregamento da página são importantes, mas que também a forma como o conteúdo é disposto e escrito, além dos principais atrativos que uma página pode oferecer: interação. Tinland discorre sobre a interatividade: “Interatividade designa muito mais que as interações sobre as quais repousa a estabilidade do modo físico ou biológico [...]. Ela abre uma dinâ-

mica espiralada ao desenvolvimento imprevisível e indefinidamente aberto.” Tinland (1997 *apud* SILVA, 2002, p.93).

Para Tinland, o papel emissor-receptor está aberto a mudanças de ordem onde deverá haver uma co-atuação do emissor e/ou do receptor em um determinado ponto. Tendo em vista que os resultados são abertos, não podemos pensar que não existe base para isso. Afinal, haverá uma interação a partir de resultados inesperados na busca de algo, no nosso caso, no acesso e discussões propostas pelo site do GEDIC.

A interação no site começa a acontecer quando o usuário decide que o conteúdo do GEDIC é interessante a ponto de ser visitado. Presente virtualmente no site, o usuário vislumbra a interface e começa a perceber coisas além do que esperava encontrar. Seus passos, dentro do site, são controlados pelo servidor de *Internet* e, assim, poderá ter noção de quais partes dos site foram acessadas, ou seja, o que pode ter interessado o visitante.

O usuário pode estar satisfeito ou não com o conteúdo do site e, caso deseje permanecer passivo, ele apenas terá feito uma interação com a página. Por outro lado, se ele proporcionar mudanças no espaço virtual, então estará exercendo a interatividade, sendo co-autor desde espaço.

A interatividade na homepage é proposta, principalmente, através do Fórum GEDIC, um espaço construído com tecnologia PHP (Hipertext Preprocessor), que é uma linguagem de programação no espaço Web utilizado para proporcionar um dinamismo nas páginas, podendo ser agregado à linguagem HTML (HyperText Markup Language, que, em português, significa Linguagem de Marcação de Hipertex-

to), e, a partir daí, eles podem acessar o banco de dados, gerenciado pelo *Software MySQL*, do site GEDIC. O mesmo sistema de banco de dados é usado tanto por sites de pequeno porte, como fã-sites (sites dedicados a artistas e criados por seus seguidores), como por grandes empresas como o Banco Bradesco e a Nasa, por exemplo.

40

Dentro do Fórum, o usuário poderá realizar o seu cadastro e somente a partir de então ele terá acessos a uma área onde ele poderá tirar dúvidas com a professora Olga Tavares, coordenadora do GEDIC, ou com os professores pesquisadores do grupo. As dúvidas podem ser tiradas em tempo real ou não, dependendo do encontro casual virtual dos professores com os usuários. É, também, no fórum onde artigos dos visitantes serão postados para futura análise da banca virtual e da equipe do site, integrante do grupo de estudos GEDIC. Correções poderão ser sugeridas e o(s) autor(es) do texto serão convidados a publicarem seu artigo também na nossa sessão de artigos do site.

Informações históricas do Grupo GEDIC poderão ser encontradas em uma parte do site dedicada totalmente ao grupo, com fotos, agenda e contato do GEDIC. Sessões especiais e hot-sites (*mini-sites* planejados para destacar uma ação do site a qual pertence, segunda a Wikipedia) serão criadas para fomentar campanhas do grupo com ações de preservação ambientais.

Enquanto ocorre a navegação dentro do site, o usuário poderá optar por escutar a Rádio Verde, rádio criada para o site GEDIC, e dirigida pelo grupo de estudos, com programas musicais e noticiários que contribuam com a proposta do site: educar ambientalmente o usuário. A ordem dos programas poderá ser alterada pelo ouvinte. Dessa forma

ele escolherá se deseja ouvir primeiros as músicas e depois os programas, ou intercalá-los, por exemplo. Debates serão propostos pelo fórum e estes serão levados para a Rádio Verde, gravados previamente através de conferências de áudio pela rede de *Internet*.

O site, ainda em sua fase de desenvolvimento, e com lançamento previsto para 1 de Setembro, foi acolhido pelo portal virtual da UFPB (www.ufpb.br/gedic), sendo hospedado dentro desse como subdomínio e ainda abrigará a Agência de Notícias GEDIC, que informará o usuário acerca de todos os fatos que norteiam o meio-ambiente e as ações humanas sobre ele. Uma visualização (figura 001) da página em seu primeiro protótipo de demonstração, desenhado por Alan Mascarenhas, integrante do GEDIC, segue abaixo:

41



FIGURA 001 – Visualização do protótipo da página do GEDIC.

O portal do GEDIC se propõe a desenvolver recursos capazes de produzir informações e promover a troca delas, de modo a firmar uma prática de construção do conhecimento sustentável. De acordo com Fritjof Capra: “hoje, a mudança de

paradigma na ciência, em seu nível mais profundo, implica uma mudança da física para as ciências da vida” (CAPRA, 2006b, p.29). E o autor completa: “a teia da vida consiste em redes dentro de redes” (2006b, p.45).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

42

A construção da home page do GEDIC vem atender a uma demanda deste século XXI: a chamada “geração da rede” Cebrian (1999, p.27), que já participa desta “era digital”, cujo cenário se apresenta muito favorável com uma população cada vez maior tendo acesso à *Internet*. Como o GEDIC é um grupo de estudos que pesquisa os assuntos referentes à Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente nos e com os meios de comunicação, é fundamental ter um portal na *Internet* que possa por em prática essa nova mentalidade de redes para compartilhar com o maior número possível de pessoas o conhecimento sustentável que o grupo se propõe desenvolver. A universidade brasileira, portanto, não pode prescindir de dar ao corpo discente possibilidades de desenvolver seus projetos comunicacionais, pois esses é que fazem a ponte comunidade acadêmica-sociedade em geral. Hoje, na UFPB, essas iniciativas estão concentradas no Pólo Multimídia, onde o GEDIC desenvolve suas atividades.

Embora seja, literalmente, uma questão de sobrevivência, é fato que a problemática ambiental não recebe o tratamento devido por parte da sociedade como um todo. Assim, cabe a parcela considerada “mais esclarecida”, acadêmicos e/ou intelectuais de um modo geral, a adoção de uma postura diferenciada frente às questões

que envolvem o meio ambiente tanto no que diz respeito ao próprio comportamento como na iniciativa profissional.

E, por sua vez, os escritores sobre ciência não devem deixar de ocupar espaços democráticos, como a *Internet*, a fim de que a divulgação científica se amplie já que o conhecimento se trata de um bem comum e, sobretudo, necessário para a formação de um cidadão condizente com o mundo atual. Neste sentido, apresentamos o Portal GEDIC que pretende construir uma sólida imagem para se tornar um dos mais seguros e corretos portais de comunicação e educação científico-ambiental criado por alunos universitários, inspirando toda a sociedade a transmitir pequenos atos de educação com o meio ambiente que representará uma alteração na atual situação do espaço em que se vive atuando como um agente colaborador nesse processo de solidificação de um conhecimento sustentável.

Portanto o conhecimento é uma semente que também germina e cresce, conforme o tratamento que lhe damos. A natureza do conhecimento, hoje, apresenta-se mais flexível, menos infalível e com perspectiva sistêmica que contempla a relação ser humano-meio ambiente, a qual está definitivamente interativa e mais aproximativa.

REFERÊNCIAS

AMBIENTE GLOBAL. **Diário Online**. Disponível em < www.espacoecologico.com.br>. Acesso em 25 jun. 2008

APRENDA INTERNET SOZINHO AGORA. **A História da Internet** Disponível em < <http://www.aisa.com.br/historia.html> >. Acesso em 13 jun.

de 2008

BRAUN, Daniela. **Ciberativismo: clique aqui para salvar o mundo.** Disponível em <<http://idgnow.uol.com.br/10anos/2007/09/05/idgnoticia.2007-09-04.2544438984/>>. Acesso em maio de 2008.

BOGO, Kellen Cristina. **A História da Internet - Como Tudo Começou...** Disponível em <<http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia>>. Acesso em 14 jun. de 2008.

CAPRA, Fritjof. **Alfabetização ecológica.** São Paulo: Cultrix, 2006.

_____ **A teia da vida.** São Paulo: Cultrix, 2006.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede.** São Paulo: Summus, 1999.

DALL'OLIO, Armando L., OLIVEIRA, Eliana M. de, BESSA, Ana C.G., MACHADO, Elian C. **Aprendizagem Cooperativa/Colaborativa Presencial e Semipresencial: Uma Experiência com Alunos de Escolas Públicas.** Disponível em <<http://www.abed.org.br/congresso2004/por/htm/106-TC-D1.htm>>. Acesso em: 05 maio 2008.

ESPAÇO ECOLÓGICO NO AR. Portal Diário Online. Disponível em <www.espacoecologicoanoar.com.br>. Acesso em 23 jun. 2008

GOMES, Maria João. **E-learning : reflexões em torno do conceito.** Braga, Editora Universidade do Minho. Centro de Competência Nónio Século XXI, 2005. Disponível em <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/2896>>. Acesso em 19 maio 2008.

GREENPEACE BRASIL. **Notícias e Quem Somos.** São Paulo, 2008. Disponível em <www.greenpeace.org.br>. Acesso em 30 jun. 2008

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização.** 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

INTERNET SYSTEMS CONSORTIUM. ISC Internet Domain Survey. Disponível em <<http://www.isc.org/index.pl?ops/ds/>>. Acesso em 14 jun. de 2008.

LEMONS, ANDRÉ. **Cibercultura - Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 2005.

_____ **O que é o Virtual?.** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____ **As Tecnologias da Inteligência.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

----- **A Inteligência Coletiva.** São Paulo: Editora 34, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MORAIS, Regis de. **Educação, mídia e meio ambiente.** Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

OLIVEIRA, Lia Raquel. **A comunicação educativa em ambientes virtuais: um modelo de design de dispositivos para o ensino-aprendizagem na universidade.** Braga, Universidade do Minho. Centro de Investigação em Educação, 2004. Disponível em <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7672>>. Acesso em 19 maio 2008.

PARENTE, André. **Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual.** Tradução de Rogério Luz et alii. 3ª ed. Rio de Janeiro: Ed.34, 1999.

PEREIRA, Aísa. **Aprenda Internet Sozinho Agora: história da internet.** Disponível em: <<http://www.aisa.com.br/>>. Data de acesso: 14 de maio de 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano.** Revista Famecos, nº22. Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/22/a03v1n22.pdf>> . Acesso em: 04.08.07

O Meio Ambiente está no Ar! Vertentes da comunicação: Rádio e Ciência: divulgação ambiental

Ana Luisa Arruda, Márcia Kelly Bezerra
Costa e José Webster Alves da Silva⁷

É triste pensar que a natureza fala e que o gênero humano não a ouve.

O RÁDIO E A CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

O meio ambiente é um assunto de extrema relevância e nele reside a necessidade de ser discutido de forma mais intensa nos meios de comunicação. No final do século XX e início deste século, isso vem acontecendo gradativamente através de programas de rádio e televisão entre outros.

⁷ Aluno/as de Rádio e TV do DECOM/UFPB

Várias catástrofes ambientais eclodem no mundo inteiro em decorrência do mau uso ou do uso indevido da natureza, a partir disso, ambientalistas e amantes do meio ambiente se mobilizaram com o intuito de conscientizar a população mundial. Uma das ferramentas cruciais nessa conscientização massiva é a utilização dos meios de comunicação de massa.

48

Para que a qualidade de vida se intensifique cada vez mais, precisamos cuidar do nosso espaço ecológico. Conseqüentemente com isso tornar-se-á possível o futuro da humanidade, ou seja, a sobrevivência das futuras gerações. Para viabilizar essa proposta se faz imprescindível a utilização dos meios de comunicação. E esta já se tornou realidade hodierna se valendo de programas segmentados e voltados para o meio ambiente.

O rádio em sua formatação é o meio de comunicação mais eficaz em qualquer aspecto quando comparado a qualquer um outro existente atualmente. Em nossas pesquisas, verificamos a existência de experiências de rádio que abordam o segmento da preservação do meio ambiente, onde citamos como exemplo: o caso da webrádio Rede Ambiental (www.ambientalfm.com.br) que faz uma grade toda atendendo ao seu slogan “a rádio ecologicamente correta”; a recém-inaugurada Alfa FM 105,9 MHz, a primeira rádio ambiental de Picos, no Piauí; a rádio universitária Unijuí FM que, na freqüência 106.9MHz, transmite para o noroeste do Rio Grande do Sul o semanal “Ambiente Vivo” apresentado por Reges Schwaab; “Planeta Eldorado” da FM Eldorado do estado de São Paulo também semanal; “Manuelzão”, que é um produto do projeto de mesmo nome e vai ao ar pela UFMG Educativa FM; o programa

“Natureza Viva”, que está no ar desde 1993 e é uma parceria entre WWF-Brasil, GTA (Grupo de Trabalho Amazônico) e Radiobrás, apresentado todas as manhãs de domingo na Rádio Nacional da Amazônia, e simultaneamente para nove estados da Amazônia Legal; o Programa “O Ambiente é o Meio”, feito por acadêmicos da Rádio USP de Ribeirão Preto e transmitido todas terças e quintas-feiras, às 15h; o programa “Meio Ambiente Avaré”, da jornalista Lucia Brandão, na Rádio Cidadania FM 104.9, em Avaré, São Paulo; o programa ecológico “Teia da Vida”, na Rádio Viamão FM, 90.9 MHz, no Rio Grande do Sul, apresentado pelo professor João Maurício Farias e pela jornalista Juliana Leal Cardoso; o programa semanal “Cidadania Ambiental”, na Rádio Ipanema Comunitária FM, 87,9 MHz, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul; o Programa “Rádio Ambiental”, apresentado aos domingos, em uma parceria Prefeitura de Mossoró e Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN); e o programa “Espaço Ecológico no Ar”, em João Pessoa, Paraíba, que é o nosso objeto de estudo, veiculado na CBN AM, 1230 Khz, sob a direção executiva de Gualberto Freire. Em síntese, todas essas são propostas que paulatinamente ganham espaço a iniciar-se pelas webrádios e rádio educativas, e que timidamente ganham espaço junto à radiodifusão privada que vai demonstrando sensibilidade ao tratamento das temáticas do meio ambiente, tanto quanto buscam um veio alternativo temático – o meio ambiente – que vai abrindo seus primeiros espaços na mídia nacional.

A nossa intenção é mostrar como esses assuntos tão delicados estão sendo tratados e veiculados. Ao nos aprofundarmos nestes questionamentos, selecionamos

o programa radiofônico “Espaço Ecológico no Ar”, veiculado pela CBN João Pessoa, Paraíba, que se propõe intrinsecamente voltado para a disseminação de conhecimento acerca da preservação do meio ambiente de um modo geral. Nosso trabalho de observação abrange desde a importância até o ponto em que chega a sua contribuição na conscientização da população para a preservação da natureza e da sua relação com o ser humano.

50

O rádio é essencial e indiscutivelmente o meio de comunicação mais eficaz existente. Algumas características comprovam sua eficácia. Sua acessibilidade é incontestável seja por fatores econômicos, onde, em comparação à televisão e aos veículos impressos, o aparelho receptor do rádio é o mais barato e sua aquisição está ao alcance de uma parcela muito maior da população; ou seja, em termos geográficos, onde sua abrangência é intensamente comprovada nos lugares mais longínquos. Ao rádio compete a capacidade de atingir pontos que sejam mais remotos possíveis, bem como o seu poder de mobilidade. Além de simultaneidade e rapidez, a facilidade que se tem em estar no local e hora dos acontecimentos, transmitindo, difundindo informações instantaneamente, torna-o o meio de comunicação de massa completo, o que o difere bastante de outras mídias como, por exemplo, a televisão.

O ouvinte se desfaz de fios e tomadas e ganha liberdade total na execução de outras tarefas enquanto acompanha o noticiário radiofônico, ou seja, não há necessidade de permanecer em sua casa ou em qualquer outro lugar em uma espécie de cárcere privado ao lado do aparelho. O rádio dá alternativas e pode-se ouvi-lo no carro, no trabalho, na rua, ou onde quer que se esteja. E isso aproxima cada vez mais

o emissor do seu público, ou seja, o emissor fala para seus ouvintes como se estivesse falando para cada um em particular. Há uma sensação de exclusividade e intimidade, um direcionamento a um ouvinte específico. E esse aparelho ainda tem um trunfo cabal que faz toda a diferença. Refiro-me à emoção. O Rádio envolve o ouvinte, o faz participar da emissão. Há a criação de um “diálogo mental” com o emissor. E esse bate papo, que é uma capacidade exclusiva de se comunicar com o público, não exige informações específicas na codificação de mensagens, pois sua linguagem é simples e direta. Esses fatores evidenciam a total competência deste meio de comunicação. No entanto, para se chegar a este fantástico meio de comunicação teve-se que atravessar um longo caminho.

51

HISTÓRIA DO RÁDIO

James Clerck Maxwell, em 1863, demonstrou teoricamente a existência de ondas eletromagnéticas e com isso conseguiu despertar interesse de outros pesquisadores dentre eles o alemão Henrich Rudolph Hertz, que, em 1887, trouxe a idéia do princípio da propagação. Em sua experiência, fez saltar faíscas através do ar entre duas esferas de cobre, mediante feto antigos “quilociclos”, que passaram a ser chamados de quilohertz (TAVARES, 1999).

A industrialização de equipamentos se deu com a criação da primeira companhia de rádio em Londres, pelo cientista italiano Guglielmo Marconi, que em 1896 já havia demonstrado o funcionamento de seus aparelhos de emissão e recepção de

sinais na própria Inglaterra, quando percebeu a importância comercial da telegrafia, que até então era exclusivamente usada como “telegrafia sem fio”.

52

No Brasil o padre-cientista Landell de Moura previa, em meados de 1890 em suas teses a “telegrafia sem fio”, a “radiotelegrafia”, a “radiodifusão”, os “satélites de comunicações” e os “raios laser”, a viabilidade da invenção. Dez anos mais tarde, em 1900, o Padre Landell de Moura obteve do governo brasileiro a carta patente nº 3279, que lhe reconhece os méritos de pioneirismo científico, universal, na área das telecomunicações. No ano seguinte, ele embarcou para os Estados Unidos e, em 1904, o “The Patent Office at Washington” lhe concedeu três cartas patentes: para o telégrafo sem fio, para o telefone sem fio e para o transmissor de ondas sonoras (TAVARES, 1999).

Nos Estados Unidos, foram anos de pesquisas, tentativas e aprimoramentos até Lee Forest instalar a primeira “estação-estúdio” de radiodifusão, em Nova Iorque, no ano de 1916. Aconteceu então o primeiro programa de rádio que se tem notícia. Ele tinha conferências, música de câmara e gravações. Surgiu também o primeiro registro de radiojornalismo, com a transmissão das apurações eleitorais para a presidência dos Estados Unidos.

O RÁDIO NO BRASIL

No Brasil, a primeira emissão radiofônica aconteceu em 7 de setembro de 1922, durante as comemorações do centenário da independência, com um discurso do presidente paraibano Epitácio Pessoa, através de uma estação de 500 watts monta-

da no Alto do Corcovado, na cidade do Rio de Janeiro, então capital federal. De lá para cá, a radiodifusão brasileira cresceu tanto que existem mais de 2.960 emissoras comerciais de rádio espalhadas pelo território nacional, conforme o Ministério das Comunicações.

O grande precursor do rádio brasileiro foi Roquete Pinto. Ele e Henry Morize fundaram, em 1923, a primeira estação de rádio brasileira: Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Foi aí que surgiu o conceito de “rádio sociedade” ou “rádio clube”, no qual os ouvintes eram associados e contribuíam com mensalidades para a manutenção da emissora.

Associada às radionovelas e programas de auditório, aparece a expressão “Era de Ouro”, que fala do momento, no Brasil, em que se começava a formar o conceito de indústria cultural, ou seja, a arte começava a dar lucro, no mesmo passo em que cativava o público. A expressão foi pensada no sentido de concentrar aquilo que era considerado o melhor da música e da arte em produções do Rio de Janeiro e São Paulo.

Entretanto, o rádio se desvencilhou dessa passagem de glamour, o rádio acabou se tornando espaço para venda de música e promoção de gravadoras. As emissoras foram dirigindo as suas programações para públicos diversificados, o que acabou gerando hoje linguagens radiofônicas diferenciadas.

O RÁDIO NA PARAÍBA

Em meados dos anos 30 surge a primeira estação de rádio na Paraíba, era fundada a Rádio Clube da Paraíba, que era ainda irradiada em alto-falantes espalhados pelo

centro da cidade, como forma de reagir à hegemonia do vizinho estado de Pernambuco, que penetrava com a Rádio Clube de Pernambuco (NASCIMENTO, 2003).

Surge então, em 1937, a denominação Rádio Tabajara da Parahyba, que por questões comerciais também se nomearia de Rádio Tabajara. Somente em 1950 foi inaugurada a segunda emissora de rádio da capital, a Rádio Arapuan, que nos anos 80 seria vendida, enquanto emissora AM, para o Sistema Correio de Comunicação que incorporou a Central Brasileira de Notícias (CBN). Ao passo que João Pessoa, sendo capital, dispunha de duas estações, também a rainha da Borborema, Campina Grande, já contava com duas estações: as Rádios Cariri e Borborema (NASCIMENTO, 2003).

54

Em 1978, surgem as primeiras emissoras de frequência moderada (FM) em João Pessoa, a Arapuan FM, e em Campina Grande, a Borborema da rede dos Diários Associados. Logo após a Arapuan, encabeçaria a primeira rede de rádios da Paraíba, com a rádio Caturité, em Campina Grande, e Espinharas em Patos, no alto sertão paraibano (NASCIMENTO, 2003).

A rádio Correio desponta entre as líderes de audiência na capital e sente a necessidade de levar até Campina Grande uma segunda emissora FM, e cria a 98 FM. Outras rádios vieram em seqüência como as rádios religiosas e a rádio universitária, que se encontra fora do ar atualmente.

RÁDIO & CIÊNCIA

O rádio, no Brasil, teve uma tradição de vincular programação radiofônica e Ciência, haja vista, em 1923, a primeira rádio, a Rádio Sociedade, ter sido idealizada

na Academia Brasileira de Ciências, com o intuito de divulgar arte, cultura e ter um perfil educativo, como era a proposta inicial de Roquette Pinto. A Rádio Sociedade, inclusive, cobriu a visita de Albert Einstein ao Rio de Janeiro, quando o famoso cientista destacou o rádio como instrumento de divulgação científica. A Rádio MEC, no Rio de Janeiro, ainda tem uma história de programação voltada para informar com qualidade e formar consciência crítica e participativa dos seus ouvintes. Logicamente, as rádios comerciais dominaram o mercado radiofônico, mas ainda é neste espaço que existe a possibilidade de se arriscar à criação de rádios que podem ter programações diferenciadas, como as rádios comunitárias, com suas propostas alternativas de abranger o universo sociocultural das comunidades, fazendo tocar músicas de todas os estilos musicais e trazendo ao microfone discussões de gênero, de meio ambiente, saúde etc..As rádios universitárias também se propõem a fugir da padronização das rádios comerciais, mostrando uma programação que contempla a produção acadêmica em nível tanto científico quanto cultural.

O precursor José Reis, em 1951, apresentou um programa pioneiro de divulgação científica, na Rádio Excelsior. Conforme Santos (2004) existem outros exemplos, como o MEB - Movimento de Educação de Base, na década de 60; o Projeto Minerva, na década de 70, e, atualmente, os projetos Rádio Escola, uma parceria da SEED - Secretaria de Educação a Distância e Programa Alfabetização Solidária, e Escola Brasil, produzido pela Rádio Nacional de Brasília AM e Rádio Nacional da Amazônia OC. Para a autora, “a utilização do meio se deu, principalmente, devido ao seu longo alcance e aos baixos custos de produção”.

Em junho de 2006, o Ministério da Ciência e Tecnologia, em parceria com a Radiobrás, promoveu o seminário “Rádio e Ciência”, com a mesa-redonda “Experiência de Ciência no Rádio II”, cujo principal objetivo norteador foi o de “popularizar a ciência e levar o conhecimento a toda a sociedade” (RADIOBRÁS, 2006). Uma das apresentações foi o do programa “Ciência na Favela”, criado pela bióloga Ana Paula Bossler. Transmitido pela Rádio Favela de Belo Horizonte, o programa, há sete anos no ar, tem a proposta de desmistificar temas científicos.

O Ministério da Ciência e Tecnologia tem o projeto de mapeamento das rádios que têm programas de Ciência, semelhante ao feito na Europa, onde se mapeou 75 programas de Ciência no Rádio, em 16 países.

ESPAÇO ECOLÓGICO NO AR

O Espaço Ecológico no Ar (EE) é, há três anos, um programa radiofônico que traz músicas, poesias, crônicas e dicas sobre o meio-ambiente, e ainda as principais notícias sobre o assunto na Paraíba, no Brasil e no mundo. Os problemas e as questões ambientais possuem não só um viés crítico como também informativo e denunciativo, dependendo do tema abordado, e os apresentadores, por vezes, expressam a sua opinião e a da redação.

Apresentaremos aqui todos os programas transmitidos no mês de Julho do ano de 2007, totalizando quatro. Desde o início pudemos notar a preocupação em construir uma mentalidade coletiva, ou seja, da sociedade, mais responsável em nível

ambiental. Conscientizar é a palavra de ordem.

Em matéria de notícia, o enfoque maior foi o aquecimento global, mas muitas outras questões entraram em pauta e, principalmente quando elas são destaques no programa, há um aprofundamento com causa, conseqüência, populações etc. a respeito do fato. É possível ouvir também dicas sobre movimentos ambientalistas, incentivando o ouvinte a práticas comunitárias voluntárias.

57

Segue abaixo a exposição de todos os quadros existentes no programa, sabendo que nem todos são exibidos rigorosamente todo sábado.

1. A Geografia e o Meio Ambiente: efeito estufa foi o único assunto abordado em todos os programas de julho;
2. A Paraíba e o Meio Ambiente: este é o único quadro que especifica o Estado e dá notícias só sobre ele;
3. Dicas: este não é um quadro propriamente dito já que a todo instante ele aparece, é como flashes no programa;
4. Ecologia e Saúde: fala de produtos que ajudam a melhorar a saúde;
5. Medicina Verde: semelhante ao anterior, mas com enfoque maior nos alimentos (cebola, maracujá, açaí) e, algumas vezes, até ensina receitas de cozinha;
6. Em dia com a Ecologia: fatos mais recentes, estudos e pesquisas mais atuais sobre ecologia;
7. Entrevista: aqui é onde é gasto o maior tempo do programa a um só assunto (15 minutos), e a cada dia um novo convidado fala de suas atividades e de como as executa sem prejudicar o meio ambiente. Os assuntos são sempre

- relacionados à Paraíba;
8. Espaço Ecológico Informa: curiosidades e informações de como ajudar a preservar o meio ambiente;
 9. Evitando o Desperdício: normalmente traz receitas com produtos ecologicamente corretos e feitos em casa para cumprir o que diz o nome do quadro;
 10. Poesia Ecológica: nem só de poesia vive esse quadro, mas também de músicas, textos ou qualquer outro escrito ligado ao meio ambiente;
 11. Produzindo com o Meio Ambiente: novas e curiosas produções, invenções para o dia-a-dia feitas a partir do meio ambiente, mas retiradas de forma saudável;
 12. Olho Vivo no Meio Ambiente: alerta sobre vários fenômenos, principalmente mundiais, que estão afetando o meio ambiente;
 13. O Meio Ambiente no Brasil e no Mundo: sem tema ou local específico, trata do meio-ambiente em vários lugares diferente, sendo assim, o nome do quadro se autodenomina.

Atualmente o programa é transmitido pela Rádio CBN, apresentado por Clemilson Souza e Isabela Vilante, e vai ao ar todo sábado das 9 às 10 horas, constituído de entrevista, realizada pelo jornalista Jaimacy Andrade, e quadros diversificados, citados acima. Há um sítio no qual o programa pode ser acessado: www.espacoecologicoar.com.br.

De acordo com Martin Redfern, da BBC Radio Science Unit (2004), uma boa narrativa de Ciência no Rádio não pode prescindir dos seguintes elementos: novidade,

importância, relevância, praticabilidade, interesse e diversão. Redfern ainda sugere que as entrevistas sejam sempre feitas pessoalmente e, não, por telefone. Salienta que as boas entrevistas são como uma boa conversa para deixar o entrevistado bem confortável no estúdio, de modo que ele possa expor suas idéias clara e objetivamente, sem interrupções. De maneira geral, o programa “Espaço Ecológico no Ar” atende a essas sugestões e procura apresentar um programa dinâmico e bem diversificado. Não há participação dos ouvintes, pois o programa é todo gravado; contudo, sua equipe pensa nesta possibilidade no momento em que tiver recursos para fazer o programa ao vivo.

O “Espaço Ecológico no Ar” é uma iniciativa importante para a rádio paraibana porque apresenta ao ouvinte as temáticas ambientais que estão na pauta das grandes discussões sociopolíticas e econômicas mundiais e, agora, com especial atenção no Brasil, em virtude das questões territoriais da Amazônia. A contribuição do programa radiofônico às causas ambientais do Estado da Paraíba são significativas, tanto em divulgar fatos importantes, como as grandes colheitas que a agricultura teve este ano, no Cariri, ou fatos preocupantes, como o aumento da incidência da dengue nas cidades de João Pessoa e Patos.

O “Espaço Ecológico no Ar” é um programa que pode ser incluído na proposta de promover a popularização da ciência. Seu formato é objetivo, claro, criativo e fornece informação com qualidade e simplicidade. A “alfabetização científica” (GERMANO e KULESZA, 2007) em discussão para ser trabalhada pelos meios de comunicação é perfeitamente viável na concepção do programa radiofônico porque as questões

sobre meio ambiente ali abordadas podem ser introduzidas nas práticas didático-pedagógicas das escolas de primeiro e segundo graus, de modo a aumentar o acesso a esse novo tipo de informação que tem a ver com a sobrevivência do próprio ser humano no planeta Terra.

60 REFERÊNCIAS

COSTELLA, A. F. **Comunicação – do grito ao satélite**: história dos meios de comunicação. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira. 2002.

FERREIRA, R. A. **História e histórias do rádio**. Disponível em: <<http://radio.unesp.br/artigo2.php>> Acesso em 04 de nov. de 2007.

GERMANO, Marcelo G. e KULESZA, W.A. **Popularização da ciência**: uma revisão conceitual. Santa Catarina: Cad. Bras. Ens. Fís., v. 24, n. 1: p. 7-25, abr. 2007.

NASCIMENTO, P. **História da radiodifusão na Paraíba**. João Pessoa, PB: Persona, 2003

PIMENTEL, M. E. C. **Normas da ABNT**: Estrutura de Apresentação do Trabalho. Disponível em: <<http://www.mepel.8m.com>> Acesso em 05 de nov. 2007.

REDFERN, Martin. **How do I make a science news story for radio?** maio 2004. Disponível em <http://www.scidev.net/en/practical-guides/how-do-i-make-a-science-news-story-for-radio-html> . Acesso em abril de 2008.

SANTOS, Priscila Faria. **Rádio e divulgação científica no Brasil**. São Paulo: Núcleo José Reis de Divulgação Científica ECA/USP, Janeiro/Feve-reiro - Ano 3 - Nº18, 2004.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Harbra, 1999.

A SOCIALIZAÇÃO DO SABER CIENTIFICO: INTERCAMPUS - A DIFUSÃO CIENTIFICA NAS ONDAS DA WEBRÁDIO

Ana Paula Azevedo⁸,
Cristina Vasconcelos⁹ e Olga Tavares¹⁰

INTRODUÇÃO

O Projeto Webrádio Intercampus está em fase de desenvolvimento da programação. Apesar de ter uma programação diversificada, ela também contempla a divulgação da ciência no programa “Intercampus Ciência”, com o objetivo de popularizar a produção científica da universidade e estimular o debate entre a universidade e

⁸ Aluna de Rádio e TV do Decom/UFPB

⁹ Mestranda do PPGCI/UFPB, Jornalista e Radialista.

¹⁰ Professora do PPGC/PPGCI/DECOM-UFPB. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Coordenadora do Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC/UFPB. E-mail: olgatavares@cchla.ufpb.br

a sociedade paraibana. Os/as estudantes propõem abrir um inovador espaço para divulgação das produções técnico-científicas da UFPB nos seus quatro campi. Conforme pesquisa feita pelo grupo-coordenador, são poucos os projetos universitários em torno da webrádio; portanto, é um segmento midiático que deve começar a ser introduzido nas grades dos cursos de Comunicação.

62

Atualmente, o portal da UFPB recebe mais de vinte mil acessos semanais, o que permitirá à equipe da webrádio participar desta proposta da Instituição de divulgar a produção dos professores e estudantes. Ao mesmo tempo, a webrádio irá disponibilizar aos discentes dos cursos de Comunicação Social, Educação, Informática e Ciência da Informação, que compõem o Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC, mais um espaço de experimento e mais um laboratório para o exercício da aprendizagem profissional.

A SOCIALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Braga e Christovão (1994) entendem a socialização da informação como sendo:

(...) não somente a tradução da informação para o público em geral, mas principalmente como a construção, tratamento e divulgação de informações de diferentes tipos em parceria, ou seja, a partir da definição conjunta por parte de produtores e usuários, que aqui se confundiriam, de suas necessidades, e de quais seriam os caminhos (metodologias) mais adequados para atendê-las.

Sob essa ótica, tem-se na Webrádio Intercampus o princípio de uma comunidade, no caso a acadêmica, cujos membros contribuem para a realização de uma divulgação científica comum a todos, no sentido de ela tentar dirimir a distância

existente entre a Ciência e a audiência, buscando traduzir o universo de pesquisa numa linguagem do cotidiano, cujos códigos são de fácil acesso, sem que se perca a qualidade e a coerência da informação científica.

A Sociedade da Informação ao qual se quer fazer parte, em função das demandas da convergência tecnológica, exige que os produtos multimídia penetrem na vida diária dos indivíduos e provoquem transformações efetivas no modo de pensar e de agir. A sociedade da informação que se conforma no Brasil já tem os veículos de comunicação como seu principal acesso, como salientam Guareschi e Biz (2005, p.38), ao dizer que

“a mídia é o coração da sociedade de informação, sob cuja égide vivemos. (...) Quem detém a informação, de modo geral, e dentro dela a mídia, detém o fator central de desenvolvimento”.

A relação intrínseca entre a mídia e as novas tecnologias trouxe mudanças profundas para o ser humano (GARESCHI e BIZ, 2005, p. 46), principalmente neste contexto atual da globalização, previsto por um dos “papas” da Comunicação, Marshall McLuhan, nos anos 60, quanto ao surgimento de uma “aldeia global”.

Os anos 80 e 90 trouxeram leis e programas de ações que implantavam os suportes multimídia no ambiente escolar. Rádios, TVs e computadores passaram a fazer parte do universo educativo e a estabelecer novos paradigmas, preconizando, assim, a Sociedade da Informação que se almeja para um futuro próximo (LIVRO VERDE, 2000). Como salienta Ângela Schaun (2002, p.75), “o que muda, em verdade, com a crise do sujeito individual diante da velocidade que impera nas redes de poder na construção do conhecimento são as formas de comunicação de e para a educação”.

E completa (p. 77):

“A supremacia do campo dos media não deve, porém, ser compreendido de maneira absoluta e total. O saber por ele enunciado carece de credibilidade reconhecida no discurso educacional, na qualidade de autoridade competente e detentora de um saber mais sistematizado e legitimado do ponto de vista institucional”.

64

Portanto, em nível educomunicativo, tem-se um diálogo constante que tem sido expandido exatamente pela utilização dos veículos de comunicação como instrumentos pedagógicos, e que se afiguram “como um campo de intervenção social específico” (SOARES, 1999, p.20). A revolução tecnológica, que teve início nos anos 70, vem promovendo modificações no processo da comunicação e da educação. Os multimeios como apoio às mais variadas atividades escolares geraram novas formas de aprendizagem e o cenário educacional foi sofrendo mudanças significativas. A Educomunicação objetiva criar espaços comunicacionais que buscam a formação de um sujeito crítico, inserido ativamente na dinâmica do seu próprio meio social. O conceito de Educomunicação entendido por Soares (2000) é “o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádio educativos, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros de coordenação de educação a distância ou e-learning e outros...” Para ele, a inter-relação comunicação e educação trabalha “a partir de um substrato comum que é a ação comunicativa no espaço educativo, ou seja, a comunicação inter-pessoal, grupal, organizacional e massiva promovida com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunica-

tivos através da atividade educativa e formativa” (2002).

O projeto radiofônico Webrádio Intercampus, a exemplo da herança histórica do Rádio Brasileiro, que nasceu sob a égide de fornecer uma grade educativa, que privilegiasse as artes e as ciências, como preconizava Roquette Pinto, em 1923, com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, pretende renovar, inclusive, a maneira de se fazer rádio, introduzindo na sua programação a possibilidade de os estudantes serem os agentes do seu próprio fazer acadêmico, de modo que a eles caiba a responsabilidade de produção, distribuição de pautas, direção e edição. Uma webrádio universitária pode, efetivamente, priorizar a produção do conhecimento e a sua divulgação.

65

A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA

A divulgação do conhecimento científico local, via webrádio, mesmo que em um contexto de programação ainda em construção, institui uma nova comunicação científica, no sentido de o telespectador ter um acesso mais rápido, mais claro e mais objetivo de resultados de pesquisas, anúncios de novos projetos, desenvolvimento de ferramentas etc.. É o que se denomina a comunicação científica eletrônica, cuja essência é a transmissão de informações científicas através dos meios eletrônicos (TARGINO, 2000, p.75).

Ao contemplar a Internet como veículo ideal de divulgação científica, por exemplo, não se pode prescindir de entender o caráter da comunicação e o da informação, de acordo com Tavares (*apud* AQUINO, 2002, p.140), pois “enquanto esta se

apresenta dentro de uma moldura que se propõe alterar a estrutura cognitiva do receptor, aquela opera com os efeitos de sentido que irá provocar no receptor”. Ou seja, a tecnologia do conhecimento permite que os “grupos sociais possam usar a informação para seu próprio bem-estar e crescimento político-social” (*ibidem*, p.143).

Para Galli Soares (2006, p.15),

66

“A difusão das tecnologias de informação e comunicação em multimeios, muito mais que representar um conjunto de mudanças nas relações sociais e produtivas, invadiu as vidas e rotinas das pessoas, tornando-se uma linguagem operacional para interação com o mundo, os fatos, informações e dados, instalando um novo paradigma de integração social, a partir do acesso e uso consciente e crítico do ferramental disponível”.

A atualização acadêmica que se vale das plataformas tecnológicas detém credibilidade e competência, além de revelar novos paradigmas de informação e comunicação, a serem confirmados (*ibidem*, p. 45-48). Sob a inspiração de Castells (2000), a implantação de uma webrádio também intenta privilegiar uma humanização do uso dos meios de comunicação, de modo que eles se tornem fontes de conhecimento e de troca de saberes, que formem alianças estratégicas para o bem-comum da comunidade local e assumam um novo paradigma tecnológico-educacional.

Nos dias de hoje, é fundamental voltar-se para os estudos da comunicação e informação científica porque, de acordo com Antonio Cascais (in SOUSA *et all*, 2003), “a evolução tecnocientífica encontra-se entre os mais privilegiados temas da divulgação midiática. A sua presença é diária nos meios de comunicação”. Segundo LeCoadic (1996, p. 27) “(...)a informação é o sangue da ciência. Sem informação, a ciência não pode se desenvolver e viver. Sem informação a pesquisa seria inútil e o conhecimento não existiria”.

A Webrádio Intercampus, no seu estágio embrionário, está se configurando em um perfil convergente às demandas midiáticas atuais, tentando atualizar-se quanto à necessidade de estudar a linguagem radiofônica e suas aplicações no contexto atual, com as novas propostas comunicacionais que se estruturam em virtude da comunidade de redes. A proposta da Webrádio Intercampus se insere nos propósitos dos novos paradigmas do veículo radiofônico.

REFERÊNCIAS:

- AQUINO, Mirian de A. **O campo da ciência da informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2002.
- BRAGA, Gilda M. & CHRISTOVÃO, Heloísa T.(Coord.) **Socialização da Informação:desenvolvimento de metodologias para a sua efetivação**. Estudo aplicado às áreas de Ciência da Informação e Saúde. ProjetoIntegrado de Pesquisa. Rio de Janeiro: Pós-Graduação em Ciência daInformação; Convênio CNPq/IBICT- UFRJ/ECO, 1994.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- COSTA, Flora I. M. **A nobre missão da divulgação científica**.<Disponível em: www.zenite.nu/tema/ >Acesso em dezembro de 2006.
- GUARESCHI, Pedrinho e BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- LE COADIC, Y. **A Ciência da Informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996.
- LIVRO VERDE. **Sociedade da Informação no Brasil**. Brasília, Ministério da Ciência e Tecnologia, set 2000.
- SCHAUN, Ângela. **Educomunicação**. Reflexões e princípios. Rio de Janeiro, Mauad, 2002.
- SOARES, Ismar de Oliveira. **Ecosystemas comunicativos**.Disponível em: www.usp.br/nce Acesso em janeiro de 2006.

_____. Educomunicação: um campo de mediações. In: **Revista Comunicação & Educação** no. 19. São Paulo, Segmento/ECA/USP, ano 7, p. 12-24, set/dez, 2000.

_____. Metodologias da educação para a comunicação e gestão comunicativa no Brasil e na América Latina. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.) **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2000.

SOARES, José. **Da informação ao conhecimento: o jornalismo científico da contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado/CE-UFRN. <Disponível em www.bocc.ubi.pt> (2005), acesso em setembro de 2006.

68

SOARES, Suely Galli. **Educação e comunicação**. São Paulo: Cortez, 2006.

SOUSA, Cidoval et al (org.) **A comunicação pública da ciência**. Taubaté/SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

TARGINO, M.G. **Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos**. *Informação & Sociedade*, v.10, n.2, 2000, pp.37-85.

TV Universitária: possibilidades de diálogo com o Jornalismo Científico

Ana Paula Azevedo¹¹ e Cristina Vila Nova¹²

O JORNALISMO CIENTÍFICO COMO PRÁTICA ACADÊMICA

Na produção e domínio da informação temos a mídia televisiva, e entre este processo de disseminação encontra-se a informação científica especialmente em âmbito acadêmico. Nesta abordagem, destacamos a Televisão Universitária como uma mídia de caráter social que pode possibilitar uma maior divulgação do conhecimento científico por meio das representações das pesquisas desenvolvidas na Instituição.

Destacar a mídia televisiva como processo de formação do indivíduo traz questões reflexivas sobre a prática da Educomunicação no ambiente de disseminação da

¹¹ Aluna de Rádio e TV do Decom/UFPB.

¹² Mestranda do PPGCI/UFPB. Jornalista e Radialista.

informação científica em instituições de ensino superior. Retratando desse modo as peculiaridades do Jornalismo Científico – JC, na Universidade Federal da Paraíba, através do programa Conexão Ciência, veiculado pela TV UFPB. Diante disso, observamos o campo de atuação do profissional, cujo perfil está sendo construído na prática da ação comunicativa em espaços educativos como este.

70

A comunicação é fator prioritário para o processo educativo e a mediação dos dois campos deve ser compreendida enquanto construção de valores éticos e estéticos. Aprender é um processo também coletivo, respeitando as diferenças e valorizando a criação, produção e alimentação de projetos geradores de transformação social. (SCHAUN, 2002, p. 83).

De tal forma, pretendemos: verificar a relevância da informação científica na mídia televisiva universitária; identificar os temas discutidos sobre meio ambiente no Programa Conexão Ciência de acordo com as características do Jornalismo Científico; e destacar a relação entre Jornalismo Científico e as produções de instituições de ensino superior.

Para socializar estas descobertas, temos os meios de comunicação que podem proporcionar à sociedade um maior acesso às informações científicas por meio das contribuições da divulgação e do Jornalismo Científico. São vários os questionamentos sobre o discurso dos pesquisadores e jornalistas na divulgação da Ciência, em que cada um tem sua linguagem e finalidade. O primeiro produz mais para um grupo restrito e o outro tenta atingir o grande público. Assim, independentemente de quem se queira alcançar, a produção do conhecimento científico deve ser transmitida com qualidade na informação. Promover uma cultura científica requer compromisso com o público. De acordo com Oliveira (2005, p.26), “o jornalista e o divul-

gador de ciência devem ter visão global do desenvolvimento que inclua os aspectos sociais, econômicos e políticos da ciência e tecnologia”.

Dessa maneira, os profissionais que conduzem à informação científica através das tecnologias da informação e comunicação contribuem para a inserção da população nas decisões que envolvem o desenvolvimento do país. O jornalista com visão crítica e interpretativa da ciência prepara com qualidade a informação para o público. A capacidade de traduzir a linguagem científica é um dos pré-requisitos para se atingir a eficácia da comunicação.

Jornalismo não se faz apenas no jornal, mas também no Rádio, na Televisão, na Internet, na Revista e em outros meios de comunicação. O jornalismo vai além, informa, leva ao público notícias, interpretações e opiniões. Segundo Melo, o jornalismo:

[...] é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos/receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais e ou ideológicos). (MELO, 1994, p.10).

Para Oliveira (2002, p.17), “[...] o surgimento da imprensa no século XV não só impulsionou a difusão da ciência como também possibilitou o surgimento do Jornalismo Científico no século XVII”. Mesmo a Inglaterra sendo considerada o berço do Jornalismo Científico, quem criou a profissão de jornalista científico foi o alemão Henry Oldenburg. Com o desenvolvimento da Ciência e Tecnologia instigado pela Primeira e Segunda Guerra Mundial houve um crescimento nas atividades jornalísticas nesta cobertura.

Em 1948, a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência - SBPC é criada. O período da ditadura militar também incentivou o desenvolvimento nessa área, sob a premissa positivista de “ordem e progresso”, que tinha no avanço das telecomunicações, por exemplo, um dos seus pilares. E, nos últimos vinte anos, o Jornalismo Científico obteve um avanço significativo no Brasil devido à consolidação da pesquisa científica nacional.

Na tentativa de entender o universo sobre a comunicação científica, Oliveira (2002, p.47) assegura que o jornalismo científico:

[...] não se restringe à cobertura de assuntos específicos de C&T, mas o conhecimento científico pode ser utilizado para melhor compreender qualquer aspecto, fato, ou acontecimento de interesse jornalístico. Assim, a informação científica pode estar presente em qualquer editoria: geral, de política, de economia e até de polícia e de esportes.

Nessa pretensão da comunicação em ressaltar a informação, seu uso, implicações e conseqüências, o Programa Conexão Ciência torna-se parte desse universo de produções que envolve os possíveis conhecimentos científicos.

O Jornalismo Científico brasileiro tem suas publicações especializadas se multiplicando e as produções acadêmicas sobre assuntos referentes à área aumentando. É a cobertura e mais estudos sobre a ciência e tecnologia. A televisão universitária também é um espaço que propicia a divulgação científica. No entanto, é preciso ocupar esse ambiente com criticidade para os interesses da academia não sobressaírem sobre a realidade do público.

O desenvolvimento da pesquisa como instrumento de alfabetização científica prepara as pessoas para participação na vida política, cultural e econômica em meio

à conscientização do progresso científico e tecnológico. A formação do profissional de ciência exige uma postura de comprometimento com uma perspectiva crítica do processo de produção e divulgação do saber científico.

Assim, o Programa Conexão Ciência torna mais um meio de difusão das atividades científicas. A decodificação do discurso científico e/ou jornalístico na popularização do saber necessita de uma literatura ampla e perspicaz quanto ao caráter pedagógico do Jornalismo Científico. As relações entre cientistas e jornalistas carecem sair das suas peculiaridades de autonomia de discursos para contribuir de fato na formação da cultura científica da sociedade.

A prática desse tipo de jornalismo se faz muitas vezes presente na academia como uma oportunidade para estudantes de Comunicação Social conhecer e diferenciar-se dos demais profissionais da área que não abordam as questões da ciência, visto que a instituição integra o universo de pesquisas e possibilita um diálogo mais próximo com o Jornalismo Científico.

TV UNIVERSITÁRIA: PROGRAMA CONEXÃO CIÊNCIA

A TV como um dos principais veículos de comunicação de massa atinge com mais facilidade o maior número de telespectadores, potencializando, assim, a interação com as linguagens – seja a fala, a escrita, imagens, os sons - e suas extensões, aguçando sentidos, raciocínio e imaginação.

A TV UFPB foi ao ar pela primeira vez em caráter experimental no dia 30 de janeiro de 2005, retransmitindo a programação do Canal Futura, 22 da BIG TV. Somente

a partir do dia 18 de fevereiro, após inauguração oficial realizada no dia anterior, é que a programação local da emissora começou a ser exibida. A TV universitária é resultado de parcerias entre a UFPB, o Canal Futura, a Fundação Roberto Marinho, bancos, iniciativa privada, entidades comunitárias, assessoria de Comunicação da Instituição e o Departamento de Comunicação do Centro de Ciências Humanas Letras e Artes - CCHLA.

74

Criada para levar à sociedade conhecimentos, principalmente desenvolvidos na Instituição, através das produções realizadas por professores, técnicos e alunos, como retransmissora do Canal Futura, a TV UFPB é transmitida através de canal fechado, existindo a possibilidade da concessão para canal aberto. A programação da TV UFPB, ainda em fase de expansão, é formada atualmente por debates, noticiários, divulgação científica, concertos, programas culturais, entre outros.

A emissora é uma das extensões do Pólo Multimídia e é parte fundamental da UFPB, uma vez que é utilizada como um meio de disseminação das experiências realizadas: as notícias, a divulgação da cultura local, as realizações das extensões comunitárias, assim como resultados das pesquisas científicas elaboradas no meio acadêmico.

O programa Conexão Ciência foi idealizado pela professora da UFPB, Edna Brenand, que observou a real possibilidade de produzir o programa, uma vez que a infraestrutura intelectual, por assim dizer, já existia. Tal projeto vinha sendo trabalhado dois anos antes da inauguração da TV UFPB, em 2005, e foi ao ar em março desse mesmo ano, com o objetivo de divulgar e disseminar as pesquisas realizadas pelos acadêmicos a fim de tornar comum os conhecimentos e as práticas de pesquisas.

Inicialmente a equipe era formada por doze pessoas, sendo nove da área de Comunicação, onde começaram a pensar a divulgação e o jornalismo científico visando construir um programa com as características da universidade e oferecer visibilidade às pesquisas da Instituição para a sociedade. Atualmente, o programa é formado por integrantes do Grupo de Estudo de Divulgação Científica – GEDIC, e técnicos da TV UFPB, sob direção geral da professora-doutora Olga Tavares. A apresentação é feita pelo jornalista e doutor em Educação, Washington Medeiros. E cada programa tem a duração aproximada de 30 minutos, dividido em três blocos, sendo gravado no estúdio de televisão do Decom.

75

O desenvolvimento das atividades do Conexão Ciência vai desde o levantamento das pesquisas desenvolvidas na Instituição até o momento da sua exibição. Inicialmente é feito o contato com o (a) pesquisador (a) através da equipe de produção. Realizadas tais etapas, confirma-se a participação do entrevistado certificando a entrega do material da pesquisa do docente. A partir disso, com o material em mãos, as pauteiras passam por um processo de leitura do texto e o início das suas anotações, formulando desse modo as questões que serão inseridas no *script* juntamente com a introdução do tema, a apresentação do pesquisador e a conclusão da entrevista.

As pautas elaboradas têm um caráter de JC, pois tenta, através da linguagem das entrevistas sobre as produções da comunidade científica, trazer para o público um maior entendimento da Ciência, bem como desenvolver a prática do JC entre os estudantes na universidade. Dessa forma, populariza-se a produção científica da UFPB e de outras instituições paraibanas em um projeto de interdisciplinaridade discente.

ABORDAGEM DA TEMÁTICA AMBIENTAL NO PROGRAMA CONEXÃO CIÊNCIA

76

A ecologia definiu-se como ciência e tema filosófico na década de 30 do século XX. Já na década de 60 e 70 percebia-se um crescente processo de ecologização da sociedade que evidenciou as agressões quanto ao planeta. Ao passar dos anos o processo de degradação do meio se intensificou e as preocupações com as conseqüências do uso desregrado dos recursos naturais aumentaram.

Entre as diversas acepções do termo ecologia, destacamos duas correntes: a Ecologia profunda e a Ecologia convencional. A primeira com o ser humano como parceiro da natureza. E a segunda como figura central do processo ambiental e explorador consciente do meio. Segundo afirma Ronilson Paz:

Quando a Ecologia convencional olha um rio, ela quer saber se o rio é navegável, se a água é potável. Essa Ecologia convencional busca um desenvolvimento sustentável e não deve ser desprezada. A Ecologia Profunda vê mais além. Ela considera o valor da Natureza por si mesma, independente da utilidade que ela tem para o ser humano. (PAZ, 2006, p. 27).

A atual condição na qual a natureza se encontra pode nos levar a refletir sobre o posicionamento do homem com relação as suas ações quanto ao meio ambiente. Uma vez que a visão reducionista do mundo colocava a natureza como um objeto que deveria ser dominado para servi-lo livremente. Seguindo a evolução do pensamento social, verificamos o início de uma mudança de postura frente à questão ambiental, bem como sua relação com o meio, como afirma Fritjof Capra:

O novo paradigma pode ser chamado de uma visão de mundo holística, que concebe o mundo como um todo integrado, e não como uma coleção de partes dissociadas. Pode também ser denominado visão ecológica, se o termo “ecológica” for empregado num sentido mais amplo e mais profundo que o usual. A percepção

ecológica profunda reconhece a interdependência fundamental de todos os fenômenos, e o fato de que, enquanto indivíduos e sociedades, estamos todos encaixados nos processos cíclicos da natureza (e, em última análise, somos dependentes desses processos). (CAPRA, 1991, p. 25).

No entanto, esse despertar para uma visão ecológica não resultou em ampla educação ambiental propriamente dita, ou seja, não se estabeleceu de fato na nossa sociedade. A cultura consumista, a expansão tecnológica, o próprio crescimento social e outros fatores convergiram para a afirmação de uma alienação ecológica. Em virtude disso, a real constatação de graves problemas ecológicos, resultantes da postura do homem frente à natureza, foi insuficiente para que fossem tomadas as medidas necessárias à instauração de uma efetiva educação ambiental da sociedade.

O Jornalismo Ambiental surge na imprensa como reflexo da preocupação social acerca das questões ambientais. Por isso, a história desta especificidade do jornalismo se confunde com a história do despertar da sociedade (das autoridades) para os problemas ecológicos oriundos da ação humana na natureza. As conferências ambientais insuflaram o meio jornalístico a escrever sobre temáticas ambientais tanto para reportar à sociedade as discussões realizadas em tais eventos, como para situá-la acerca da importância destes.

Na França, a primeira instituição de jornalismo ambiental do país foi criada após ter ocorrido a Conferência da Biosfera (1968 – Paris). No Brasil, ainda no mesmo período, o precursor do jornalismo ambiental de nosso país, Randau Marques, é preso em 1968 – quando o Brasil se encontrava sob o regime ditatorial - pela Operação Bandeirantes, ao escrever uma matéria-denúncia, num jornal da cidade de Franca

(SP), que relatava a morte de pessoas por intoxicação de agrotóxicos e contaminação com chumbo. Outras conferências, como a de Estocolmo e a Rio-92, contribuíram, igualmente, para o aumento do número de jornalistas brasileiros especializados na temática ambiental.

78

Em virtude do modo como as questões ambientais são abordadas pela mídia em geral, verificamos o aumento da responsabilidade dos jornalistas científicos na produção midiática de temáticas ambientais, ou seja, no conteúdo produzido por esse tipo de jornalismo. Frequentemente, a grande mídia noticia matérias relacionadas ao meio ambiente quando surgem grandes descobertas científicas nesta área, na ocorrência de catástrofes naturais de amplas proporções, ou ainda quando tais questões interferem diretamente na economia de um ou mais países. Não existindo a preocupação legítima com a elucidação da população acerca do caminho que vem sendo trilhado pela comunidade científica, incorrendo na omissão de informações indispensáveis para que haja uma reflexão sobre as produções científicas, inviabilizando assim a construção coletiva de um pensamento crítico.

Neste sentido, enfatizamos a importância do papel do jornalista científico, especialmente do ambiental, para a sociedade. Segundo acepção do Dicionário Aurélio, meio ambiente é “o conjunto de condições e influências naturais que cercam um ser vivo ou uma comunidade (5) e que agem sobre ele(s)”, então, não deveria ser necessário discorrer profundamente sobre quão é relevante estar ciente sobre as alterações ou as descobertas da ciência referentes ao meio no qual vivemos e do qual dependemos para a existência. Entretanto, nos deparamos com o fato de que a educação

ambiental em nível mundial ainda está muito aquém do ideal e esta situação se agrava em países subdesenvolvidos.

Ainda com pouco espaço na mídia brasileira, sobretudo na televisão, devido a razões políticas e econômicas inerentes ao próprio modelo adotado pela televisão em nosso país, o Jornalismo Científico encontra na academia seus maiores incentivos. Para uma melhor compreensão do jornalismo realizado no Programa Conexão Ciência, propomos a partir dele executar uma análise comparativa de aspectos do JC com base numa seleção de pautas, uma vez que não se trata de um produto exclusivamente voltado às temáticas ambientais.

Nessa perspectiva, empreenderemos uma pesquisa exploratória acerca da abordagem dada aos temas relacionados ao meio ambiente através de pautas do Programa Conexão Ciência que é veiculado numa TV universitária, segundo o exposto.

Quadro I. Pautas selecionadas para uma primeira análise incluída nesse estudo.		
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA		
PESQUISADOR	DEPARTAMENTO/ PÓS-GRADUAÇÃO	TEMA
Prof. Dr. Manoel Francisco Gomes Filho	Departamento de Ciências Atmosféricas da Universidade Federal de Campina Grande (DCA/CCEN/UFCG).	1. Aumento do Oceano Atlântico nas proximidades da Costa do Nordeste Brasileiro
Prof. Dra. Rosa Maria Veiga Leonel	Departamento de Sistemática e Ecologia-DSE/UFPB.	2. Biodiversidade das piscinas naturais da praia do Cabo Branco
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES		

PESQUISADOR	DEPARTAMENTO/ PÓS-GRADUAÇÃO	TEMA
Prof. Dr. Fernando Roberto Barros Patriota	Departamento e da Pós-Graduação de História da UFPB.	3.Redenção e miragem na indústria do caroá: crescimento auto-sustentado no sertão do Nordeste (1932/1960)
INSTITUTO NACIONAL DO SEMI-ÁRIDO CELSO FURTADO		
Prof.Dr. Manoel Dantas Vilar Filho	Diretor do Instituto Nacional do Semi-árido Celso Furtado	4.As políticas públicas desenvolvidas pelo Instituto Nacional do Semi-árido Celso Furtado

Como já dito, o *script* que soma três blocos incluem apresentação do tema, do entrevistado, as perguntas e a conclusão. A partir dessa compreensão da entrevista elaborada para o programa, levantamos o número de pautas relacionadas à temática ambiental, o que resultou num total de quatro pautas construídas, entre elas as perguntas elaboradas para cada tema apresentam: 1. 16 perguntas; 2. 18 perguntas; 3. 13 perguntas; 4.16 perguntas. As perguntas produzidas para o programa ficam entre 16 a 18 questões por *script*, o que não significa que todas são utilizadas no momento da entrevista.

Nesta breve análise, selecionamos entre as pautas observadas, a pesquisa Biodiversidade das Piscinas Naturais da praia do Cabo Branco desenvolvida pela Professora Dra. Rosa Maria Veiga Leonel, do Departamento de Sistemática e Ecologia-DSE da UFPB. Tal escolha também se deu ao fato de a pesquisa ser do âmbito da UFPB e aplicada somente na Paraíba. A seguir, ampliaremos a análise desta pauta sobre meio ambiente com base nas características do JC e das técnicas de entrevistas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como observamos, nas discussões acerca do discurso científico e do discurso jornalístico verifica-se a diferença entre eles, colocando o primeiro com trabalhos voltados a um grupo mais específico, e o segundo na tentativa de atingir um público maior. Dessa forma, tomemos como base para a análise das pautas os tópicos abaixo com as características da escrita jornalística e em específico do JC com base nas colocações de Oliveira (2002).

81

A escrita jornalística dever ser:

- Coloquial, amena, atraente, objetiva, simples, rápida e efêmera. O texto deve ser enxuto, sintético;

O Jornalismo Científico compreende:

- Conhecimento de técnicas de redação;
- Familiaridade com os procedimentos da pesquisa científica;
- Conhecimentos de história da ciência, de política científica e tecnológica;
- Atualização constante sobre os avanços da ciência;
- Contato com as fontes (Comunidade Científica);
- Uso e abuso de metalinguagem para aproximar o público das informações científicas.

Entre as classificações dos gêneros jornalísticos no Brasil destacamos a proposta de Melo (1994), que apresenta as categorias de jornalismo informativo e jornalismo opinativo. Na primeira categoria são inseridos os seguintes gêneros: Nota, Notícia, Reportagem, Entrevista. Já na segunda: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Co-

luna, Crônica, Caricatura e Carta. A entrevista como gênero do jornalismo informativo, na qual caracteriza o objeto de nossa análise, é definida por Melo (1994, p. 49) como “um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade”.

82

Assim sendo, a informação científica destriçada na entrevista construída passa a ser observada pelo Jornalismo Científico, destacando as produções de instituições de ensino superior. De acordo como Bonasio (2002, p.37), a introdução atrai audiência, estabelece o assunto e o estilo do programa, o corpo do programa segura e aumenta o interesse do telespectador e o encerramento deve terminar como um senso de coisa completa para o público.

Pauta analisada: *Biodiversidade das Piscinas Naturais da praia do Cabo Branco*. Pesquisadora Dra. Rosa Maria Veiga Leonel do DSE da UFPB.

Primeira parte do script- Apresentação do tema e do entrevistado

Apresentação do tema

A apresentação traz a descrição do local observado na pesquisa: a praia do Cabo Branco, posteriormente o local em que as macroalgas são encontradas, a informação que os invertebrados vivem sobre as macroalgas e como denominam esse *habitat*, trazendo o termo *fital*. Finaliza a introdução do tema com a ênfase no crescimento de estudos sobre *fitais* e a pesquisa realizada no litoral paraibano através do Projeto de Pesquisa sobre a biodiversidade existente na Praia do Cabo Branco.

Nesta descrição sobre o tema que será abordado na entrevista, observamos a preocupação em apresentar o esclarecimento do termo *fital* numa tentativa de aproxi-

mar o público dessa informação científica de forma objetiva. Porém, a linguagem utilizada mesmo na introdução ainda requer algumas explicações dos termos no seguinte trecho: a presença de macroalgas é detectada nas inúmeras poças e piscinas formadas durante a *baixamar*, sobre as rochas da região de *entre-marés* e nos extensos tapetes que forram o *infralitoral*. Iremos verificar se estas possíveis explicações são contempladas durante o desenvolvimento da entrevista.

Apresentação do entrevistado

As formações acadêmicas da pesquisadora são apresentadas, as principais atuações profissionais e atuais, o centro a qual está ligada e os projetos que está envolvida na Instituição.

Segunda parte do script - desenvolvimento da entrevista

Como parte fundamental do desenvolvimento do roteiro, as perguntas são elaboradas de acordo com o material fornecido pelo pesquisador. Geralmente é a tese e/ou algum trabalho atual relacionado à pesquisa. O *script* desenvolvido tem uma flexibilidade quanto ao envolvimento do próprio pesquisador na construção da pauta que servirá para gravação do programa, ou seja, pode ser vista antes da entrevista e se necessária ajustada por ele. Uma característica marcante do Jornalismo Científico. Nesta análise observamos que os três blocos contêm 18 questões construídas para atender ao tema escolhido.

As primeiras perguntas, uma média de seis questões, formam o primeiro bloco e se destinam a situar o público acerca do tema a ser discutido, estando direcionadas para aspectos mais elementares da investigação como o porquê da pesquisa, onde

foi desenvolvida e a descrição do objeto de estudo e sua influência por fatores ambientais. Verificamos que o uso do termo *fital* permanece ao longo da pauta de forma que para uma melhor compreensão ele poderia ter sido substituído por *habitat*.

84

No segundo bloco, há uma ênfase nos organismos que vivem nas algas analisadas e no que compõem esses habitats, estudados na praia do Cabo Branco. Indicando, assim, quais os invertebrados encontrados, quantas espécies já foram identificadas, quais os grupos predominantes, especificando tamanho e a metodologia utilizada na pesquisa em campo. Percebemos certa familiaridade com os procedimentos da pesquisa científica uma vez que a linguagem se mostra de fácil entendimento.

No terceiro bloco estabeleceu-se uma seqüência sobre a interferência dos fatores ambientais na vida dos *fitais/habitat*, a comparação entre os resultados obtidos entre os *fitais* de entre-marés e o do infralitoral instigando-a ao esclarecimento destes termos. Havendo destaque para a importância da pesquisa para a cadeia alimentar marinha, os especialistas nela envolvidos, e finalizando com as expectativas referentes a este campo de estudo no litoral paraibano.

Terceira parte do script - conclusão do tema

Constatando um texto mais enxuto só para finalizar o tema que foi discutido sendo voltado, diretamente, para o telespectador. Na retrospectiva, citam alguns pontos da entrevista como a vida marinha e o modo como os invertebrados podem utilizar as algas como abrigo, berçário, alimento e refúgio. E destaca a participação dos *fitais/habitat* como elementos fundamentais na manutenção do equilíbrio ecológico marinho. Esse direcionamento para o público o instiga a uma reflexão da

importância e funcionalidade do tema abordado, contribuindo na formação de uma educação ambiental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa breve análise das pautas ambientais em que destacamos o Programa Conexão Ciência, entendemos que a TV UFPB possibilita ao projeto envolver-se num espaço que literalmente deve ser um canal em que participantes possam integrar-se ao processo de Educomunicação nas atividades de discussão sobre as pesquisas científicas.

Sendo a universidade o maior foco de produção do conhecimento científico e também a instituição que mais incentiva a divulgação deste, atualmente, é inerente à TV Universitária o compromisso com a propagação de conhecimento, informação e cultura. Neste sentido, cabe ao Programa Conexão Ciência o papel de propiciar à comunidade acadêmica da UFPB um pouco do saber científico nela produzido.

No que tange ao jornalismo ambiental, ao abordar os temas relacionados com o meio ambiente, o Programa Conexão Ciência se coloca como um colaborador no que diz respeito à promoção da educação ambiental do seu público. Embora não seja originalmente um representante dessa especificidade do jornalismo, atua de forma relevante no quesito esclarecimento, uma vez que, ao levar o conhecimento de pesquisas científicas sobre meio ambiente, está comunicando seu público de noções que cooperam na criação de uma consciência ecológica muito mais abrangente. O caso estudado é emblemático nesse sentido, pois demonstra o quão importante é

a preservação de ecossistemas como os fitais que abrigam seres pequenos no tamanho, mas gigantes no que diz respeito ao papel que desempenham no equilíbrio do ecossistema que o comporta.

86

Como proposta, sugerimos a reflexão sobre a comunicação audiovisual, com ênfase no Jornalismo Científico desenvolvido no Programa Conexão Ciência, na relação com os temas tratados sobre meio ambiente. A comunicação audiovisual possibilita um alcance maior ao telespectador, apesar da restrição de um canal fechado, que ainda não permite atingir com mais exatidão os objetivos propostos pelo Programa Conexão Ciência. Mesmo assim, a importância da informação científica na mídia televisiva universitária compõe o quadro de tornar a Ciência conhecida ao público, pois, durante este período de existência do programa, já se criou uma audiência cativa na e fora da UFPB.

Identificar as temáticas ambientais no programa, juntamente com a estrutura do JC, mostra que a mídia pode “explorar” mais as pesquisas desta área e trabalhar não só a questão com o meio ambiente, porém com outros temas na perspectiva de um Jornalismo Científico produzido para a TV. Ainda não atingindo todas as intenções contidas no JC, o Programa Conexão Ciência apreende particularidades deste tipo de jornalismo, pois busca aprimorar sua dinâmica através das entrevistas com pesquisadores de forma que o público entenda o que está sendo discutido. Embora o programa seja mais voltado para a comunidade acadêmica, sempre há necessidade de o estudante ter familiaridade com os procedimentos da pesquisa científica para iniciar suas produções. O contato com as fontes (Comunidade Científica) é realiza-

do principalmente na UFPB quanto ao levantamento dos possíveis pesquisadores e temas que serão abordados no Programa Conexão Ciência e, sobretudo, quanto aos temas das teses dos entrevistados.

Destarte, concluímos que o incentivo para o aumento da produção midiática sobre pesquisas e questões relacionadas ao meio ambiente aconteça não apenas nas Instituições de Ensino Superior, mas também nos meios de comunicação de massa. Que a mídia, a ecologia e a sociedade sejam pontos observados, debatidos de forma crítica no Jornalismo Científico e com possíveis ações para uma educação ambiental. A temática meio ambiente já tem possíveis pautas para este ano como: a pesquisa sobre a gestão de recursos hídricos no Brasil e na Paraíba desenvolvida pelo professor-doutor Tarciso Cabral; sobre a Comunicação e Educação Ambiental na BR-101 coordenada pelo professor-doutor Wellington Pereira; e as pesquisas apresentadas no Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente – Prodema da UFPB/UEPB; entre outras.

REFERÊNCIAS

BONASIO, Valter. **Televisão: manual de produção & direção**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.

BUENO, Wilson da Costa. **Os novos desafios do jornalismo científico**. Contexto: Comunicação e Pesquisa. 2002. Disponível em: <<http://www.contexto.com.br>>. Acesso em: 10 abril. 2008.

_____. **Jornalismo ambiental: navegando por um conceito e por uma prática**. Portal da Comunicação em Agribusiness e Meio Ambiente. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.ecoviagem.com.br>>. Acesso em: 12 março 2008.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. Trad. Newton R. Eicheberg. São Paulo: Ed. Cultrix, 2004.

KURAMOTO, Hélio. **Informação científica**: proposta de um novo modelo para o Brasil. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v35n2/a10v35n2.pdf>>, 2006. Acesso em 12 março 2008.

KRIEGHBAUM, Hillier. **A ciência e os meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Edições Correio da Manhã, 1970.

LOUREIRO, José Mauro Matheus. **Museu de ciência, divulgação científica e hegemonia**. Ciência da Informação, Brasília, v. 32, n. 1, p. 88-95, jan./abr. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v32n1/15976.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2008.

MATTELART, Armand e Michele. **História das teorias da comunicação**. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MEADOWS, Arthur Jack. **A comunicação científica**. Brasília, DF: Briquet de Lemos/ Livros, 1999.

MELO, José Marques de Melo. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MORAIS, Regis de. **Educação, mídia e meio ambiente**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2005.

PAVANI, Ana M B. **A produção científica disponível ao mundo**: a tecnologia, a vontade e os acessos. Scientific information: technology, will and access. 2007.

PAZ, Ronilson José (Org). **Fundamentos, reflexões e experiências em educação ambiental**. João Pessoa: Ed. Universitária/UEPB, 2006.

SAMPAIO, Maria da Penha Franco. **Canais de comunicação e divulgação**: fatores que afetam o uso pelos pesquisadores do CCEN/UFPE. Estudo Exploratório. 1996. 147f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) - Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa. 1998.

SCHAUN, Angela. **Educomunicação**: reflexões e princípios. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

TARGINO, M.C. Novas tecnologias e produção científica: uma relação de causa e efeito ou uma relação de muitos efeitos? **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, v.3, n.6, dez. 2002. Disponível em: <<http://www>.

dgz.org.br/dezo2/Art_01.htm>. Acesso em: 06 jul. 2007.

VILAS BOAS, Sérgio (Org). **Formação e informação científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.

Historiando os *mass media*: o protagonismo televisivo rumo à informação e à educação

Betania dos Santos¹³

INTRODUÇÃO

O pensador Adam Schaff (1995) nos oferece elementos-chave para situarmos os trilhos da atual revolução tecnológica. Segundo ele, é a combinação de três revoluções técnico-científicas que vai produzir tal mutação, a saber: a revolução microeletrônica, a microbiológica e a energética. Se a primeira revolução se caracterizou pela substituição - na produção - da força do homem pela energia das máquinas, a revolução tecnológica que vivenciamos hoje se caracteriza, sobretudo, pela amplia-

¹³ Mestre em Educação (PPGE/UFPB)

ção das capacidades intelectuais do homem e, inclusive, pela substituição dessas capacidades por autômatos que tendem a assumir o trabalho do homem na produção e nos serviços.

92

No campo específico da revolução microeletrônica, começando pelos objetos de uso cotidiano, como por exemplo: relógios, calculadoras, televisores, utensílios domésticos, e continuando, por aparelhos mais sofisticados, como computadores de diversos tipos, é fácil constatar como, a cada dia, aumenta o número de usuários, em diversos âmbitos sociais. Temos, ainda, as conquistas espetaculares da ciência e da técnica, como os vôos espaciais e as fábricas automatizadas, servidas por robôs. Finalmente, cabe, ainda, assinalar as modernas técnicas de guerra.

Para Schaff (1995), convém apontar que a revolução microeletrônica é apenas um aspecto da atual revolução técnico-científica. O segundo elemento é constituído pela revolução microbiológica e por sua resultante, a engenharia genética, que permite a modificação do código genético das plantas e dos animais e, inclusive, o desenvolvimento de novos códigos. O terceiro elemento da revolução técnico-científica, que marcou significativamente o final do Século XX, é a revolução energética, com a substituição das atuais fontes de energia por outras mais poderosas e inesgotáveis (energia solar e geotécnica).

Essa tríade revolucionária, em conjunto com outras técnicas – como a informática e a cibernética – além da eletrônica, da biológica e da energética, assinalam os caminhos acerca do mundo e também do desenvolvimento da humanidade. As implicações econômicas, políticas, culturais e educacionais dessa vasta revolução são

múltiplas, diversificadas e contraditórias, apresentando não poucos paradoxos no cenário nacional.

Se, de um lado, a produção automatizada, baseada nas novas tecnologias, permite efetivamente um aumento de produtividade, chegando até a gerar superavit na balança de pagamentos, de outro, concomitantemente, um considerável contingente populacional é excluído do mercado de trabalho, tanto pela não necessidade de mão-de-obra como pela falta de competência específica. Ao mesmo tempo em que o país se constitui grande produtor e exportador de alimentos, usando tecnologias de ponta, dia a dia, aumenta o número de brasileiros que passam fome e vivem na miséria. A mesma observação poderia ser feita no campo da saúde e da educação.

De acordo com Schaff (1995), no que concerne à educação e à formação, podemos afirmar que, à medida que avançam os processos informatizados e não avança, na mesma proporção, a igualdade de oportunidades de acesso à informação, torna-se mais aguda a divisão entre os que detêm e os que não detêm a informação. Se tomarmos como exemplo o campo da educação, constataremos que, enquanto alguns dispõem de Bancos de Dados sofisticados, que lhes possibilitam ter acesso ao conhecimento produzido, em nível mundial, em curto espaço de tempo, a maioria dos brasileiros não conseguiu completar o Ensino Fundamental - o que significa privação de um saber socialmente produzido - e outros (aproximadamente 30 milhões) sequer puderam se alfabetizar.

Em relação a esse aspecto, Peccoud (2002, p.3) considera a seguinte hipótese: “[...] ainda que toda a população do mundo ocidental saiba ler e escrever textos, não

se pode dizer o mesmo em relação às formas de escritas que as Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTCIs) supõem dominadas”. Seguramente, a porcentagem da população alfabetizada que tem o domínio de uma escrita com uma linguagem que possui vocabulário próprio, regras de construção e de significado, como: escrever um texto, fazer um gráfico em duas ou três dimensões, construir um modelo numérico em forma de tabela, criar uma exposição audiovisual, montar um filme ou um programa baseado em uma linguagem compartilhada por um autor e por aqueles a quem este se dirige, é diminuta em todos os países.

Retomando a questão de fundo de que a revolução tecnológica é resultante de uma trama de relações sociais e tem como referência os paradoxos apontados, cabe perguntar: Revolução tecnológica a serviço de quem? Do homem, da sociedade, do conhecimento, da produção ou do lucro?

Num artigo intitulado, “O próximo choque global”, Toffler (1991) afirma que o tempo *também se tornou* outro fator cada vez mais vital de produção. Como resultado, o conhecimento é usado para encurtar os intervalos de tempo. Quanto mais valioso se torna o tempo, menos valiosos são os fatores tradicionais de produção, como a matéria-prima e a mão-de-obra. Nesse sentido, conclui o autor, as estratégias de desenvolvimento só poderão ser consideradas como tais quando assumirem o novo papel do conhecimento na criação de riquezas. É o “imperativo acelerador que anda de mão dadas com ele”. Sobre tempo e produção, Peccoud (2002, p.3) também afirma que “Nenhuma ação no campo das NTCIs deve ignorar a relação destas com o tempo [...] um grande número de produtos e serviços visam oferecer cada vez

mais no menor intervalo de tempo possível, a todo o momento”.

Diante disso, o domínio das Novas Tecnologias da Comunicação e Informação se insere num mercado global que utiliza um sistema de técnicas com um fim: a globalização, ou seja, o ápice do processo de industrialização do mundo capitalista (SANTOS, 1999). Na época atual, esse sistema de técnicas, representado pela informação, por meio da informática, da microbiologia, da energia e da eletrônica, já referidas no início deste texto, além da cibernética, vai de par com o desenvolvimento da história. Nas palavras de Lévy (1999, p.23), “as técnicas carregam consigo projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais bastante variados”. Sua presença e uso, em lugar e época determinados, cristalizam relações de força sempre diferentes entre seres humanos. E é na história da humanidade que, pela primeira vez, tal conjunto de técnicas envolve o planeta como um todo, tanto atores hegemônicos quanto não hegemônicos. Os primeiros, utilizando-se de novas e modernas famílias de técnicas; os segundos, utilizando conjuntos menos atuais e menos poderosos. Nesse raciocínio, poder-se-ia dizer que o mercado global se estabelece numa relação de causa e efeito entre o progresso técnico atual e uma finança universal, principal responsável pela imposição, a todo o globo, de um sistema de técnicas que domina o mundo.

Já no Século XVIII, os cientistas preocupavam-se, vivamente, com uma nova forma de energia: a eletricidade. À medida que lhe conquistavam os segredos, os inventores foram procurando generalizar sua aplicação em novas técnicas e em soluções mais rápidas dos meios de comunicação. Com o advento da eletricidade, novas e

profundas alterações se estabeleceram na comunicação humana (MARQUES, 2001). De antemão, descobriu-se a relação entre o magnetismo e a eletricidade. Construiu-se, então, o primeiro modelo prático de telégrafo e, em 1844, instalou-se a primeira linha telegráfica. A partir daí, o telégrafo estendeu-se pelo mundo inteiro.

96

Com a descoberta das ondas eletromagnéticas, que percorrem o espaço, em todas as direções, com a velocidade da luz, construiu-se o telégrafo sem fio que, já em 1901, estabelecia as primeiras comunicações através do Atlântico. A essas invenções, seguiu-se a telefonia sem fio e, com ela, o “*audion*”, forma elementar da moderna válvula de rádio, tornando possível produzir as variações eletromagnéticas, capazes de transmitir as configurações da voz. Com a rápida generalização da radiotelegrafia e da radiotelegrafia, surge a radiodifusão (radiotransmissão), destinada à recepção e ao uso geral do público.

No Século XIX, outra técnica de comunicação, o cinema (relação imagem-movimento), apareceu, em princípio, como uma curiosidade científica, passando depois a espetáculo de feira e, então, ao plano dos negócios. Essa forma de comunicação serviu ao desenvolvimento de uma nova história, com todas as implicações naturais, de ordem narrativa, psicológica, filosófica, política e social.

O PROTAGONISMO TELEVISIVO E UMA NOVA SOCIEDADE

Segundo Moraes (2004, pp. 86 e 87), “A TV tornou-se a grande protagonista de uma história de avanços tecnológicos [...] ela leva as sociedades da oralidade e textualidade para a dimensão espetacular das imagens, de modo diferente do que fora conseguido pelo cinema”. Apesar da dimensão que o cinema atingiu, foi a televisão que introduziu mudanças na sociedade e começou a contar as coisas de uma maneira diferente, não só na forma de sua narrativa, mas também no domínio de todas as outras formas de transmissão de imagens e de todos os demais *media*¹⁴. Ela conquistou, rapidamente, o público e ocupou lugar importante no lazer das pessoas, até que se tornou, no começo deste século, o meio de transmissão de informação predominante em toda cultura.

A televisão, como protagonista em meio a esse momento de passagem de invenções e novas descobertas, corporifica uma mudança de eras: o mundo se despede da era moderna e entra na era técnica ou tecnológica. Com essa grande mudança na história, numa demanda sem precedentes, os homens tornam-se capazes, seja onde for, de conhecer o que é o acontecer do outro. A geração atual nunca teve, antes, essa possibilidade oferecida pela técnica de ter em mãos o conhecimento instantâneo do acontecer do outro. Um motor único de internacionalização atrai outro, impõe outro, contém o outro e é contido por ele. A história acontece diante de uma competitividade empresarial por mais ciência, mais tecnologia, melhor organização e por estar sempre à frente da corrida. Esse período técnico-científico da história permite

¹⁴ O vocábulo “*media*” significa meios de comunicação. É o plural de “*médium*”. Segundo Marcondes Filho (1994, p.17), é equivocado escrever-se “*mídia*”.

ao homem conviver com momentos de crises e de desordens, mediados por um capitalismo perverso que o influencia, direta ou indiretamente. Surge, então, um novo momento, sem dúvida. As organizações e os seres humanos testemunham esse fenômeno. E, com o advento da televisão, trazendo a dinâmica relação som-imagem, entre outras ferramentas de tecnologia da informação, determinou mudanças relevantes, que alteraram e seguem modificando a forma de boa parte das transações e comunicações nas quais se envolvem os seres humanos.

Assim, pode-se dizer que o poder político, propriamente dito, foi, em grande parte, transferido para a televisão quando a violência das armas pôde ser substituída pela violência simbólica dos conteúdos dessa *media*. Embora, em seus aspectos formais, os poderes constituídos da República continuem sendo o Legislativo e o Judiciário, para um número cada vez maior de “tele-visores”, existe alguém no país mais poderoso do que o presidente da República. Alguém, a quem os ministros não podem aborrecer. Paralelamente, a cidadania se torna mais anêmica, e a soberania popular, mais avariada. À parte, outras considerações sociológicas ou psicológicas – a exemplo da dependência neurótica da população face à TV – os meios de comunicação social não estão cumprindo a função constitucional e legal de serem úteis à população, à cidadania e à democracia.

Conforme Santos (2000, p.38), as novas condições técnicas deveriam permitir a ampliação do conhecimento do planeta, dos objetivos que o formam, das sociedades que o habitam e dos homens, em sua realidade intrínseca. Todavia, nas condições atuais, os fatores constitutivos da globalização, em seu caráter perverso, utilizam a

técnica da informação e o dinheiro em estado puro para movimentar a vida econômica e social da humanidade, para aprofundar os processos de criação de desigualdades, de manipulação, de crise e dos demais alicerces formadores de um sistema ideológico, que justifica as ações hegemônicas que levam a percepções fragmentadas e ao discurso único do mundo, base dos totalitarismos, isto é, do globalitarismo a que se assiste.

99

Assim, encontra-se o homem diante de um novo “encantamento do mundo”, no qual o discurso e a retórica são o princípio e o fim, onipresentes na informação atual, um, através do qual, busca instruir, e o outro, convencer. A linguagem ganha autonomia, constituindo sua própria lei. “A globalização da economia precisa ser acompanhada pela globalização da cultura e da linguagem” (GARCIA, 1996, p.155). Isso facilita a entronização de um sistema ideológico, sem o qual a globalização, em sua forma atual, não se explicaria.

Nas condições atuais de economia internacional, além da linguagem, o financeiro também ganha autonomia. O dinheiro e a informação tornam-se o centro do mundo. A finança move a economia e a deforma, levando seus tentáculos a todos os aspectos da vida. Com a globalização, impõe-se uma nova noção de riqueza, de prosperidade e de equilíbrio macroeconômico, conceitos fundados no dinheiro e aos quais todas as economias nacionais são chamadas para se adaptar. O consumo, tornado um denominador comum para todos os indivíduos, atribui um papel central ao dinheiro nas suas diferentes manifestações - juntos, o dinheiro e o consumo aparecem como reguladores da vida individual. “O neoliberalismo cria os desejos de

consumo e a impossibilidade de consumir” (GARCIA, 1996, p.156) e, ainda, no seu rastro, vai deixando milhões de desempregados, miseráveis, criando também uma sociedade perversa. Nessas condições, forma-se um círculo vicioso dentro do qual o medo e o desamparo se criam mutuamente, e a busca desenfreada pelo dinheiro tanto é uma causa como uma consequência do desamparo e do medo.

100

O resultado dessa necessidade, real ou imaginada, de buscar mais dinheiro, de uma capitalização, conduz a adotar, como regra, outra necessidade: a de competir em todos os planos. Num mundo globalizado, regiões e cidades são chamadas a competir e, diante das regras atuais da produção e dos imperativos atuais de consumo, a competitividade se torna também uma regra de convivência entre as pessoas. Criam-se novos valores, uma nova ética, em face desses mecanismos da globalização.

O capitalismo, caracterizado pela competição e pela concorrência, buscou a unificação do planeta. Segundo Garcia (1996, p.155), “O modelo neoliberal exige a homogeneização”. Pode-se falar, então, numa vontade de unificação absoluta, alicerçada na tirania do dinheiro e da informação produzindo, por toda parte, situações em que tudo - coisas, homens, idéias, comportamentos, relações, lugares - é atingido.

Vive-se num mundo de exclusões, agravadas pela falta de proteção social, apatrimônio desse modelo neoliberal, que é, também, criador de insegurança. Segundo Santos (2000), os papéis dominantes, legitimados pela ideologia e pela prática da competitividade, são a mentira, que surge com a expressão de segredo de marca; o engodo, com o nome de dissimulação, e o cinismo, com os nomes de tática de estratégia.

Frigotto (1996, p.134) assevera que

[...] o progresso técnico, a ciência, a técnica, postos no horizonte das necessidades humanas coletivas, implicam relações sociais que tenham como técnico-político a construção do humano em todas as suas dimensões. A ciência e a técnica, neste horizonte, serão prolongamentos das capacidades humanas, elementos cruciais para liberar a humanidade da dor, da fome, do sofrimento e do trabalho desgastante e dilatar o mundo da 'liberdade'.

Finalmente, quando esse processo técnico alcança um nível superior, a globalização se realiza, não a serviço da humanidade, mas da soberania dominante. E então, o que fazer? É possível pensar de outra forma, construir outra globalização, como propõe Santos (pp.20 e 21): “Podemos pensar na construção de um outro mundo, mediante uma globalização mais humana [...] um mundo datado como o nosso, a explicação do acontecer pode ser feita a partir de categorias de uma história concreta [...] que permite conhecer as possibilidades existentes e escrever uma nova história”.

101

TELEVISÃO E EDUCAÇÃO: DA INFORMAÇÃO AO CONHECIMENTO

Desde a passagem da era moderna para a era tecnológica, uma dinâmica geral parece acompanhar todos os progressos tecnológicos no setor das NTCIs. Especificamente, um deles é o aumento mais do que progressivo no número e na qualidade dos televisores, nas TV's a cabo e nos canais de transmissão, que têm apenas um objetivo: o de generalizar o tempo real e promover o instantâneo. O resultado disso é que esse culto dissimulado ao instantâneo tem, sobre os jovens, efeitos devastado-

res. Então, como fazer com que entendam que procedem de algum lugar e que têm pela frente um futuro que precisam construir, se tudo a sua volta ecoa modismos e apelos de atualidade?

102

As redes de televisão sabem que assistir à televisão é mais uma questão de hábito do que uma ação racional. Ela está em toda parte, em volta de todos, mas, na maior parte do tempo, não se pensa muito nisso. Para a maioria, nas sociedades de telespectadores, nasceu um inteiro ciclo de vida ao redor da TV. Começa-se a assistir à televisão bem cedo e, mais ou menos aos doze anos de idade, já se está diante dela durante cerca de cinco horas por dia¹⁵. Muitas horas diárias dedicadas à televisão, durante toda a vida, está se tornando um fenômeno global.

Ferres (1996, p. 8), falando sobre dosagens de consumo com a televisão, afirma que “Os números sobre consumo televisivo tornam-se preocupantes quando refletem atitudes de dependência [...] a televisão é um meio com efeitos criadores de adição. Ela tende a viciar. Pode ser enriquecedora se utilizada em doses adequadas, mas é perigosa quando chega a provocar dependência.” E o que fazer com as cifras do tempo dedicado à TV? A quem caberia o papel de articular o tempo gasto com esse meio de comunicação, com atividades que visem construir um futuro diferente do que ele impõe?

Kenski sugere que as vivências e interações tanto dos professores quanto dos alunos com as NTCIs precisam ser recuperadas sistematicamente em sala de aula. Cabe,

¹⁵ Segundo Richard Kubey, num depoimento dado à Revista Diálogo Médico, em maio de 2006, quem passa mais de três horas por dia na frente da tela já é classificado como “telespectador pesado”.

então, à escola o aproveitamento das tecnologias da vida cotidiana. Se a ‘apreensão caótica’ da programação televisiva, em especial, e suas múltiplas interações mediáticas não são discutidas, questionadas e confrontadas no espaço da sala de aula, ela será absorvida pelo jovem telespectador de forma desconexa e, conseqüentemente, reproduzida (1996 p. 137-139). Segundo a autora, é “[...] a escola que precisa aproveitar essa riqueza de recursos externos (sociedade tecnológica), não para reproduzi-los, mas para polarizar essas informações, orientar as discussões, preencher as lacunas do que não foi apreendido e ensinar os alunos a estabelecerem distâncias críticas com o que é veiculado pelos meios de comunicação” (1996, p. 143).

103

A professora Solanger Gomes Stausz resolveu enfrentar esse desafio. Sua prática acaba por servir de orientação para todos os professores. Ela propôs a seus alunos de Português da 8ª série, da Escola Vera Cruz¹⁶, a realização de um projeto para conhecer mais a fundo a televisão brasileira. A aceitação foi imediata, e o trabalho se estendeu durante todo o ano. Devido à escassez de material bibliográfico, o jeito foi apelar para análises publicadas em jornais e revistas, ouvir diretores e produtores de programas e assistir à televisão com olhos mais críticos. O resultado foi melhor do que o esperado. Os alunos descobriram, por exemplo, que existem assuntos difíceis para o telejornalismo global, como é o caso das notícias sobre os sem-terra. Perceberam também como se montam as platéias dos programas de auditório e como se constroem tramas novelísticas destinadas a prender a audiência a qualquer custo.

¹⁶ A Escola Vera Cruz, fundada em 1984, está sediada em São Paulo. Possui um núcleo de Assessoria Pedagógica, que hoje presta serviços a escolas e outras instituições com realidades bastante diversas, tanto em São Paulo quanto em outros estados. Ver site: <http://www.veracruz.g12.br/azul.htm>

Mas descobriram também que a tevê tem uma importante função social, especialmente no Brasil, onde a maioria da população jovem dedica um percentual significativo do seu tempo diário assistindo à TV, por meio da qual vê o mundo.

104

O trabalho da professora Solanger não é o único, mas ainda está isolado. Sem nenhuma ligação entre eles, educadores, em várias regiões do país, começam, por iniciativa própria, a colocar a televisão no debate de sala de aula. No Rio, a TV Educativa já está dando um passo maior, estabelecendo parcerias com universidades para a criação de disciplinas sobre “*media* e educação”. Além disso, está lançando o projeto TVE na Escola para “aproximar crianças e jovens do meio televisivo a fim de que compreendam seus sistemas, estimulando a capacidade de leitura crítica do meio”, diz a professora. Na prática, a TVE oferece material para ajudar o debate sobre TV, orienta professores para o uso de programas que podem servir de suporte às aulas e abre espaço em sua programação para vídeos produzidos nas escolas. Com isso, a televisão vai sendo ‘dessacralizada’¹⁷.

Outro trabalho desenvolvido nessa área foi o projeto de pesquisa coordenado pela professora Cidúlia Diva Santos Mello, numa universidade particular de João Pessoa (UNIPÊ), intitulado: “A Televisão e a Escola: a formação do telespectador crítico”. Essa pesquisa visa estudar a mediação da escola na relação *media* eletrônica *versus* público, através da correlação entre a postura de telespectadores adolescentes e adultos, frente às mensagens veiculadas pela televisão, e os programas desenvol-

¹⁷ Para uma pesquisa mais aprofundada sobre a TV como instrumento formativo e educativo, ver He-loísa Dupas Penteadó, no livro, “Televisão e Escola – conflito ou cooperação?”, da Editora Cortez, 1991, e Marcos Napolitano, com o manual “Como usar a televisão na sala de aula”. Consultar o site: <http://www.educacional.com/entrevista/entrevista0062.asp>

vidos pelos cursos de formação do educador, existentes nas universidades públicas e particulares da Paraíba. Apesar de já existirem, em mãos da referida professora, dados importantes sobre esse objeto de investigação, a pesquisa foi interrompida antes da data estabelecida para seu término por falta de verbas.

Enquanto isso, tramita no Congresso Nacional um projeto de lei que, se aprovado, pode contribuir para a multiplicação de todas essas iniciativas. Trata-se da inclusão da disciplina “Introdução à comunicação de massa” nos currículos do Ensino Fundamental e do Médio. O texto já foi aprovado pela CES e aguarda leitura no plenário da Câmara dos Deputados. Em sua justificativa, o autor, Senador Geraldo Cândido (PT-RJ), diz que “existe uma brecha entre a preocupação da sociedade com a educação formal e o modo como os chamados veículos de comunicação exercem sua função educadora” e que é necessário entender o funcionamento e a função social desses meios como “um fator fundamental para a compreensão da realidade”. É o que já estão fazendo, por iniciativa própria, as professoras Solanger e Cidúlia, a TVE do Rio e tantos outros pelo Brasil afora, preocupados com a criação de telespectadores críticos, capazes de contribuir com o trabalho de recuperação da função social da tevê, investindo sensatamente seu tempo nesse veículo de massa.

À guisa de conclusão, as experiências aqui mencionadas integram uma gama de realidades diferentes daquelas que vivenciamos no passado, no que se refere ao processo ensino-aprendizagem nas instituições de ensino. Sentimo-nos, pois, instigados a reconsiderar o papel desempenhado pelo (a) professor (a) com uma utilização mais comprometida e competente da mídia educativa.

A formação de professores em novas tecnologias da comunicação e da informação permite que cada um desses profissionais perceba, partindo de sua própria realidade, de interesses e de suas expectativas, como as tecnologias lhes podem ser úteis. O uso efetivo da tecnologia por parte dos alunos passa primeiro por uma assimilação da tecnologia pelos professores. Se os que introduzem a tecnologia nas escolas o fazem sem atenção aos professores, o uso que os alunos fazem delas é de pouca qualidade e utilidade. Além disso, o fato de se colocar nas escolas apenas a televisão, demais mídias e outras tecnologias, raras vezes, traz impacto significativo. Para atingir efeitos positivos, é fundamental considerar uma capacitação intensiva inicial e um apoio contínuo, começando com os professores que, por conseguinte, poderão capacitar seus alunos. É necessário planejar a integração da tecnologia na cultura da escola. Esse é um fenômeno de avaliação gradual, que requer apoio externo.

Os desafios que mencionamos acima se direcionam aos (às) educadores (as) que gostam de desafios e buscam trilhar novos caminhos e meios mais adequados para ensinar, aprender e democratizar a educação no país. Sobre esse novo trilhar dos educadores, Brown (1991 *apud* PFROMM NETTO, 1998, p. 43) nos deixa uma palavra de cautela ao concluir seu livro sobre tecnologia, meios e métodos de ensino:

A mudança pode ser inevitável, mas nem toda mudança significa progresso. Às vezes a mudança conduz somente a um modo diferente de fazer a mesma coisa. Se a mudança no ensino não produz melhores resultados, a redução dos custos por unidade ou a outros benefícios educacionais essenciais, talvez seja o caso de retrabalhá-la ou abandoná-la. Não abandonemos, no entanto, uma idéia promissora até que tenhamos verificado plenamente suas possibilidades. Os resultados de qualquer programa devem ser avaliados à luz de medidas adequadas e de identificação das causas do seu malogro, ou do seu êxito.

Enfim, a idéia que vislumbramos é a da educação apostando nas possibilidades que as tecnologias poderão oferecer para se aprender, compartilhar saberes e produzir conhecimentos. Dessa forma, as instituições de educação, inseridas num contexto amplo da sociedade, deverão substituir seus contextos: não mais conteúdos pré-definidos, mas sim, percursos e perfis de competências, possibilitando a construção de novos espaços de conhecimento. “[...] espaços de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se reorganizando de acordo com os objetivos ou os contextos nos quais cada um ocupa uma posição evolutiva e singular” (LEVY, 2000, p.158).

REFERÊNCIAS

- BROWN, W. J. e CODY, M. J. **Effects of a pro-social television soap opera in promoting women's status**. Human Communication Research. 1991.
- FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação**. Tradução de Beatriz Affonso Neves. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- FRIGOTTO, G.A. Formação e a profissionalização do educador: Novos desafios. In: SILVA, T.T. & GENTILI, P., **Escola S.A.**: Quem ganha e quem perde no mercado educacional do neoliberalismo, Brasília: CNTE, 1996.
- GARCIA, Regina Leite. A educação escolar na virada do século. In COSTA, Marisa Vorraber. (Org.). **Escola Básica na virada do século**: cultura, política e currículo. São Paulo: Cortez, 1996.
- KENSKI, Vani Moreira. O ensino e os recursos didáticos em uma sociedade cheia de tecnologias. (In) VEIGA, Ilma Passos Alencastro. **Didática**: o ensino e suas relações. Campinas, SP: Papirus, 1996.
- KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**: novas teorias sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- LÉVY, P. Tradução de Carlos Irineu da Costa. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. Ponto de apoio. São Paulo: Scipione, 1994.

MARQUES, Paulo. **Eletricidade**. Feira de Santana – BA, 2001. Disponível em: <www.gd.com.br/pgmarques/ele-t2.htm > Acessado em: 25 set 2002.

MORAIS, Régis de. **Educação, mídia e meio ambiente**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

PECCOUD, François. **Tecnologias de Informação emergentes para a indústria**. Instituto Euvaldo Lodi (IEL). Interação. Brasília – DF, nº 124, ano 11, jul., 2002, p.3.

PFROMM Netto, Samuel. **Telas que ensinam. Mídia e aprendizagem: do cinema ao computador**. 2.ed. Campinas: Alínea, 1998.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. Entrevista concedida à **Revista Teoria e debate**. São Paulo, n. 40, fev./abr. 1999. Disponível em: <<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1106>> Acessado em: 25 jul 2007.

SCHAFF, Adam. A sociedade informática.(1991). Resenha. **Revista de Educação e Informática**. Ano 5, n.11, jan., 1995. Disponível em: <<http://www.educacao.sp.gov.br/publicacoes/acesso/acs11p08.htm>.> Acesso em: 30 maio 2007.

TOFFLER, Alvin. O próximo choque global. **Jornal do Brasil**. Idéias e ensaios. Rio de Janeiro 28, jul, 1991.

Mídias sonoras: das origens à era digital Conexões do rádio, tecnologias acústicas & meios digitais.

109

Cláudio Cardoso de Paiva¹⁸

Propomos uma discussão do que é, afinal, a comunicação via rádio. Para isso, é preciso fazer uma cartografia da sociedade midiaticizada, um mapeamento da cultura midiática, apreendendo os objetos, temáticas, eventos, atores sociais que forjam a ambiência cultural contemporânea. Numa exploração do rádio convém considerar os aspectos característicos de uma paisagem inteiramente atravessada pelos processos acústico-midiáticos, e observar as interfaces das mídias sonoras com os indivíduos e grupos sociais.

¹⁸ Professor do PPGC e do DECOM/UFPB. Doutor em Ciências Sociais, Université René Descartes, Paris V, Sorbonne. E-mail: claudiopaiva@yahoo.com.br

Logo, o desafio que se impõe é decifrar a formação do imaginário social por meio da escuta radiofônica. É importante entender *se* e *como* as imagens acústicas geram ou inibem modalidades de reflexão, ação afirmativa e inclusão social. Convém compreender como as mídias sonoras permitem os indivíduos, as tribos humanas desenvolverem modalidades de competência comunicativa, instigando as identificações e interações, modalidades da ética, da cidadania e da sociabilidade.

110

Numa primeira investida – ainda numa fase de “pré-entendimento” – como se diz numa perspectiva hermenêutica, buscando formular um argumento para discutirmos o rádio e as mídias sonoras, encontramos no site *Overmundo*, o estimulante texto de Melk Aquino (2007), “A Importância do Rádio na Construção da Imagem”. O argumento se mostra importante: primeiramente, porque apresenta as imagens não somente como *imagens visíveis*, mas também como *imagens acústicas*, que são anteriores, no longo percurso da história da cultura; depois porque as imagens (acústicas, sonoras, musicais) levam à formação das identidades, pois resgatam e atualizam significações ancestrais, elevando a auto-estima, e finalmente porque toda uma história da cultura auditiva pode ser escrita a partir de um relato das imagens geradoras dos afetos positivos, a confiança, o respeito às diferenças; em suma, as imagens acústicas podem ser responsáveis pela disseminação de uma ética-estética, uma compreensão do mundo pelo viés das percepções, sensações, inteligências sensoriais, gerando a elevação da experiência cultural.

O ESTADO DA ARTE NA PESQUISA EM RADIO E MÍDIAS SONORAS

Realizamos um breve exercício de investigação na internet, com um grupo de jovens pesquisadores interessados no tema, e numa primeira empreitada encontramos estudos que podem nos oferecer *insights* vigorosos, como por exemplo: o *Núcleo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora*, da Intercom, coordenado por cientistas como Doris Hausen; Eduardo Meditsch; Nelia Del Bianco; Sonia Virginia Moreira. Encontramos, igualmente, o estudo *Rádio e Mídias Sonoras: Mídia, Cultura e Memória* (UNIP, 2002), instigando uma ciência do rádio e da radiofonia, fazendo um resgate da memória geradora de conhecimento e efervescência cultural. Ressalta, dentre outros, um trabalho singular: *Condição da Escuta: mídias e territórios sonoros* é o título do livro de Giuliano Obici (2008), propondo-se a pensar a condição da escuta a partir das mídias (telefone, rádios, auto-falantes, TV, Internet etc.) e novos territórios sonoros delineados pelo advento do som gravado hoje, com a presença de novos dispositivos de registro, difusão e codificação de dados sonoros. O autor estabelece objetivos bem precisos, que ajudam na formulação de uma metodologia voltada para a pesquisa na área, quais sejam: 1) mapear o desenvolvimento tecnológico dos dispositivos midiático-sonoros; 2) revisar a bibliografia sobre os conceitos de objeto sonoro e escuta acusmática (Pierre Schaeffer), *soundscape* (Murray; Schafer), território e ritornelo (Gilles Deleuze e Félix Guattari) e poder (Michel Foucault); 3) entender o fenômeno do MP3 e *podcasting* (Primo; Silva). (As mídias sonoras portáteis como o *mp3 player*, certos modelos de telefone celular e também a produção

imaterial gerada a partir delas têm merecido um enfoque específico). 4) pensar o que podem os sons de um território e quais os agenciamentos que ocorrem por meio da escuta, a partir da perspectiva de poder em Foucault, Deleuze e Guattari.

112

O corpus teórico do projeto é apresentado na forma de revisões conceituais, enfocando os seguintes pontos: desenvolvimento tecnológico das mídias sonoras; acusmática e escuta reduzida; *soundscape* e ecologia sonora; ritornelo e território sonoro; mp3 e *podcasting*; articulações entre som e poder. Como base epistemológica, o autor se utiliza das imagens conceituais da filosofia de Deleuze & Guattari, explorando a sonoridade como fonte de informação, sem pretensão de comunicar, mas que carrega potências que modelam e afetam as capacidades sensíveis; examina como os sons cotidianos influenciam a constituição da subjetividade por meio de dispositivos de controle, poder e consumo, a partir das mídias e territórios sonoros, e examina a produção sonora e os modos de subjetivação por meio de territórios e mídias sonoras.

DO JORNALISMO RADIOFÔNICO AO WEBJORNALISMO

As experiências do jornalismo e radialismo desde longa data estão bastante entrelaçadas; a telerádiodifusão, desde as origens, tem cumprido um papel fundamental na consolidação do espaço público, gerando autonomia e emancipação. Cumpre ratificar a importância fundamental desta relação, cujas repercussões têm sido estudadas com rigor na perspectiva da sociedade, economia, cultura e política.

Para instigar um debate colocamos em perspectiva três programas que fazem parte essencial da história do rádio no Brasil: O Repórter Esso, *A Voz do Brasil* e a radiotransmissão da *Copa do Mundo*.

Desde os formatos mais antigos, na era de ouro do rádio, até a era digital, esta mídia tem consistido num motor vigoroso e performador da percepção cognitiva dos humanos, da ação afirmativa e politização da vida cotidiana. No caso do Brasil, destacamos o programa Repórter Esso, um vetor fundamental na sinergia nacional, aglutinando corações e mentes, nos espaços continentais do país, desde 1953 até 1970.

O Repórter Esso, um noticiário histórico do rádio — transmitido em 14 países do continente americano por 59 estações — e televisão, foi o primeiro noticiário de radiojornalismo do Brasil. Era patrocinado por uma empresa estadunidense chamada “Standard Oil Company of Brazil”. Os locutores de sucesso, como Gontijo Teodoro, Luís Jatobá e Heron Domingues, persistem como ícones e mitologias importantes na história do rádio e da cultura audiovisual brasileira. Assim é importante notar: as vozes humanas e as tecnologias acústicas se aglutinam historicamente na formação dos processos nacionais de comunicação e midiatização social.

Grandes acontecimentos mundiais chegaram ao conhecimento de milhões de brasileiros pelas ondas do rádio, como a Guerra da Coreia, o suicídio de Getúlio Vargas, o assassinato de John Kennedy, o lançamento da bomba atômica, a chegada do homem à lua, a revolução chinesa, a cubana,

Com a emergência de dispositivos como a webrádio e de uma hipermídia como o site de vídeo *YouTube*, temos a oportunidade de encontrar relíquias da produção

audiovisual brasileira, como o último programa do *Reporter Esso*, o que pode servir de base para a pesquisa em mídias sonoras e jornalismo radiofônico, a partir de parâmetros privilegiados. Abrem-se assim novos caminhos para as investigações científicas, para o incremento da pesquisa mercadológica e para mostrar o percurso histórico de uma praxis social importante na formação das identidades audiovisuais brasileiras.

114

Por sua vez, sendo um tradicional noticiário de rádio do país, a *Voz do Brasil* está no ar há quase 70 anos, cumprindo o seu objetivo de levar a informação jornalística diária aos recantos mais distantes pontos do país.

Em entrevista a revista Comunicação Social de abril de 1996, Fausto Faria, responsável pela edição do programa na época, afirma que a Voz começou a ser veiculada no dia 22 de julho de 1935, no governo Getúlio Vargas. Sua primeira edição foi apresentada pelo locutor carioca Luiz Jatobá. (...) Naquele período, chamava-se Programa Nacional. De 1934 a 1962, era levado ao ar com o nome de Hora do Brasil. A transmissão obrigatória do programa por todas as emissoras de rádio do país, em rede nacional, iniciou-se após 1938. (...) Na década de 30, a geração do programa era responsabilidade do Serviço de Publicidade da Imprensa Nacional. No fim de 1939, passou a ser gerado pelo DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda. (RADIOBRAS, 2009)

Em 1945, a geração ficou a cargo da Agência Nacional, órgão do Departamento Nacional de Informações, que substituiu o DIP. Em 1962, o noticiário oficial ficou sob responsabilidade da Empresa Brasileira de Notícias (EBN), que foi substituída em 1988 pela Radiobrás e atualmente, a *Voz do Brasil* é regulamentada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações.

No âmbito do radiojornalismo, o programa *A Voz do Brasil* se fez marcar como “chapa branca”, ou seja, como um programa permanentemente a serviço da ideolo-

gia governamental, seja na ditadura de Vargas, seja na ditadura militar (1964-1984); contudo, convém atentar para esta formação discursiva, cuja sonoridade tem influência decisiva na formação da cultura política nacional ao longo de mais de meio século.

Vibrante, polêmico. Foi assim que nasceu o rádio esportivo, um dos gêneros mais instigantes e desafiadores da programação. A combinação entre palavras e ambientação sonora é adrenalina pura. Imagens mentais, a matéria prima do diálogo do rádio com o ouvinte, são armas poderosas. Se o futebol é adicionado à mistura, cuidado: a fórmula pode tornar-se explosiva. (...) O Campeonato Mundial de Futebol de 1938, realizado na França foi palco, fora das quadras, de um importante marco do rádio brasileiro: a primeira transmissão esportiva, em cadeia nacional, diretamente da Europa. (ORTRIWANO, 2000)

115

Um estudo da história do rádio se mostra importante como suporte para entendermos sobre o “tratamento da informação na rádio, produção e realização radiofônica ou gestão e promoção de conteúdos audiovisuais”. É preciso atualizar os estudos na área, ampliando o raio da ação investigatória, de modo a abranger temáticas atualizadas como “processos na criação multimídia, produção e realização audiovisual ou pós-produção digital”. Faz-se preciso focalizar o rádio e as mídias sonoras, no amplo contexto da programação audiovisual, e conhecer os interesses das novas gerações, as novas demandas acadêmicas, institucionais e mercadológicas, mirando as mídias digitais como motores potentes para a atualização do jornalismo radiofônico. Um estudo sobre o tema particularmente exigiria fôlego, rigor e sistematização; aqui apenas indicamos algumas arestas no domínio dessa experiência, que tem solicitado novas investidas por parte da comunidade científica.

O RÁDIO NO CINEMA

116

Na dita civilização da imagem, podemos vislumbrar - na primeira metade do século XX - o mundo irradiado pelas ondas sonoras, no filme *A era do rádio* (Radio Days. Wood Allen, 1987). Os modos de falar, pensar e agir, as interações sociais, a imaginação onírica dos amantes da música, os sonhos das pessoas de se tornarem celebridades, os pesadelos na época da depressão americana, o início da chamada “aldeia global”, as informações mundiais irradiadas pelas mídias sonoras, tudo isso se epifaniza nesta película instigante para se repensar uma história do rádio.

Hoje nos tempos da internet, foram gerados novos instrumentos para a pesquisa, em sites como *Microfone: história do rádio e Assim era o rádio*, trazendo elementos valiosos para uma arqueologia da mídia radiofônica.

No caso do Brasil, especificamente, muito antes da EMBRATEL, da Rede Globo e do projeto de integração nacional forjado pelos militares, nos anos 70, através das imagens granuladas da tevê, a Radio Nacional colocou em sintonia os corações e mentes do país através da ionosfera criada pelas imagens acústicas, que liberaram a sonoridade do *ethos* nacional.

E partindo do local para o mundial, percebemos que a experiência de mediação social, por meio das ondas radiofônicas, por exemplo, no Estado da Paraíba, durante a era de ouro do rádio, quando a Rádio Tabajara contribuiu para aproximar as regiões Norte e o Sul do país. A Tabajara atuou como um mecanismo de revelação dos valores regionais, colocando em sintonia a percepção acústica dos paraibanos no repertório sonoro do país, que começava a se desenvolver e a ingressar no mercado mundial da

música, das notícias. Realizou-se assim, uma aproximação inédita do cotidiano de milhões de brasileiros com identidades étnicas, linguageiras, culturais diferentes; nesta direção, vale a pena consultar a pesquisa de Moacir Barbosa (2006)

Cumpre - num estudo da comunicação radiofônica - dialogizar o enfoque específico do rádio em sua relação com as outras mídias, observando que - como diziam McLuhan e Walter Benjamin (a partir de pontos de vista distintos) - cada meio de comunicação absorve os meios antecedentes. O rádio e o cinema passaram a ser o conteúdo da TV, que será por sua vez o conteúdo da internet. Com efeito, o rádio se desenvolve sem obliterar os meios de comunicação predecessores - por ordem de sua entrada na história da cultura - e ao mesmo tempo, modifica o estado da arte, a estrutura técnico-operacional e a função social destes meios; ou seja, para adentrarmos na complexidade da comunicação radiofônica, convém perceber as mídias sonoras e os audiovisuais, espreitando as suas distinções e afinidades.

Assim, observamos que ao longo da história da telerádiodifusão, houve profundas mudanças no que concerne à forma e conteúdo dos dispositivos sonoros, e caberia chamar a atenção para o fato de que os meios tecnológicos, passo a passo, conferiram novos significados às mídias clássicas como o rádio. Portanto, a tevê e posteriormente a internet (através da webrádio), transformaram o rádio tradicional, que consistia num meio de comunicação mais concentrado, vertical, monológico, e se tornou um meio mais dialógico, comutativo, interacional.

Encontramos reminiscências do mundo do rádio nas grandes narrativas do cinema mundial, que nos fazem lembrar como as histórias de guerra são permeadas pela

presença do rádio. Sabe-se que não existe comunicação sem confrontos, tensões e conflitos gerados pela aproximação das diferenças; logo, uma história das comunicações é também uma história das guerras. Em verdade, o rádio nos filmes de guerra consiste em um subtema que mereceria um estudo específico; aqui, esforçamo-nos por indicar algumas das iconicidades cinematográficas mais expressivas, fontes inesgotáveis de pesquisa, sem esquecer de apontar para o fato de que as ciências da comunicação (e conseqüentemente os saberes sobre o rádio, telerádiodifusão, audiovisuais) nascem, amadurecem e se disseminam a partir das experiências do conflito, do enfrentamento, da guerra. A título de exemplificação, apontaríamos o trabalho de fôlego de Cida Golin & João Batista de Abreu, *Batalha sonora – o rádio e a segunda guerra mundial*, que “... reúne nove ensaios e um texto memorialista em torno da temática do uso do rádio e da propaganda na preparação e no convencimento das pessoas às vésperas e durante a II Guerra Mundial.” (GOLIN & ABREU, 2007).

Apocalypse Now; O grande ditador; Glória feita de sangue; A lista de Shindler; Hiroshima meu amor; Um dia muito especial; O franco atirador; O pianista; Platoon; Os gritos do silêncio; Nascido para matar; O resgate do soldado Ryan; A vida é bela; Nascido para matar; Nascido em 4 de julho; A queda! As últimas horas de Hitler; Reds; Amargo regresso; Os canhões de Navarone; Suplício de uma paixão, dentre muitos outros, além de *A era do rádio*, é claro, são filmes, cujas estruturas narrativas são atravessadas pelas relações entre a guerra e a radiofonia.

O RÁDIO NO CINEMA BRASILEIRO

Propomos um enfoque interdisciplinar, atentando para os aspectos descritivos (funcionais, operacionais, formais, estruturais) das mídias sonoras; observamos igualmente a dimensão crítica (histórica, social, semiológica, estética), e procuramos contemplar estas mídias a partir de uma perspectiva compreensiva, dialógica, fenomenológica. Conforme sugere Morin, na teoria da complexidade, faz-se preciso observar o acontecimento a partir de sua multidimensionalidade. A rigor, conviria realizarmos um recorte epistemológico (expressando uma filosofia e ciência das mídias sonoras), ou fenomenológico (observando o fenômeno da radiofonia, em suas particularidades e contextualizações específicas) e o fazemos aqui por meio das afinidades eletivas, colocando em perspectiva a experiência radiofônica no panorama do cinema brasileiro. Assim, encontramos, tanto nas narrativas ficcionais quanto nas narrativas documentais, elementos ricos que revelam as zonas de ruído e comunicabilidade, no contexto da história sociocultural brasileira.

Dentre outros, encontramos as películas *O ébrio*; *Nos tempos da Atlântida*; *Cinema, aspirina e urubus*; *Radio auriverde*; *Aleluia Gretchen!*; *Estelinha – a estrela do rádio*; *A hora da estrela*; *Olga*; *Este mundo é um pandeiro*; *Nem Sansão nem Dalila*; *Matar*; *Conterrâneos velhos de guerra*; *Absolutamente certo*; *Alô alô carnaval*; *Baile Perfumado*; *Bicho de sete cabeças*; *Bossa Nova*; *O caminho das nuvens*; *Chuvas de verão*; *Dois filhos de Francisco*; *Durval Discos*; *Noel, poeta da vila*; *A ostra e o vento*; *Parahyba Mulher Macho*; *Se segura, malandro*; *Tudo é Brasil*; *Villa Lobos – uma vida, uma paixão*; são filmes representando circunstâncias em que o rádio, a radio-

fonia, a sonoplastia, a informação e interação social pelas ondas do rádio, do disco, fazem-se presentes, seja de maneira integrante ou essencial à narrativa.

Como aponta Vera Regina Roquette-Pinto, no estudo *Roquette-Pinto - O radio e o cinema educativos*, “no Brasil, o rádio e o cinema têm que ser a escola dos que não têm escola”, e a aparição desta mídia no cinema, ao longo do percurso histórico, indica caminhos para uma modalidade de aprendizagem estética, sensorial, cognitiva.

120

O radio, o cinema e a televisão são indicadores de como a comunicação estética e sensorial dos audiovisuais tem contribuído para a estruturação da vida mental, no campo e na cidade. A irradiação das imagens pelas mídias sonoras pode influir na consolidação de uma imaginação criativa, crítica e vigilante, na geração de subjetividades e sociabilidades, e na disseminação de uma inteligência cognitiva que pode levar os atores sociais a distintas modalidades de ação afirmativa.

AS RADIONOVELAS

Antes mesmo das telenovelas se tornarem uma mania nacional, como o futebol, o candomblé e o carnaval, as radionovelas contribuíram para a formação de uma imaginação mitológica que estruturou o simbolismo da vida mental dos atores sociais, gerando modalidades de identificação e participação de uma comunidade afetiva, que expressa um estilo específico da etnicidade brasileira.

Radionovela é uma narrativa folhetinesca sonora, nascida da dramatização do gênero literário novela, produzida e divulgada em rádio. Fez enorme sucesso no início do século XX, numa era pré-televisiva. Boas histórias, bons atores e efeitos sonoros realistas eram o segredo do gênero para captar a atenção dos ouvintes.

Diz-se que os grandes mestres da magia eram os sonoplastas, que para estimular a imaginação das pessoas, reproduziam todo tipo de sons e ruídos: o som da chuva, do telefone, da passagem de tempo, dos passos dos personagens. (WIKIPEDIA, 2009)

Grande parte das narrativas das radionovelas é importada (de Cuba, do México e de outros países latinos); muitas resultam das elaborações do teatro, da literatura universal, ou seja, suas fontes são bastante diferenciadas, como atestam os títulos *Em busca da Felicidade (1941)*, *Gente de Circo (1941)*, *O direito de nascer (1951)*, *A Cabana do Pai Tomás (1951)*, *Jerônimo, o herói do sertão (1953)*. (Cf. Calabre, 2006).

Entre os brasileiros pioneiros na radiodramaturgia, estão Oduvaldo Vianna, Amaral Gurgel e Gilberto Martins. Em seguida, vieram os autores Dias Gomes, Mário Lago, Mário Brazzini, Edgar G. Alves, Janete Clair e Ivani Ribeiro, estimulando o “ouvido pensante” dos brasileiros. Em verdade, aqui se fecunda um vigoroso celeiro de escritores que viriam a consolidar uma moderna tradição de narrativas audiovisuais, algo que vai tomar proporções mais amplas, posteriormente na dita era da televisão.

PRESENÇA DO RADIO NA FICÇÃO TELEVISIVA SERIADA

Aquarela do Brasil; Esperança; Um só coração; Hoje é dia de Maria; JK; Amazônia; Ciranda de Pedra; a, e, i, o... Urca; Anos Rebeldes; Agosto; O rei do gado; Hilda Furacão; Chiquinha Gonzaga; Terra Nostra; Olhai os lírios do campo; O Bem Amado; Anarquistas graças a Deus; Partido Alto; Anos Dourados; Escalada; O casarão; Dona Xepa; O astro; O ébrio, entre outras, são telenovelas e minisséries em que o rádio se inscreve como leitmotiv e coadjuvante na elaboração da narrativa. A radiofonia

atua assim como peça fundamental na urdidura das tramas, como referência básica para distinguir o período histórico, como motores sensíveis fundamentais para distinguirmos o “espírito do tempo”. Geralmente são peças antigas da teledramaturgia, narrativas ficcionais históricas, em que o rádio desempenha um papel preponderante. Além disso, podemos creditar o grande sucesso destes produtos, no mercado internacional dos audiovisuais, às suas trilhas sonoras que as têm tornado inesquecíveis para os mais variados públicos do Brasil e do mundo.

RÁDIO E POLÍTICA

Em princípio, é importante destacar a interface comunicação & política, como um intervalo epistemológico que tem merecido investigações importantes, como demonstram os estudiosos brasileiros Albino; Brittos; Bolaño; Gomes, dentre outros. Um estudo das mídias sonoras perpassa evidentemente pelo crivo da relação destas com o Estado e pelo problema das concessões das emissoras, sem falar – é claro – na questão da consciência e responsabilidade social da programação radiofônica.

Quando se fala em rádio - como de resto, nos outros meios de comunicação - uma questão antecipadamente se coloca referente à potência dos meios em relação às configurações dos poderes que se instalam no tecido social. Num país em que as disparidades socioeconômicas e sociopolíticas são tão acentuadas, o rádio tem um papel fundamental. Pode favorecer a transparência na modalidade das tensões e conflitos sociais, pode dar voz aos excluídos, estimular o exercício as ações afirmativas, contribuir socialmente, liberando os discursos dos setores ideologicamente minoritários.

Se a relação entre o rádio e o Estado solicita a realização de investigações atualizadas; o mesmo se pode afirmar com relação à interface rádio e micropolítica, ou seja, faz-se preciso explorar a forma, o conteúdo e o sentido da telerádiodifusão, atentando para a maneira como este pode atuar sobre a produção das subjetividades, a construção das identidades, isto é, como o meio radiofônico pode contribuir para a formação da cidadania; tudo isso - evidentemente - passa pelo crivo das estratégias de acesso dos setores ideologicamente excluídos dos processos de democratização. Estes setores abrangem mulheres, negros, índios, velhos, gays, pobres, analfabetos, migrantes e, particularmente, os indivíduos portadores de deficiências visuais.

123

RÁDIOS COMUNITÁRIAS & RÁDIOS LIVRES

De saída convém distinguir estas noções que parecem se misturar, mas significam experiências comunicacionais diferentes. O trabalho de Arlindo Machado & Marcelo Masagão. *Rádios Livres, a reforma agrária no ar* (1986), consiste num mapeamento desta estratégia midiática, desde a sua origem, que poderíamos situar no pós-68 na França. Então, a palavra “pirata” é considerada pejorativa para os ativistas midiáticos; no que diz respeito ao termo “rádios piratas”; há no livro uma frase que esclarece bastante: “piratas não somos nós, pois não estamos correndo atrás do ouro”. Daí a adoção, pelos grupos ativistas do conceito de rádios livres, que recusam a pirataria, e implicam desde o início na militância dos grupos progressistas, empenhados nos movimentos da chamada “micropolítica” ou das “revoluções moleculares”, como escreve Felix Guattari (1981), num trabalho hoje célebre, problematizan-

do a equação desejo, mídia e sociedade, através da filosofia e da psicanálise.

124

Há que se prestar atenção para o modo como estas experiências estão conjugadas à batalha pela liberdade de informação e comunicação. Observe-se como as estratégias dos governos – diferentemente – vão atuar no sentido de tentar legalizar, cooptar, dominar a programação das rádios livres. Algumas irão se direcionar no sentido de organizar as rádios comunitárias, outras irão atender a fins religiosos, e outros interesses discutidos na esfera pública; é importante prestar atenção para o modo como as rádios livres vão desempenhar funções importantes nas comunidades de base.

Quando relacionamos o problema da exclusão social com a experiência midiática, no que respeita à telerádiodifusão, entendemos a emergência das rádios comunitárias como uma estratégia de reversão dos princípios que regem o modo de produção, as modalidades de circulação e consumo das informações radiofônicas. Nessa esteira, encontramos o trabalho de Bertrand Lira, *No ar: as pequenas notáveis* (1980), um estudo original que ratifica o papel dessa experiência junto às comunidades.

Hoje, encontramos vários estudos na internet, que vão fundo na temática radiofônica, problematizando a relação da mídia com o Estado, a sociedade, as empresas e as comunidades, conforme podemos perceber acessando os sites seguintes: *Rádio comunitária* — Portal do Ministério das Comunicações, e *Pesquisa: mídia não fala sobre rádios comunitárias* (2008).

Existem alguns sites instrutivos que inclusive ajudam a montar, administrar e legalizar as rádios comunitárias; todavia, o interessante neste episódio da história do

rádio na internet é poder participar da produção radiofônica e recolhermos relíquias da antiga e moderna tradição acústica, sonora, musical.

O RÁDIO, O COTIDIANO E A CULTURA DIGITAL

Hoje, nos tempos da cultura digital, as comunidades radiofônicas migraram, transmigraram, modificaram a forma e o sentido da comunicação sonora. As chamadas radiodigitais, as webrádios se disseminam, entrecruzam-se e ganham novas modulações, mesclando-se também ao contexto dos audiovisuais e, portanto, solicitam abordagens que possam capturar o sentido dessa onda radiofônico-interativa. Na internet, encontramos algumas vias de acesso, que podem ser instrutivas para o exercício da pesquisa. Numa primeira aproximação, citaríamos alguns sites para uma iniciação aos estudos das mídias sonoras digitais. Cf. *HowStuffWorks*. *Como funciona o rádio digital via satélite* (2005); neste site, o artigo do especialista Kevin Bonsor se ocupa em demonstrar como funciona o rádio digital via satélite, focalizando suas dimensões técnicas, cognitivas e econômicas.

Desde já talvez seja de bom agouro ir percebendo as distinções fundamentais entre as rádios analógicas e digitais, pois estas se distinguem quanto à operacionalidade, conceituação, expressões institucionais, sociais e filosóficas. Logo, para entender, por exemplo, o significado da webrádio, convém atentarmos para o fator da *interacionalidade*, que impõe novas conseqüências epistemológicas, comerciais, econômicas e políticas à cultura radiofônica; um boa ilustração pode ser encontrada no site da BMGV (primeira webrádio do Brasil). Um outro meio interessante para

ingressarmos no mundo do conhecimento do rádio digital, compreendendo as nomenclaturas, terminologias e definições para essa nova mídia, pode ser através do acesso ao hipertexto *Definições da Web para Web rádio*.

De modo pragmático, buscamos apontar algumas modalidades radiofônicas da era digital (ou simplesmente webrádio), tentando ilustrar como estes novos processos midiáticos se entrelaçam aos temas socioculturais, ecológicos, políticos, como: a *Webrádio cultura viva* e a *Delas webrádio*, um dispositivo midiático de ação feminista.

Uma das migrações surpreendentes do rádio tradicional para outras modalidades de comunicação sonora é representada pelo fenômeno dos *blogs*, os diários virtuais que têm gerado mudanças importantes nos mercados, nas instituições privadas e públicas, no trabalho, nas escolas, nas comunidades. Veja-se o exemplo seguinte: *Webrádio cultura viva* “põe no ar” entrevista sobre a liberdade na internet (*Blog Sérgio Amadeu*).

PARA CONCLUIR

Para concluir, remetemo-nos à experiência do *podcast*, que vem transformando radicalmente a comunicação na vida cotidiana, com a utilização da telemática, das mídias portáteis, mídias móveis, hiper mídias.

Podcast é uma forma de publicação de programas de áudio pela Internet que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização. A palavra podcasting é uma junção de iPod - um aparelho que toca arquivos digitais em MP3 - e broadcasting, transmissão de rádio ou tevê. Assim, podcasts são arquivos de áudio que podem ser acessados pela Internet.” Resumindo, um podcast é uma espécie de “programa de rádio” que você grava em seu MP3 player ou ouve no próprio computador. (GUANABARA, 2009)

Algumas páginas eletrônicas nos têm trazido informações que permitem formarmos um primeiro entendimento deste dispositivo; veja-se, por exemplo, o artigo da Folha Online, no caderno de Informática, Entenda o que é *podcast*:

Os podcasts --também chamados de podcastings-- são arquivos de áudio transmitidos via internet. Neles, os internautas oferecem seleções de músicas ou falam sobre os mais variados assuntos --exatamente como acontece nos blogs. A palavra que determina esta nova tecnologia surgiu da fusão de iPod (toca-MP3 da Apple) e broadcast (transmissão via rádio). (FSP, 20.02.2006)

127

Aproveitando o embalo desta subcultura recente gerada pelos *blogs* e almejando trazer informações sobre estas experiências recentíssimas no campo da comunicação, indicamos o interessante *BlogPodpods*, cujo slogan é bem claro: “a maneira mais fácil de descobrir um *podcast*”. Um outro caminho instigante para entender um pouco mais esta novidade é o *blog* do professor Gustavo Guanabara, *Guanabara.info*, explicando com objetividade o que vem a ser o *podcast*, suas estruturas e modo de funcionamento.

No que se refere especificamente aos estudos avançados pautados pelo que entendemos como interfaces da Comunicação & Radialismo, encontramos o instigante trabalho de Fernando Firmino da Silva, : uma aplicação prática de seus estudos no programa de pós graduação (UFBa), por meio da criação de *blog*, *Jornalismo Móvel* (2208), voltado para a discussão sobre jornalismo sem fio, produção jornalística em condições de mobilidade, conexões sem fio e de terceira geração, smartphones e celulares, cibercultura, ciberespaço, webjornalismo.

Este texto se apresenta como contribuição para uma coletânea de artigos organizada pelo GEDIC – Grupo de Estudos de Divulgação Científica, coordenado por

Olga Maria Tavares da Silva (UFPB). Aqui, não concluímos exatamente nossa argumentação; buscamos - de maneira um pouco assistemática - apontar elementos para uma exploração do trajeto destes dispositivos que têm sido descritos como mídias sonoras. Pressupomos que tal investida pode vir a impulsionar uma certa dinâmica à pesquisa em cultura midiática, cultura audiovisual e mídias digitais.

128

REFERÊNCIAS

AQUINO, M. **A importância do rádio na construção da imagem**. Disponível em: Site Overmundo. 12.06.2007.<<http://www.overmundo.com.br/overblog/a-importancia-do-radio-na-construcao-da-imagem>>

Assim era o rádio (site) <<http://www.radioclaret.com.br/port/frame.htm>> Acesso em: 09.05.08.

BARBOSA, M. **Evolução do radiojornalismo paraibano**. Trabalho apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2004. Disponível em:<<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1320.html>>

BMGV (primeira webradio do Brasil) Disponível em:<<http://www.bmgv.com.br/>> Acesso em: 08.06.08.

BIANCO, N; **Rádio e TV**. (Entrevista). Disponível em: Almanaque da Comunicação. <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/503.html>> Acesso em: 08.06.08.

BlogPodpods. <<http://www.podpods.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-podcast/>> Acesso em: 07.06.07.

CALABRE, L. **No tempo das radionovelas**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2006. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2433-1.pdf>> Acesso em: 08.06.08.

CASTRO, G. S. **Podcasting e consumo cultural**. E-Compós. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, edição 5, 2005.

CATUNDA, M. **Comunicasom**: uma reflexão sobre o som na sociedade

tecnológica In: FAMECOS, 12. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/12.htm>> Acesso em: 08.06.08.

HAUSEN, D. **Rádio, populismo e cultura: Brasil e Argentina (1930-1955)**. In: FAMECOS, 5. Disponível em:<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/doris_hausen.pdf> Acesso em: 08.06.08.

Entenda o que é podcast. <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>>

FIRMINO DA SILVA, F. **Jornalismo móvel** (Blog). Disponível em:<<http://jornalismomovel.blogspot.com/>>

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2004.

GUANABARA, G. **Podcast, o que é isso?** In: Blog Guanabara.info. 22.11.2008. Disponível em:

<<http://www.guanabara.info/2007/11/podcast-o-que-e-isso/>> acesso em 16.03.2009

GUATTARI, F. **Revolução molecular: pulsações políticas do desejo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

GOLIN, C; ABREU, J. B. **Batalha sonora: o rádio e a segunda guerra mundial**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

HERSCHMANN, M; KISCHINHEVSKY, M. A “**geração podcasting**” e os **novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. In: FAMECOS, 37. PUC-RS. Disponível em:

<<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/37/micael.pdf>> Acesso em: 08.06.08.

KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

HowStuffWorks. **Como funciona o rádio digital via satélite**. Disponível em: <<http://informatica.hsw.uol.com.br/radio-digital-via-satelite.htm>> . Acesso em 27.08.2007

LIRA, B. **No ar: as pequenas notáveis. As rádios livres no Brasil e em particular na Paraíba, nos anos 1980**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 1980 <<http://www.marcafantasia.com.br/livros.htm>>

MACHADO, A; MASAGÃO, M. **Rádios Livres - a reforma agrária no ar**. São Paulo, Brasiliense, 1986.

MARCONDES FILHO, C. **O escavador de silêncios**. Formas de construir

e de desconstruir sentidos na comunicação. Nova teoria da comunicação II. S. Paulo: Paulus, 2004.

MEDITSCH, E. **O Rádio na Era da Informação** – Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. Florianópolis: Editora Insular, Editora da UFSC, 2001.

MOREIRA, S. V. **Getúlio Vargas e o rádio, uma convergência de histórias**. In: Site Almanaque da comunicação. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1313.html>> Acesso em: 08.06.08.

MOREIRA, S. V; SAROLDI, L.C. **Radio Nacional** – o Brasil em sintonia. FUNARTE, 1984.

MORIN, E. **A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação)**. In: FAMECOS, 20, PUCRS. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/20/aoiv1n20.pdf>> Acesso em: 08.06.08.

OBICI, G. **Condição da escuta**. S. Paulo: Editora Sete Letras, 2008.

ORTRIWANO, G. S. **França 1938, III Copa do mundo. O rádio brasileiro estava lá**. BOCC, 2000. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-copa1938.pdf>> Acesso em: 08.06.08.

PAIVA, C.C. **Os jornalistas, a televisão e outras mídias no cinema**. In: FAMECOS, 32, PUCRS. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/1978/1793>> Acesso 05.08.08

PERUZZO, C. M. K. **Rádio Comunitária na Internet: empoderamento social das tecnologias**. FAMECOS, 30 Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/30/ciciliaperuzzo.pdf>> Acesso em: 05.08.08.

PRIMO, A. **Para além da emissão sonora: As interações no podcasting**. POA: Intexto, n. 13, 2005..

RADIOBRAS (site) <<http://www.radiobras.gov.br/>> Acesso em: 29.09.08.

_____. **A Voz do Brasil** <http://www.radiobras.gov.br/estatico/radio_voz_do_brasil.htm> Acesso em: 09.03.09.

RÁDIO COMUNITÁRIA **Pesquisa: mídia não fala sobre rádios comunitárias**. Disponível em: <<http://www.viomundo.com.br/radio/pesquisa-midia-nao-fala-sobre-radiocomunitarias/>> Acesso em: 07.06.08.

_____. Portal do Ministério das Comunicações. Disponível em: <www.mc.gov.br/radiodifusao/perguntas-frequentes/radio-comunitaria> Acesso em: 07.07.08.

_____. **Como montar administrar e legalizar**. Disponível em : <<http://>

comunitarias.sites.uol.com.br/> .

RADIO DIGITAL (site). Disponível em: <<http://informatica.hsw.uol.com.br/radio-digital-via-satelite.htm>>. Acesso 05.08.08

REPORTER ESSO (Último programa no YouTube) Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=cIgSWgWHzkg>>

ROQUETTE-PINTO, V. R. **Roquette-Pinto** - O radio e o cinema educativos. Disponível em:<<http://www.usp.br/revistausp/56/02-veraregina.pdf>> Acesso em: 07.07.08.

SANTINI, R. M. **Admirável chip novo**: A música na era da internet. Rio de Janeiro: E-Papers, 2006.

SCHAFER, M. **Sonora**. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Belo Horizonte-MG, de 02 a 06 09. 2003. Disponível em: <www.intercom.org.br> Acesso em: 09.06.05.

WEBRÁDIO. **Webrádio cultura viva**. Disponível em:<<http://webradio.utopia.com.br/>> Acesso em: 06.06.08.

_____. **Cultura viva “põe no ar” entrevista sobre a liberdade na internet** (Blog Sérgio Amadeu) <<http://samadeu.blogspot.com/2008/10/webradio-cultura-viva-pe-no-ar.html>> Acesso em: 09.06.08.

_____. **Definições da Web para Webrádio** <http://www.google.com.br/search?hl=ptBR&q=o+que+%C3%A9+web+radio&meta=lr%3Dlang_pt>

_____. **Delas webradio, um dispositivo midiático de ação feminista**. <<http://www.delaswebradio.com.br/>>

Conexão Ciência: A Socialização do Conhecimento Científico na TV

Cristina Vasconcelos¹⁹ e Olga Tavares²⁰

INTRODUÇÃO

O Programa Conexão Ciência (www.conexaociencia.ufpb.br), veiculado na TVUFPB, canal 22 da BIGTV, em João Pessoa, foi criado com o objetivo de divulgar a produção científica da Instituição, de modo a aproximar corpos docente, discente e a sociedade em geral, em torno de diversificadas temáticas que estão no cerne das importantes discussões da produção de Ciência e Tecnologia no Estado da Paraíba e no país. Este programa faz parte da pesquisa desenvolvida pelo Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC (inscrito no CNPq), cujo propósito é o de investigar

¹⁹ Mestranda em Ciência da Informação (PPGCI/UFPB)

²⁰ Professora-orientadora do PPGCI/UFPB

não só a produção científica local e nacional, como também estudar as técnicas de produção científica que possam estabelecer interface com o jornalismo, o rádio e a televisão. O programa, em 2008, teve que sair do ar por questões de infra-estrutura institucional; contudo, até aquele momento conquistou bons resultados em nível de reconhecimento acadêmico, bem como da introdução de um diálogo bem articulado e reflexivo dos campos da informação do saber universitário. Habermas (*apud* MEDEIROS, 2006, p. 74-75) acredita que o projeto de uma teoria crítica da sociedade começa pela teoria da comunicação, que contempla a comunicação de “mão dupla” e potencializa as relações sociais através da construção de interações entre sujeitos competentes, cuja valorização do conhecimento está no cerne deste compartilhamento comunicativo que resulta numa aprendizagem coletiva. Sendo assim, as novas tecnologias da informação e da comunicação têm convergido efetivamente para o estabelecimento de práticas didáticas que aliam saberes diferenciados que inserem o/a aluno/a no contexto desta nova cultura, chamada midiática, e que tem na TV sua melhor representante.

Mais do que inserir-se na Sociedade da Informação, o que o Programa Conexão Ciência quis focar nesta interação docentes, discentes e técnicos é o da produção do conhecimento, ou o que se entende como novas abordagens da Ciência, de modo que a informação possa ser fator de emancipação, sob a premissa de que a instituição universitária deve cumprir a função de provedora do acesso à informação, como indicam Carvalho e Kaniski (2000). A televisão, hoje, no Brasil, é o principal suporte de informação da sociedade em geral: 98% dos lares têm o aparelho. Através da TV é

que se realizam “leituras imagéticas” do país e do mundo, e o fluxo informativo que o veículo produz é determinante da construção da sociologia do cotidiano nacional.

Braga e Christovão (1994) entendem a socialização da informação como sendo:

(...) não somente a tradução da informação para o público em geral, mas principalmente como a construção, tratamento e divulgação de informações de diferentes tipos em parceria, ou seja, a partir da definição conjunta por parte de produtores e usuários, que aqui se confundiriam, de suas necessidades, e de quais seriam os caminhos (metodologias) mais adequados para atendê-las.

Sob essa ótica, tem-se no Programa Conexão Ciência o princípio de uma comunidade, no caso a acadêmica, cujos membros contribuem para a realização de uma divulgação científica comum a todos, no sentido de ela tentar dirimir a distância existente entre a Ciência e a audiência, buscando traduzir o universo de pesquisa numa linguagem do cotidiano, cujos códigos são de fácil acesso, sem que se perca a qualidade e a coerência da informação científica. E, como propõem Carvalho e Kaniski (2000), aproveitar o potencial e a capacidade das tecnologias “que nos permitem não só ter acesso ao conhecimento, mas também construir o conhecimento que nos é necessário”. E é exatamente a informação como conhecimento, tal qual identifica Bukland (*apud* OLETO, 2006, p.57), que se adotou como fundamento do Programa.

A Sociedade da Informação ao qual se quer fazer parte, em função das demandas das convergências tecnológicas, exige que os produtos multimídia penetrem na vida diária dos indivíduos e provoquem transformações efetivas no modo de pensar e de agir. A Sociedade da Informação que se conforma no Brasil já tem os veículos de comunicação como seu principal acesso, como salientam Guareschi e Biz (2005, p.38), ao dizer que “a mídia é o coração da sociedade de informação, sob cuja égi-

de vivemos. (...)Quem detém a informação, de modo geral, e dentro dela a mídia, detém o fator central de desenvolvimento”. A relação intrínseca entre a mídia e as novas tecnologias trouxe mudanças profundas para o ser humano (*ibidem*, 2005, p. 46), principalmente neste contexto atual da globalização, previsto por um dos “papas” da Comunicação, Marshall McLuhan, nos anos 60, quanto ao surgimento de uma “aldeia global”.

136

Os anos 80 e 90 trouxeram leis e programas de ações que implantavam os suportes multimídia no ambiente escolar. Rádios, TVs e computadores passaram a fazer parte do universo educativo e a estabelecer novos paradigmas, preconizando, assim, a Sociedade do Conhecimento que se almeja para um futuro próximo (LIVRO VERDE, 2000). Como salienta Ângela Schaun (2002, p.75), “o que muda, em verdade, com a crise do sujeito individual diante da velocidade que impera nas redes de poder na construção do conhecimento são as formas de comunicação de e para a educação”. E completa (p. 77):

A supremacia do campo dos media não deve, porém, ser compreendido de maneira absoluta e total. O saber por ele enunciado carece de credibilidade reconhecida no discurso educacional, na qualidade de autoridade competente e detentora de um saber mais sistematizado e legitimado do ponto de vista institucional.

Portanto, em nível educacional, por exemplo, tem-se um diálogo constante que tem sido expandido exatamente pela utilização dos veículos de comunicação como instrumentos pedagógicos, e que se configuram “como um campo de intervenção social específico” (SOARES, 1999, p.20). A revolução tecnológica, que teve início nos anos 70, vem promovendo modificações no processo das novas tecnologias

da informação e da comunicação na educação. Os multimeios como apoio às mais variadas atividades escolares geraram novas formas de aprendizagem e o cenário educacional foi sofrendo mudanças significativas. A Educomunicação objetiva criar espaços comunicacionais que buscam a formação de um sujeito crítico, inserido ativamente na dinâmica do seu próprio meio social. O conceito de Educomunicação entendido por Soares (2000) é “o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádio educativos, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros de coordenação de educação a distância ou e-learning e outros...” Para ele, a inter-relação comunicação e educação trabalha “a partir de um substrato comum que é a ação comunicativa no espaço educativo, ou seja, a comunicação inter-pessoal, grupal, organizacional e massiva promovida com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos através da atividade educativa e formativa” (*ibidem*, 2002).

Sob essa perspectiva, tem-se ainda a discussão do papel da TV Pública-Universitária no país, que é muito importante para a integração com o corpo discente. Segundo Kotscho (2003, p. 77), a TV pública deve “prestar serviço, ser útil à população, contribuir para melhorar as condições de vida”. Para Magalhães (2002), a TV Universitária deve “servir de contraponto. Uma alternativa, um anti-referencial, um lugar onde a prioridade é a integração, a comunicação na acepção correta e etimológica, de ‘colocar em comum’. A TV Universitária oferece a oportunidade de uma

integração ativa entre ensino, pesquisa e extensão, socializando seus atores principais: alunos, professores, dirigentes, funcionários e a comunidade onde atua". No Programa Conexão Ciência foi possível promover o envolvimento de estudantes de Comunicação, de Educação, de Ciência da Informação e de Informática em procedimentos pedagógicos, que privilegiavam tanto a teoria quanto a prática, haja vista os estudantes saírem da sala de aula para entrar nos estúdios e laboratórios de Comunicação Social e de Desenvolvimento de Materiais Instrucionais (LDMI). Conforme aponta Ramalho (2007), considerando que no Brasil cerca de 70% da produção do conhecimento são provenientes de Instituições de Ensino Superior e que a televisão está presente em quase 100% dos lares, sendo a principal fonte de informação da população, é preciso que as emissoras universitárias conquistem o direito de veicular sua programação em canais abertos de acesso gratuito, possibilitando a concretização da principal vocação e missão do veículo.

A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA NO CONEXÃO CIÊNCIA

A proposta editorial do Programa Conexão Ciência vai ao encontro da valorização da informação científica e tecnológica que se produz nos centros de pesquisa da Paraíba. A divulgação do conhecimento científico local, via televisão, mesmo que em um contexto de programação ainda em construção, institui uma nova comunicação científica, no sentido de o telespectador ter um acesso mais rápido, mais claro e mais objetivo de resultados de pesquisas, anúncios de novos projetos, desenvolvimento de ferramentas etc.. É o que se denomina a comunicação científica eletrônica, cuja

essência é a transmissão de informações científicas através dos meios eletrônicos (TARGINO, 2000, p.75).

Ao contemplar a televisão como veículo ideal de divulgação científica, por exemplo, não se pode prescindir de entender o caráter da comunicação e o da informação, de acordo com Tavares (*apud* AQUINO, 2002, p.140), pois “enquanto esta se apresenta dentro de uma moldura que se propõe alterar a estrutura cognitiva do receptor, aquela opera com os efeitos de sentido que irá provocar no receptor”. Ou seja, a tecnologia do conhecimento permite que os “grupos sociais possam usar a informação para seu próprio bem-estar e crescimento político-social” (*ibidem*, p.143). Para Galli Soares (2006, p.15), “a difusão das tecnologias de informação e comunicação em multimeios, muito mais que representar um conjunto de mudanças nas relações sociais e produtivas, invadiu as vidas e rotinas das pessoas, tornando-se uma linguagem operacional para interação com o mundo, os fatos, informações e dados, instalando um novo paradigma de integração social, a partir do acesso e uso consciente e crítico do ferramental disponível”. A atualização acadêmica que se vale das plataformas tecnológicas detém credibilidade e competência, além de revelar novos paradigmas de informação e comunicação, a serem confirmados (*ibidem*, p. 45-48). Sob a inspiração de Castells (2000), o Programa Conexão Ciência também privilegiava uma humanização do uso dos meios de comunicação, a fim de que eles se tornem fontes de conhecimento e de troca de saberes, que formem alianças estratégicas para o bem-comum da comunidade local e assumam um novo paradigma tecnológico-educacional.

Quase 40% da população brasileira demonstram pouco interesse por assuntos de ciência e tecnologia por não entenderem do que se trata, constatou a pesquisa Percepção Pública da Ciência e Tecnologia, divulgada dia 25 de abril de 2007, pelo ministro da Ciência & Tecnologia, Sergio Rezende, e por Ildeu de Castro Moreira, coordenador do Departamento de Popularização e Difusão da C&T (DEPDI), da Secretaria de Ciência & Tecnologia para Inclusão Social do Ministério da Ciência e Tecnologia. A Comunicação Científica e o Jornalismo Científico têm promovido crescentes evoluções na relação ciência-divulgação, de modo a tornar a Ciência mais acessível ao público. Graça Caldas (2000) afirma que “a divulgação da ciência passa, necessariamente, pela perspectiva crítica da produção do conhecimento, papel do qual o jornalista científico não deve abrir mão”.

Sob essa premissa, a primeira barreira a ser derrubada é a da linguagem. A mediação do jornalista é imprescindível no tocante a ter conhecimento da linguagem científica para poder comunicá-la na linguagem de todos, sem que se perca a essência do fazer científico. Até mesmo porque existe um discurso científico sob a égide mística da intransponibilidade, na qual o jornalista deve se debruçar para poder se familiarizar, imprimir a sua seriedade e compromisso com a informação de qualidade, tornar-se de confiança do pesquisador e aproximar as linguagens. Para Melo (1994.p.10),

[...] o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais e ou ideológicos).

Nos dias de hoje, é fundamental voltar-se para os estudos da comunicação e informação científica porque, de acordo com Antonio Cascais (*apud* SOUZA *et all*, 2003), “a evolução tecnocientífica encontra-se entre os mais privilegiados temas da divulgação midiática. A sua presença é diária nos meios de comunicação”. Segundo LeCoadic (1996, p. 27) “(...)a informação é o sangue da ciência. Sem informação, a ciência não pode se desenvolver e viver. Sem informação, a pesquisa seria inútil e o conhecimento não existiria”; portanto, o papel que o Programa Conexão Ciência tem desempenhado junto à comunidade científica é o de exatamente privilegiar a divulgação de projetos de pesquisa que, assim, promovem a socialização da informação que, num *continuum*, contribui para o processo de construção do conhecimento que os centros de pesquisa universitários da Paraíba desenvolvem. Essa projeção imagética privilegia a visibilidade dos professores-pesquisadores e permite, então, que os projetos de pesquisa possam construir novas interlocuções, gerando novos conhecimentos. Conforme enfatiza Graça Targino (2000), “a comunicação científica é essencial para todos os pesquisadores”; sendo assim, a divulgação da ciência na Paraíba tem um programa televisivo que fornece aos cientistas a possibilidade de eles poderem compartilhar suas pesquisas porque, citando J. Ziman, Targino (p. 63) aponta que “a ciência é conhecimento público, disponível livremente para todos”.

CONSIDERAÇÕES SOBRE O PROGRAMA CONEXÃO CIÊNCIA

O desenvolvimento da produção da informação científica, que o Programa Conexão Ciência promoveu, objetivava um jornalismo que vai além das notícias do

cotidiano, pois este programa levava ao público a Ciência que se produz diariamente intramuros universitários, com uma linguagem em que se buscava não apenas noticiar as pesquisas científicas por meio da sua base teórica, mas aprofundá-las tanto quanto “traduzi-las”, introduzindo um diálogo apresentador-cientista que possibilite a conversa desembaraçada e informal. Desse modo, o grupo organizava o programa Conexão Ciência na perspectiva de permitir, através da mídia televisiva, o conhecimento público da ciência, bem como da produção científica local, com pesquisas que já tiveram repercussão nacional, como a apresentação do projeto do professor doutor Guido Lemos, o *Middleware FlexTv*, o Ginga, que potencializa a interatividade da recém-inaugurada TV Digital brasileira.

Por meio do conhecimento desenvolvido pela Ciência, as conseqüências teóricas e práticas aparecem na medida em que a descoberta teórica vai sendo divulgada. Na prática, a teoria pode comprovar a sua efetividade e a sua realidade. Mas, para se chegar a essa teoria, ou ao conhecimento científico, existe um percurso a ser trabalhado: a pesquisa, a reflexão e a criatividade para compreender, apanhar as realidades que não aparecem ao primeiro momento, à essência das coisas, assim chegando ao trajeto, à finalidade da teoria. Este trajeto possibilitou ao grupo expandir suas próprias potencialidades nas áreas de suas referidas habilitações na graduação, que são jornalismo e rádio e TV, haja vista poderem, efetivamente, escolher as atividades do dia-a-dia do Programa Conexão Ciência, a saber: produção, pauta, reportagem, direção, iluminação, som, *teleprompter-TP*, câmeras e edição. E aos alunos de pós-graduação em Educação, Informática e Ciência da Informação foi dada a

possibilidade de orientarem o grupo de estudos para as questões de fundamentação teórico-metodológica concernentes aos temas de estudo dos pesquisadores, bem como participarem do programa em si. O apresentador era jornalista, doutor em Educação, e a produtora era radialista, mestranda em Ciência da Informação.

O Programa foi idealizado pela pesquisadora Edna Brennand, do Centro de Educação, com o propósito exatamente de torna-se mais um espaço não apenas para a divulgação da produção científica, mas igualmente para questionamentos das comunidades acadêmicas e outros possíveis públicos em relação ao conhecimento posto em debate. A interdisciplinaridade está no cerne da concepção do Programa, haja vista ele fazer parte do Grupo de Estudos de Divulgação Científica (GEDIC) – www.cnpq.br/lattes, com a participação de professores e estudantes dos Cursos de Comunicação, Ciência da Informação, Educação, Informática e Física, por exemplo, sob a coordenação das professoras Edna Brennand e Olga Tavares, do Departamento de Comunicação, também diretora do Programa Conexão Ciência. Portanto, este foi um projeto que colocava todos os participantes não só como realizadores de um produto televisivo-científico semanal, mas também como produtores de um conhecimento científico sob a égide da pesquisa universitária.

O Programa Conexão Ciência era produzido pelo Laboratório de Desenvolvimento de Materiais Instrucionais-LDMI, integrado ao Pólo Multimídia-UFPB, e tinha uma equipe formada por estudantes das áreas de Comunicação Social, Ciência da Computação, Ciência da Informação e Educação, além de pesquisadores, professores e técnicos da Instituição. As primeiras gravações foram realizadas em 2004 e

serviram como um processo de adaptações e aperfeiçoamento do programa que foi ao ar em abril de 2005. As gravações, realizadas no estúdio do Departamento de Comunicação Social, aconteciam uma vez por semana, à tarde. O programa semanal tinha formato de entrevista, e era dividido em três blocos num total de 30 minutos, com intervalos. O Programa contabiliza 78 entrevistas científicas divulgadas nos três anos de sua existência.

144

Até o Programa ir ao ar, havia um percurso que se faz mister aqui mostrar, exatamente para enfatizar o papel que os estudantes têm na organização do produto televisivo-científico, bem como a aplicação das suas experiências em sala de aula e no grupo de estudo. Configura-se, ainda, como um modelo a servir de inspiração para novas propostas afins. A produção tem início com a escolha do assunto a ser divulgado. Faz-se, então, um levantamento da pesquisa e contata-se o pesquisador para saber do seu interesse na divulgação e da sua disponibilidade, quando confirma a participação. Neste caso, a pauta é feita, e ela requer maior investigação e entendimento da informação científica; portanto, o/a aluno/a responsável está cursando jornalismo ou rádio e TV e se interessa por divulgação científica e procura praticá-la nessa dinâmica da produção do Programa, estudando o assunto, fazendo uma revisão bibliográfica do pesquisador, lendo dissertações e/ou teses e/ou livros, para que a entrevista prévia com o pesquisador tenha subsídios suficientes para fazer um bom programa no dia marcado. Conforme Alves (*apud* SANTOS, 2006, p.19), “a revisão bibliográfica é um instrumento de indiscutível importância para o encaminhamento de uma pesquisa e para a produção de novos conhecimentos”. Depois desse

contato com o convidado, faz-se o *script*, que contém: organização da introdução, apresentação do docente, perguntas elaboradas e a conclusão do assunto abordado, que serão repassados ao entrevistador, atualmente um jornalista formado pela UFPB, mestre em Ciência da Informação e doutorando em Educação, para que ele se familiarize com o assunto e possa inserir outras questões que achar pertinentes. Este processo procura atender às indicações de Bonasio (2002, p.37), quando diz que:

A introdução atrai audiência, estabelece o assunto e o estilo do programa, o corpo do programa segura e aumenta o interesse do telespectador e o encerramento deve terminar como um senso de coisa completa para o público.

No dia da gravação, a equipe encontra-se reunida, cada um com sua função a desempenhar. Na *switcher*, encontram-se a diretora-professora, que coordena a equipe, o diretor técnico, os/as operador/as de áudio, de VT e da mesa de corte. Destaca-se a pré-edição realizada na gravação, que ajuda a edição final feita posteriormente no LDMI. No estúdio estão o cenário, as câmeras e o computador para o comando do *teleprompter*.

A perspectiva de socializar os saberes e promover a popularização da Ciência eram os objetivos principais do Programa Conexão Ciência, haja vista esse aprimoramento da técnica e da prática da área específica que cada membro da equipe se insere e que leva também à discussão dos conhecimentos que um profissional precisa para construir os subsídios sejam teóricos e/ou práticos dessa disseminação científica por meio da mídia televisiva. Destarte que os conteúdos do programa Conexão Ciência não eram apenas traduções dessas pesquisas científicas que levavam ao público a compreensibilidade da linguagem científica, mas que a programação

obtivesse sucesso por meio dos questionamentos, da opinião e da reflexão dos assuntos em pauta.

REFERÊNCIAS

146

AQUINO, Mirian de A. **O campo da ciência da informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2002. 264p.

BARBOSA FILHO et all (orgs.) **Mídias digitais**. São Paulo: Paulinas, 2005.368p.

BONASIO, Valter. **Televisão: manual de produção & direção**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.408p.

BRAGA, Gilda M. & CHRISTOVÃO, Heloísa T.(Coord.) **Socialização da Informação:desenvolvimento de metodologias para a sua efetivação. Estudo aplicado às áreas de Ciência da Informação e Saúde**. Projeto Integrado de Pesquisa. Rio de Janeiro:Pós-Graduação em Ciência da Informação; Convênio CNPq/IBICT- UFRJ/ECO, 1994.

CALDAS, Graça. **Mídia, ciência, tecnologia e sociedade**. São Paulo:Revista FAPESP Pesquisa, dez 2000, n. 60, p.8.

CARVALHO, Isabel C.L. e KANISKI, Ana L. **A sociedade do conhecimento e o acesso à informação: para quê e para quem?** Ci. Inf. vol.29 no.3 Brasília Sept./Dec. 2000. Disponível em: www.scielo.br Acesso em outubro de 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.617p.

COSTA, Flora I. M. **A nobre missão da divulgação científica**. www.zenite.nu/tema/ Acesso em dez de 2006.

FISHER, Rosa Maria B. **Televisão e educação**. 2a. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. 158p.

GUARESCHI, Pedrinho e BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005.213p.

HABERMAS, Jürgen. **Conhecimento e interesse**. Rio de Janeiro: Zahar Ed, 1982.367p.

HERNANDO, Manuel Calvo. **La divulgacion científica y los desafios del**

nuevo siglo. www.jornalismocientifico.com.br . Acesso em julho de 2006.

KOTSCHO, Ricardo. TV pública, espaço de pluralidade. In: CARMONA, Beth et all (orgs.). **O desafio da TV pública.** Rio de Janeiro: TVE Brasil, 2003.

LE COADIC, Y. **A Ciência da informação.** Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996. 119p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 1ª Ed. São Paulo: Editora 34, 1999. 264p.

_____. **A inteligência coletiva.** 2a ed. São Paulo: Loyola, 1999. 212p.

LIVRO VERDE. **Sociedade da Informação no Brasil.** Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

MAGALHÃES, Cláudio. **Manual para uma TV Universitária.** São Paulo: Autêntica, 2002. 64p.

MEADOWS, Artur Jack. **A comunicação científica.** Brasília, DF: Briquet de Lemos/ Livros, 1999. 268p.

MEDEIROS, W. e BRENNAND, Edna. (org.) **Diálogos com Jurgen Habermas.** João Pessoa: Editora Universitária, 2006. 255p.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992. 84p.

MORAES, Dênis de. **Planeta mídia – tendências da comunicação na era global.** Campo Grande: Letra Viva, 1994. 288p.

MELO, José Marques de Melo. **A opinião no jornalismo brasileiro.** Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 1994. 207p.

OLETO, Ronaldo R. **Percepção da qualidade da informação.** Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 1, p. 57-62, jan./abr. 2006. Disponível em: www.scielo.br Acesso em dezembro de 2007.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo científico.** São Paulo: Contexto, 2000. 89p.

OLIVEIRA, Érica e NORONHA, Daisy. **A comunicação científica e o meio digital.** periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/53/51 Acesso em dez 2006.

PEDREIRA, Ricardo. **Educomunicação é tendência.** ANJ, 6/6/2005. Disponível em: www.anj.org.br Acesso em janeiro de 2006.

PORCELLO, Flávio. **TV Universitária: limites e possibilidades.** Porto

Alegre: Edipucrs, 2002.146p.

RAMALHO, Alzimar "**Entre universidade e sociedade, há espaço para a televisão**". *Mídia & Política* nº 29, 1/4/2007. Disponível em: <http://www.midiaepolitica.unb.br/visualizar.php?id=257&autor=Alzimar%20Ramalho>. Acesso em setembro de 2007.

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação**. Reflexões e princípios. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.126p.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Ecossistemas comunicativos**. Disponível em: www.usp.br/nce Acesso em janeiro de 2006.

_____. Educomunicação: um campo de mediações. In: **Revista Comunicação & Educação** no. 19. São Paulo: Segmento/ECA/USP, ano 7, p. 12-24, set/dez, 2000.

_____. Metodologias da educação para a comunicação e gestão comunicativa no Brasil e na América Latina. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.) **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2000.184p.

SOARES, José. **Da informação ao conhecimento: o jornalismo científico da contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado/CE-UFRN. Disponível em: www.bocc.ubi.pt 2005.

SOARES, Suely Galli. **Educação e comunicação**. São Paulo: Cortez, 2006.157p.

SOUZA, Maria Carolina Santos de. **A tecnologia da informação enquanto construção social-histórica e seu significado na sociedade contemporânea**. Disponível em: <http://www.projetoeducar.com.br/informatica-educativa/relato3.htm> Acesso em janeiro de 2006.

SOUZA, Cidoval et all (org.) **A comunicação pública da ciência**. Taubaté/SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.195p.

TARGINO, M.G. **Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos**. *Informação & Sociedade*, v.10, n.2, 2000, pp.37-85.

VILAS BOAS, Sérgio (Org). **Formação e informação científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. 123p.

Arquivo Literário José Lins do Rego: lugar de memória e informação

Geane de Luna Souto, Janete Silva
Duarte e Sandra Santiago²¹

INTRODUÇÃO

Antes de o homem estabelecer uma sociedade gráfica, este passou por processos que foram desde os grafites, os desenhos nas cavernas até a descoberta da escrita propriamente dita. E isto foi um longuíssimo percurso na história do *homo sapiens*. Hoje, com o avanço tecnológico temos o hipertexto caracterizado como modelo de arquitetura textual na web que permite a comunicação entre os indivíduos. Da caverna ao mundo virtual o que importa é que sempre houve a necessidade de contar algo e de comunicar deixando, assim, um legado importante para a humanidade.

²¹ Mestrandas do PPGCI/UFPB

Na verdade, o fenômeno da comunicação, intrínseco ao homem, confere uma particularidade singular em relação aos outros seres. É um ser social, e como tal, procura interagir com os outros da mesma espécie.

150 Preti (2003, p. 11) afirma que: “desde que nascemos um mundo de signos lingüísticos nos cerca e suas inúmeras possibilidades comunicativas começam a tornar-se realidade”. A linguagem como consequência da evolução humana é um fato social, dinâmico e concreto.

São com o advento da escrita e a possibilidade de fixação da memória registrada em outros tipos de suportes que, ocorreu ao longo da história, a ruptura da memória oral, representada pelos chamados homens guardiões. Às vezes podia ser o mais velho, um sacerdote, enfim, alguém que tinha uma vasta experiência acumulada e podia repassar aos mais novos.

Com a escrita documentada podiam-se armazenar conhecimentos e/ou informações e, ao mesmo tempo, reexaminar, reordenar essas informações. Num primeiro momento o homem se serviu de tábuas de argila, papiros e pergaminhos, etc. É com a civilização da escrita que inicia a própria história. A vida cada vez mais complexa das cidades trouxe novos problemas de comunicação entre as pessoas. A fala e a memorização tornaram-se insuficientes para dar conta dos números, dos registros da vida cotidiana.

O grande impulso que irá balizar o século XV é a invenção da imprensa pelo alemão Johann Gutenberg. Consolida-se a partir daí um fluxo maior de informações.

É na Idade Média que, com a expansão das cidades, são constituídos os arquivos

urbanos, sob a responsabilidade das administrações locais, inaugurando a identificação dos arquivos como lugares de memória.

O surgimento das instituições arquivísticas, como hoje é conhecido, deu-se em 1789 com a criação do Arquivo Nacional da França. Com a Revolução Francesa seguem-se práticas como o culto aos mortos através de construções de cemitérios monumentais, calendários, datas comemorativas, etc. que tinham como fim lembrar ao povo francês o sentido da Revolução. Essas práticas tinham o intuito de manter vivo o espírito da época.

São criados em vários países, os locais necessários à construção e a guarda da memória coletiva. Assim, são fundados os arquivos nacionais e, além de tudo, são publicizados seus documentos.

No século XX o desenvolvimento da memória teve como o ápice a invenção dos computadores e, a partir destes, uma nova forma de memória: a eletrônica. É sempre bom lembrar que esta forma de memória como as várias outras desenvolvidas ao longo da história da humanidade não passa de um auxílio à memória indivíduo. Uma vez, que é uma memória artificial só funciona quando e seguindo na programação humana. Segundo Paes (1991, p. 19), “há dúvidas quanto à origem do termo arquivo. Alguns afirmam ter surgido na Grécia, com a denominação de *arché* atribuída ao palácio dos magistrados. Daí evoluiu para *archeion*, local de guarda e depósito dos documentos”. Vale ressaltar que os conceitos antigos destacavam o aspecto legal dos documentos, tendo relação com os direitos das instituições ou indivíduos.

Quanto à natureza dos documentos de arquivos segundo Paes (1991), são cha-

mados de especiais os de formas físicas diversas: fitas, fotos, CDS, discos, slides, disquetes, etc. e se diferenciam por ter um armazenamento e acondicionamento, controle e conservação também, especial. Já os arquivos especializados, têm sob a sua custódia os documentos resultantes da experiência humana num campo específico, independente da forma física que apresentem, como por exemplo: os arquivos médicos, arquivos de imprensa, arquivos literários, arquivos de engenharia, entre outros.

De acordo com o artigo 216, da Legislação Brasileira Federal, arquivo é definido da seguinte forma:

Consideram-se arquivos, para os fins desta Lei, os conjuntos de documentos produzidos e recebidos por órgãos públicos, instituições de caráter público e entidades privadas, em decorrência do exercício de atividades específicas, bem como por pessoa física, qualquer que seja o suporte da informação ou a natureza dos documentos (BRASIL. CONSTITUIÇÃO, 2006, p. 36).

É importante mencionar que, a evolução do conceito de arquivo tem se ampliado cada vez mais, adequando-se às necessidades da época.

O crescente volume documental advindo depois da II Guerra Mundial propiciou a geração de fases que são conhecidas como as três idades da fase documental.

Segundo Paes (1991), os **arquivos da primeira idade ou corrente** constituem documentos em curso ou consultados frequentemente. Os **arquivos de segunda idade ou intermediários** são os constituídos por documentos que deixaram de ser frequentemente consultados. Já os **arquivos de terceira idade ou permanentes** são constituídos por documentos que perderam o seu valor de natureza administrativa, que se conservam em razão do seu valor histórico ou documental.

De acordo com Bellotto (2006, p. 256), “arquivos literários não são documentos funcionais e administrativos no sentido que possuem os de gestão de uma casa comercial ou de um sindicato laboral”. São documentos que refletem a vida pessoal, intelectual, literária, política, artística, etc. de qualquer indivíduo e que apresente interesse para a pesquisa histórica.

O arquivo de José Lins do Rego é composto por um vasto acervo que vão desde os manuscritos das obras: *Pureza* do ano de 1937; *Meus Verdes Anos* em 1956 etc., fotos, correspondências passivas com políticos e escritores da época como: Graciliano Ramos, Gilberto Freyre, Arnon de Mello (avô de Collor de Mello), José Américo de Almeida, etc.; álbuns de recortes de jornais com referências a suas obras literárias como, por exemplo: *Pedra Bonita* do ano de 1938.

Não é preciso dizer o quão importante foi o autor de *Menino de Engenho* para o romance de 1930 no contexto da produção intelectual que vinha se firmando. Sob a orientação de Gilberto Freyre recém chegado da Europa, e do grupo regionalista do qual foi nome expressivo tentou colocar na sua obra temas tão caros a região nordeste na época como: a transição do engenho para a usina, a seca, o misticismo religioso, o cangaço, etc. Trata-se, portanto, de um arquivo pessoal que conforme Bellotto (2006, p. 266), “é um conjunto de papéis e material audiovisual ou iconográfico resultante da vida e da obra [...] de artistas, escritores, cientistas, etc”. Pessoas cujo patrimônio documental possa contribuir para novas pesquisas e outros olhares e que as informações materializadas nos diversos suportes possam ser revistas e disseminadas.

José Lins do Rego Cavalcanti nasceu em 3 de julho de 1901, na cidade de Pilar, na Paraíba. Desde criança já revelava seus dons para fazê-lo literário. Sua obra ressaltava o universo do mundo rural do Nordeste açucareiro, às senzalas e os negros rebanhos humanos que a escravidão foi formando, como também temática da seca e toda problemática envolvida na época.

154

A obra de José Lins do Rego caracteriza-se pelo extraordinário poder descritivo e memorialista. A linguagem de seu discurso narrativo é a do eito, da bagaceira, do nordestino, tornando-o um dos mais legítimos representantes da literatura regional nordestina.

O arquivo de José Lins do Rego é considerado de terceira idade que para Bellotto (2006), tem sentido patrimonial e testemunhal. Desta forma, é preciso preservar como patrimônio esses conjuntos orgânicos de informações e respectivos suportes, por motivos de transmissão cultural e visando a constituição/reconstituição incessante das formas de identidade de um grupo social.

LUGARES DE MEMÓRIA

È bem antigo o interesse do homem pela memória. È ancestral. Primeiro deu-se de forma oral, depois a sociedade foi ficando mais complexa e era impossível reter tantas informações. Ao falarmos em memória estamos nos adentrando em campos conceituais muito próximos como: cultura, identidade, patrimônio, história, etc.

Neste trabalho usaremos alguns conceitos sobre memória a partir de dos estudos

de Pollack (1992), Norra (1993) e Le Goff (1996).

O termo lugares de memória foi cunhado por Pierre Norra. Lugar, como afirma Norra (1993, p. 21), envolve três sentidos da palavra: material, simbólico e funcional.

Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica. Mesmo um lugar puramente funcional, como um manual de aula, um testamento, uma associação de antigos combatentes, só entra na categoria se for objeto de um ritual. Mesmo um minuto de silêncio, que parece o exemplo extremo de uma significação simbólica, é ao mesmo tempo o recorte material de uma unidade temporal e serve, periodicamente, para uma chamada concentrada da lembrança.

155

Norra (1993, p.13) apresenta “o conceito de lugares de memória como uma estratégia inventada, pelas sociedades contemporâneas, para o problema da perda de identidade dos grupos sociais e da ausência de rituais mnemônicos”. Além dos arquivos, as bibliotecas e os museus também são considerados lugares da memória socialmente instituídos e legitimados para a preservação dos materiais da memória nacional, chaves da memória coletiva dos povos.

O que Norra (1993) apresenta são práticas usuais nas sociedades e até vistas por muitos como necessários para a formação de nações, pela determinação de uma representação comum entre habitantes. Este processo de construção de lugares de memória relaciona-se com a formação dos lugares como construção, como um documento e que como fatos, também, não falam por si só. Necessitam de mediações, de explicações, de elos entre o passado e o presente. Lugares que passam a representar identidades instaurando vínculos entre determinados grupos sociais.

Continuando com o seu pensamento Norra (1993, p. 9) enfatiza que: “A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou cole-

tiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia.”

Pollack (1992) especifica como uma das características da memória, o elemento constituinte do sentido de identidade. Ora, ao falarmos de lembranças, falamos de coisas herdadas, falamos de grupos ao qual pertencemos, portanto, falamos de coisas às quais nos associamos e em torno das quais nos alocamos. Isso define, de maneira superficial, porém eficaz, um sentido de identidade, um sentido de continuidade e unidade. Algo faz com que passemos a nos sentir parte integrante de um determinado grupo social.

O estudioso francês Le Goff (1996, p. 457) afirma que com o aparecimento da imprensa inicia o processo de mudanças na memória.

Até o aparecimento da imprensa [...] dificilmente se distingue entre transmissão oral e a transmissão escrita. [...] Com o impresso [...] não só o leitor é colocado em presença de uma memória coletiva enorme, cuja matéria não é mais capaz de fixar integralmente, mas é frequentemente colocado em situação de explorar textos novos.

Com o surgimento da escrita, foram aparecendo novas formas de memorizações, que vieram para transformar a memória coletiva e as sociedades. Essa nova concepção sai da esfera biológica do homem memória, passando a formar instituição memória, demandando novas formas de organização e de uso.

O estudo da memória não é exclusivo da história, mas também de outros campos do conhecimento como: a antropologia, a psicologia, a biologia, a educação, sociologia entre outros. Ganha uma significação particular na história onde “o estudo da memória social é um dos meios fundamentais de abordar os problemas do tempo e

da história” (LE GOFF, 1996, p. 426).

Ainda na perspectiva de Le Goff (1996), a memória envolve elementos registrados nas inscrições grafadas desde a antiguidade vindo a formar os monumentos que retratam um fato específico. Assim, a memória é um monumento comemorativo de um acontecimento memorável.

A memória possibilita a conservação das experiências, levando-nos a reproduzir o passado à luz do presente. Por isso, dizemos que a ponte entre o presente e o passado é feita pela memória.

A temática memória tem assumido um papel relevante em fins do século passado e tomado conta de todos nós. Há uma preocupação com as instituições memórias e, em consequência, com o patrimônio histórico/cultural, onde foram criadas políticas públicas. Realizaram-se Congressos Internacionais, Nacionais e Regionais para se discutir o assunto e para poderem pensar/construir essas novas propostas, novas políticas. Assim, o termo Patrimônio Histórico assume uma dimensão jamais visto anteriormente.

A formação do Patrimônio Cultural no Brasil deu-se no século XVIII com o Conde Galveias, posteriormente com Mário de Andrade – precursor do Modernismo – e Aloísio de Magalhães que concebiam como Patrimônio Cultural algo além de bens móveis e imóveis

Conforme o Artigo 216 da Constituição Federal de 1988, “constituem Patrimônio Cultural Brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos

diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (BRASIL. CONSTITUIÇÃO, 2006, p. 35). Através desse novo olhar, é possível perceber uma ampliação do conceito, direcionado apenas para bens materiais e que se proponha ao simples tombamento. Essa nova concepção atinge práticas, lugares, festas, danças, artefatos, ou seja, tudo o que estiver ligado aos bens imateriais nos vários aspectos de vida social e cultural de um povo.

158

A memória é uma categoria inter-relacionada com a área do patrimônio cultural. Um bem cultural só se preserva pelo poder simbólico de representar para uma sociedade dando identidade aos seus membros.

E por que se mencionar tanto nesses últimos tempos reflexão acerca da memória, dos lugares de memória e do patrimônio cultural de uma sociedade? Se fala sobre memória é porque existe o esquecimento.

O homem moderno está profundamente marcado pela angústia de que perdeu o chão sob suas próprias pernas. Vivemos um tempo de incertezas e de quebra de paradigmas em todos os setores sociais que nos coloca diante de um novo tempo e ultrapassa da crise modelar a outra mais séria e profunda que é a crise societal.

Há na narrativa sobre a(s) memória(s), principalmente, a partir do século XX uma espécie de reação à nossa desintegração, enquanto seres com marcas identitárias. A UNESCO criou em 1992 o programa Memória do mundo, propondo esforços que se intensificassem visando à preservação e manutenção das diferentes instituições de memória e de seus acervos.

As construções identitárias como a família, a religião, os partidos foram ao longo

dos séculos sendo abalados. Em consequência constatamos uma forte crise ligada à perda de identidades. O que se tenta buscar nesses lugares de memória é uma maneira de dialogar com o passado. De acordo com Hall (1998), a identidade do sujeito moderno é deslocada, fragmentada e inacabada. Isso ocorreu devido a vários fatores tais como a globalização. Este fenômeno universal que tenta modelar cultura a partir da ótica de uma política segregacionista, autoritária e da exclusão de minorias sociais que interfere diretamente na conceitualização, como também, em práticas reais das identidades culturais. Ainda conforme Hall (1998, p. 12), “o fato de projetarmos a nós próprios nas identidades culturais, enquanto internalizamos seus significados e valores, tornando-os a parte de nós, contribui para vincular nossos sentimentos subjetivos aos lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultura”.

159

A preocupação com a identidade não é algo recente. A partir das quebras paradigmáticas com o advento do mundo moderno trouxe consigo a desconstrução dos modelos que serviam de âncora ao homem. A ciência que pretendia explicar tudo já não dava conta de tantas incertezas. Temos com a descontextualização da identidade na modernidade identidades híbridas e em constante processo de transformação, ou seja, identidades em curso.

INFORMAÇÃO

Não há um consenso quanto ao aspecto conceitual do termo informação, por ser um termo que transita por diversas áreas do conhecimento humano ou precisamos

sempre que estivermos usando situá-la no contexto que iremos trabalhar. Os termos lingüísticos ao longo do tempo também vão se adequando as realidades que irão representar. Eles são carregados de conteúdos e de sentido ideológico vivenciados por um dado grupo social. A informação é um fenômeno da linguagem. Ao trabalhar com essa categoria de pensamento estaremos fazendo interconexão com outras categorias como cultura e linguagem.

160

Segundo Azevedo Netto (2002, p. 4), “o conceito de informação há muito vem despertando uma série de discussões a respeito de sua delimitação, bem como as suas formas de uso, tanto no nível social, cotidiano, quanto ao nível analítico, dentro da ciência da informação”.

A informação é vista com um fenômeno explicitamente humano, ligado a uma estruturação sócio-cultural, socialmente disseminado a partir daquilo que é interpretado e constituído no indivíduo (AZEVEDO NETTO, 2002).

Para um melhor entendimento do constructo informação, torna-se relevante buscarmos na literatura a etimologia da palavra. Segundo Araújo (2001), Informação é uma palavra de origem latina, do verbo *informare*, que significa dar forma, colocar em forma, criar, representar, construir uma idéia ou uma noção. Nesse conceito está presente o processo de atribuir sentido a algo e ao mesmo tempo comunicar o sentido.

O termo informação foi sendo incorporado a partir do século passado, tanto na academia quanto na sociedade. O caráter amplo do termo nos impulsiona à necessidade de delimitar o contexto de sua aplicação.

Le Coadic (1994, p. 5) diz que “a informação é um conhecimento inscrito (gravado) sob a forma escrita (impressa ou numérica), oral ou audiovisual”. A informação comporta elemento de um sentido. É um significante transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal: impresso, sinal elétrico, onda sonora.

Há neste conceito uma vinculação com o termo conhecimento. Nós estamos no mundo com o outro por sermos seres gregários e necessitamos nos comunicar por várias razões. O ato de comunicar-se seja verbalmente ou através de signos não-verbais é o que caracteriza os indivíduos.

Por estarmos numa sociedade contemporânea tecnologicamente o seu traço imperativo é o informacional. E o significado do termo é, muitas vezes, determinado não só pelo seu aspecto semântico construído no passado, mas pelo futuro. A sua significação pode ser construída, ampliada, revista. A linguagem tem como característica fundamental ser dinâmica e traduzir valores culturais.

Na concepção de Silva et al. (1999), entende-se por informação, seja humano ou social, o conjunto estruturado de representações (símbolos, significantes) socialmente contextualizadas e possíveis de serem registradas em qualquer suporte material seja papel, filme, disco magnético, óptico, etc. e/ou comunicados em tempos e espaços diferentes.

Ao relacionarmos o conceito de informação ao fenômeno da memória, podemos entendê-lo como estímulos, impressões que integram o quadro geral das lembranças que compõem o acervo de experiências dos indivíduos. Nesse contexto:

A informação é um conjunto de elementos selecionados pelos indivíduos, dentre uma imensa variedade de itens existentes no mundo exterior. Como um embrião, a informação forma e contém (informação). A repetição dessas impressões [conservadas], ao longo do tempo, encarrega-se de transformar itens selecionados de informações em marcas, traços que constituem o que, convencionalmente, chamamos de memória. A memória então conserva as informações que vão sendo retidas num processo de seleção. [...] Nesse sentido, as informações retidas, que passaram pelo filtro individual (que é também social) são organizadas e recriadas no presente, dentro de um processo dinâmico (COSTA, 1997, p. 124).

162

Na reconstrução do passado, que se dá em instâncias do tempo presente, somos condicionados a utilizar mecanismos (documentos, arquivos, monumentos etc.) que darão suporte à memória individual ou coletiva de um grupo social.

Considerando o Arquivo Literário como lugares de memória e informação, Bellotto (2006, p. 276) nos relata:

A memória é um conjunto de informações e/ou documentos, orgânicos ou não. A memória é referenciadora, e não recolhedora ou armazenadora. Os documentos existem nos seus lugares, sem que se tente reuni-los materialmente. Basta que a informação esteja captada, o objeto identificado, localizado e disponível para o pesquisador.

Os arquivos enquanto lugares de memória e informação passam a ser um tema relevante e bastante valorizado pelo fato de vivermos na chamada Sociedade da Informação e por vivermos atualmente no mundo onde a informação tornou-se um bem de valor.

A informação está na base do mundo atual, o acesso rápido e preciso constitui passo importante para o desenvolvimento integrado à consolidação da democracia. A sociedade contemporânea é a sociedade da informação.

CONCLUSÃO

O acervo literário de José Lins do Rego é um patrimônio cultural que reúne uma vasta documentação, incluindo manuscritos de obras literárias, correspondências passivas e recortes de jornais sobre a publicação de suas obras. Sua produção literária teve grande visibilidade no contexto nacional e internacional. Através do seu estilo literário consolidou-se o romance regionalista de 1930 por trazer inovações no campo da literatura nos aspectos lingüísticos e temáticos.

É indiscutível o valor das informações materializadas no acervo José Lins do Rego, haja vista a dimensão de sua contribuição cultural para a literatura brasileira, e para nós pesquisadores que transitamos por discursos que valorizam as identidades regionais e, além disso, nos remete a um tempo histórico vivido, dando-nos sentimentos de pertencimento.

Os lugares de memória como os arquivos, não podem ser vistos como espaços empoeirados, mas como lugares que possibilitem o acesso à pesquisa e a quem dele necessitar, promovendo assim, a cidadania. É na perspectiva de ser fonte de informação, que o arquivo deixa de ser algo relegado ao esquecimento, para articular-se como espaço oportuno para vários diálogos através dos diferentes tipos de memórias.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. A. **A construção social da informação**: dinâmicas e contextos. DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação, [S.l.], v. 2, n. 5, out. 2001. Disponível em: <http://datagramazero.org.br/outo1/Art_03.htm>. Acesso em: 28 nov. 2008.

AZEVEDO NETTO, C. X. **Signo, sinal, informação**: as relações de cons-

trução e transferência de significados. *Informação & Sociedade: estudos*. João Pessoa, v. 12, n. 2, p. 1-13, jan./jun. 2002.

BARRETO, A. Valor agregado: aspectos conceituais. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL VALOR AGREGADO À INFORMAÇÃO, 1995, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: SENAI/CNI/CIET, 1995.

BELLOTTO, H. L. **Arquivos permanentes**: tratamento documental. 4. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: texto promulgado em 5 de outubro de 1988: atualizada até a Emenda Constitucional nº 27, de 21-03-2000. Brasília, DF: Senado Federal, 2006. 47 p. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/>>. Acesso em: 28 nov. 2008.

BRASIL. **Lei n.º 8.159, 8 de janeiro de 1991**. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8159.htm>. Acesso em: 30 out. 2008.

BRITO, D M. A informação arquivística na arquivologia pós-custodial. **Arquivística.net**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 31- 50 jan./jun. 2005. Disponível em: <www.arquivistica.net/ojs/include/getdoc.php?id=50&article=12&mode=pdf>. Acesso em: 30 out. 2008.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento**: de Gutemberg a Diderot. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHOAY, F. **A Alegoria do patrimônio**. São Paulo: UNESP, 2006.

COSTA, I. T. M. **Memória institucional**: a construção conceitual numa abordagem teórico-metodológica. 1997. 161 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

FONSECA, M. O. **Direito à informação**: acesso aos arquivos públicos municipais. 1996. 163 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, 1996.

_____. Informação, arquivos e instituições arquivísticas. **Arquivo & Administração**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 33-44, jan./jun. 1998.

GALINDO, M. **Documentação, informação & história do Brasil nos países baixos**. Recife: CEPE, 2005. v. 1.

_____. **Tragédia da memória.** Massangana, Recife, v. 2, n. 1, p. 57-62, 2005.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação.** 2. ed. Brasília, DF: Brinquet Lemos, 2004.

LE GOFF, J. **História e memória.** Tradução de Bernardo Leitão et. al. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 1996.

LOPES, A. M. N.; LEAL, M. L. M. S.; COELHO, C. U. F. **Técnicas de arquivo e protocolo.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.

NORRA, P. **Entre memória e história: a problemática dos lugares.** São Paulo, 1993.

OLIVEIRA, A. F. B. **Memória, história e patrimônio histórico: (políticas públicas e a preservação do patrimônio histórico).** 2002. 150 p. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2002.

OLIVEIRA, E. B.; RODRIGUES, G. M. **As concepções de memória na Ciência da Informação no Brasil: estudo preliminar sobre a ocorrência do tema na produção científica.** In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2008.

PAES, M. L. **Arquivo: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

POLLAK, M. **Memória, esquecimento, silêncio.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fg.br/revista/arq/43.pdf>>. Acesso em: 3 nov. 2008.

_____. **Memória e identidade social.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-211, 1992. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fg.br/revista/arq/104.pdf>>.

Acesso em: 3 nov. 2008.m:

PRETI, D. **Sociolinguística os níveis da fala: um estudo sociolinguístico do diálogo na literatura brasileira.** São Paulo: Edusp, 2003.

SILVA, A. M. et al. **Arquivística**: teoria e prática de uma ciência da informação. Porto: Afrontamento, 1999.

VIEIRA, S. B. **Técnicas de arquivo e controle de documentos**. Rio de Janeiro: Temas e idéias, 2001.

Jornalismo Ambiental e Humor nas Charges do Jornal Correio da Paraíba

Haryson Alves de Souza²² e Lucy Regina Farias de Melo Miranda Costa²³

INTRODUÇÃO

Este trabalho é o resultado de uma das pesquisas realizadas pelo Grupo de Estudos de Divulgação Científica (GEDIC). A linha deste estudo está situada no campo da comunicação científica e ambiental, tendo como finalidade a investigação e análise do conteúdo referente às charges, modalidade do gênero opinativo do jornalismo, veiculadas durante o ano de 2007, no jornal impresso Correio da Paraíba.

As questões relacionadas ao meio ambiente, tais quais mudanças climáticas, aque-

²² Aluno de Jornalismo do Decom/UFPB.

²³ Mestranda do PPGC/UFPB.

cimento global e poluição, são temáticas bastante abordadas pela mídia atualmente. Percebe-se que esses temas têm sido constantemente pautados pelos meios de comunicação, mas, nem sempre, os mesmos vêm veiculando mensagens adequadas sobre o assunto. Na maioria dos casos pode-se verificar a predominância da superficialidade na forma de abordagem pela imprensa, como também certa redundância nos conteúdos pautados. Com relação a esse tipo de prática, o jornalista Roberto Villar Belmonte, no artigo *Cidades em Mutação* (*apud* BOAS, 2004, p. 15), cita:

O meio ambiente é pauta, mas em geral ocupa os espaços periféricos e recebe uma abordagem exótica. As reportagens quase sempre são fruto do interesse e da curiosidade do próprio jornalista. Dificilmente resultam de uma decisão das chefias, pois o status editorial ainda não é proporcional ao tamanho da crise ecológica planetária. Talvez pela complexidade dos assuntos e pela ainda incipiente presença do jornalismo ambiental nas faculdades de comunicação social.

A pesquisa trata de como, inseridas na linha editorial do meio comunicativo, as formas de divulgação científica e ambiental são empregadas nas Charges, onde nesta há uma relação com o humor. Detectar as ocorrências e o tratamento dado a essas temáticas se caracteriza em uma forma relevante de averiguar como se dá a práxis do jornalismo científico dentro do referido periódico paraibano, pois o jornal *Correio da Paraíba* é atualmente líder de mercado neste segmento no Estado da Paraíba. Foi criado em 05 de agosto de 1953 pelo empresário Francisco Teotônio Neto, circula em todo o estado da Paraíba e, hoje, detém a maior carteira de assinantes.

A proposta do jornalismo científico é de trazer para o público em geral informações acerca dos acontecimentos do meio científico, tais como esses estudos sobre o meio ambiente. É importante que ao disseminar essas informações o jornalista este-

ja contribuindo socialmente para as discussões acerca desta problemática. Levando em consideração a responsabilidade da imprensa com a informação, não apenas observou-se a quantidade de publicações no jornal Correio da Paraíba, mas também a forma como o meio tratou o assunto no que se refere à área da divulgação científica. O jornalismo científico se encarrega de tornar menos árida para a população a informação, as notícias que dizem respeito à ciência ou aos estudos e divulgações ambientais. Torna-se imprescindível o papel da imprensa em informar e educar sobre esses temas, os quais são de interesse público.

Dentro da legislação brasileira, a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, reforça a relação entre o jornalismo e a educação ambiental. Institui a Política Nacional de Educação Ambiental, definindo como um dos objetivos da educação ambiental a garantia da democratização das informações ambientais (artigo 5º, inciso II).

Através do jornalismo ambiental, há a popularização do conhecimento científico, oferecendo possibilidades de sua apropriação pela sociedade, além de funcionar como instrumento de educação para a ciência.

CHARGES

O jornalismo é caracterizado pela dinâmica da rapidez e da atualidade. A partir das estruturas socioculturais de cada veículo são determinadas suas peculiaridades. Para Todorov (1980 *apud* MELO, 1994, p. 37), essas peculiaridades envolveriam forma/ conteúdo/temática; as relações entre emissor/receptor; e político-econômicas entre instituição jornalística/Estado/corporações mercantis/movimentos sociais.

Essas peculiaridades deram origem à delimitação dos gêneros jornalísticos.

Dentro das ferramentas utilizadas pelos jornais está a charge, que funciona como produtora de efeitos comunicativos no público, não se limitando apenas ao texto, mas às recorrências imagéticas. Isso proporciona uma maior influência porque o alcance é projetado a um público maior que o dedicado apenas à leitura do código escrito.

170

Para José Marques de Melo, a charge é uma das modalidades ou espécies da caricatura. Por isso, ambas possuem uma íntima relação da qual se destaca:

Sua variedade humorística advém do real, da apreensão de facetas ou instantes que traduzem o ritmo de vida da sociedade, que flagram as expressões mais hilariantes do cotidiano. Sua intenção é representar o real criticando-o. A caricatura reproduz a imagem isolada dos personagens vivos da cena noticiosa. A charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento. Ambas as espécies só adquirem sentido no espaço jornalístico, porque se nutrem dos símbolos e valores que fluem permanentemente e estão sintonizados com o comportamento coletivo. (MELO, 1985, p.124)

Segundo o dicionário de comunicação de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa (1978), a charge usa quase sempre os elementos da caricatura para a crítica humorística imediata de um fato ou acontecimento específico. Há uma complementariedade entre a charge e a caricatura, contudo existem diferenciações.

Desta forma, a caricatura diferencia-se por ser a representação da fisionomia humana com características grosseiras. O autor realiza uma caricatura sempre que sua intenção principal for representar qualquer figura de maneira não convencional.

A charge, além de entreter e fazer rir, possui outras funções como o incentivo à reflexão. Através do humor, crítica ou ironia, capta a atenção do leitor, levando-o à compreensão dos fatos e interpretar os acontecimentos cotidianos. No meio jorna-

lístico, a charge funciona como um modalizador da leitura que o receptor fará do veículo.

Por esta ter como característica a capacidade de funcionar como um condensador de idéias e de formas, a charge leva o leitor a ser capaz de explicar os acontecimentos que os meios lhe apresentam fragmentados. Atua como um tradutor, dirigindo a leitura.

Devido à relação de semelhança e derivação que a charge possui com a caricatura, torna-se imprescindível ao falar de uma, ter que recorrer à outra.

O que garantiu a inserção da caricatura na imprensa foi, principalmente, o avanço tecnológico de reprodução gráfica e a popularização do jornal como meio de comunicação. Em 1830, o jornal francês *La Caricature* publicava as imagens desenhadas como complemento aos textos verbais.

No fim do século XVIII, nos Estados Unidos, uma “guerra” foi travada pela conquista do público leitor entre Hearst e Pulitzer. Nesse tópico da história do jornalismo norte-americano estavam inseridos a caricatura e suas formas conexas, como a charge. No Brasil, os pioneiros a lidar com essas possibilidades de satirização, crítica ou até ridicularização dos acontecimentos ou fatos foram Herman Lima e o poeta Gregório de Matos. No jornalismo, o Padre Lopes Gama, que editou em Pernambuco o jornal *O Carapuceiro*.

Em 1860, a revista *Semana Ilustrada* foi fundada por Henrique Fleiuss. Surgiam os personagens *Dr. Semana e Moleque*. Em 1869, Angelo Agostine, em a *Vida Fluminense*, cria *As Aventuras de Nhô-quim* e, em 1883, nas *Revista Ilustrada*, *Dom Quixote*.

te e o Malho, as Aventuras de Zé Caipora. (TEIXEIRA, 2001, p.5).

A proliferação das revistas ilustradas se deu no século XIX onde as novas técnicas para impressão e reprodução aumentaram as tiragens e possibilitaram o crescimento do público leitor. Através do humor das charges e caricaturas já se podia manter uma idéia de como os meios impressos se comportavam frente ao que poderia estar acontecendo.

172

Através das charges podemos notar, por exemplo, que estas revistas faziam oposição à candidatura de Nilo Peçanha para a Presidência da República; ou que elas estavam preocupadas com o atraso nas obras da Exposição 1902; ou que reclamavam contra a carestia etc. Enfim, uma única caricatura ou charge muitas vezes dizia muito mais que um editorial bem escrito.(VELLOSO, 2003, p.67)

MEIO AMBIENTE E HUMOR

Não se trata apenas de falar de jornalismo científico ou ambiental, pois são imprescindíveis para o desenvolvimento de um país os assuntos relacionados à ciência e tecnologia (C&T). O que se torna mais importante é democratizar o acesso a informações científicas na sociedade brasileira. Para isso, são evidentes várias formas e técnicas que estimulam a inserção do interesse populacional por essas temáticas. A charge, dentro desta perspectiva, funciona claramente como uma delas.

Enquadrar as temáticas ambientais com pauta na produção das charges eleva ainda mais o nível de divulgação e orientação sobre o assunto tratado. Os temas abordados pelo jornalismo científico ambiental têm correlações com todas as áreas do saber. A charge favorece o diálogo com esses outros campos do conhecimento e

se torna peça-chave na compreensão por parte do leitor.

A problemática ambiental, muitas vezes, possui pautas que merecem um destaque maior devido à gravidade de problemas pelos quais o planeta está passando. Por também possuir um caráter reflexivo, informativo e interpretativo, a charge facilita a legibilidade, em especial numa cultura visual como a nossa. Desta forma, observa-se a ponte que o humor pode ter com a temática do meio ambiente. E não apenas por isso, mas também pelo diferenciamento entre a linguagem científica e a jornalística. Esta prima pela objetividade, concisão e construções simples. Aquela é cheia de jargões e construções técnicas. Ao tratar dos temas científico ambientais, o chargista, assim como jornalista, deve modalizar a linguagem técnica para trazer ao público a informação que interprete o conhecimento da realidade. No caso do chargista, essa modalização se dá, em maior parte, na linguagem visual. A prática do humor através da charge funciona justamente como uma dessas formas de modalização do discurso.

Através da charge, a mídia possui mais uma alternativa, dentro do jornalismo ambiental, para cumprir com suas funções, como a de popularizar as transformações sofridas pelo globo. A imprensa ainda não despertou para a prática desse tipo de jornalismo, mesmo com o aumento tímido do público interessado nesses assuntos, política, economia, cultura, esporte, como tantos outros, ganham mais destaque. O humor, mais uma vez, funciona como forma de atrair criativamente um público leitor sobre meio ambiente.

Um fator muito partilhado entre as formas de humor crítico e a temática am-

biental é que ambas abrem espaço para se falar de aspectos sociais e culturais do cotidiano. Por focar os traços da realidade, a charge se atrela ao papel da imprensa, o de forma a opinião pública, fiscalizando e cobrando atitudes das várias formas de poder. Assim, os temas ambientais ganham suas exatas proporções, descrições através de imagens e textos, e se tornam um instrumento eficaz de persuasão. Através das charges pode-se estigmatizar ou até humanizar determinados personagens ou temas relacionados ao meio ambiente.

Através do humor, observa-se a relevância da imprensa na participação ativa da formação ambiental do cidadão, não por tratar apenas de temas sobre as calamidades, mas, sobretudo, do cotidiano.

O DISCURSO JORNALÍSTICO AMBIENTAL

Quanto ao suporte teórico-metodológico, utilizaremos a análise de discurso, tendo como embasamento conceitual as teorias da comunicação e do jornalismo, com o enfoque para a área de divulgação científica dentro do contexto jornalístico.

Entendemos que o discurso é “o ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos lingüísticos” (BRANDÃO, 1994, p.12).

Definir os discursos como práticas sociais implica que a linguagem verbal e outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio-histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais. Têm assim papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem numa sociedade... (PINTO, 1999, p. 24)

Sendo assim, para compreendermos os discursos não podemos dissociá-lo do

contexto social onde o mesmo está inserido. Também não se pode resumir o conceito de discurso a um conjunto de textos produzidos por sujeitos sociais, pois, como já vimos, o discurso possui uma carga subjetiva e ideológica a ser levada em consideração.

O discurso é o espaço em que saber e poder se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. Esse discurso, que passa por verdadeiro, que veicula o saber (o saber institucional), é gerador de poder (BRANDÃO, 1994, p.31).

175

O discurso como gerador de poder tem um papel social importante dentro da sociedade, é nesse item que conseguimos visualizar a contribuição de Michel Pêcheux, que verifica que a produção do sentido discursivo vai depender do contexto, da condição de produção, além do papel social ocupado pelo protagonista do discurso. A língua é um elemento necessário para a construção discursiva, mas ela por si só não consegue determinar essa formação.

O sistema da língua é o mesmo para o materialista e para o idealista, para o revolucionário e para o reacionário, para o que dispõe de um conhecimento e para o que não dispõe. Isso não resulta que eles terão o mesmo discurso: a língua aparece como a base comum de processos discursivos diferenciados (PÊCHEUX apud BRANDÃO, 1994, p.35)

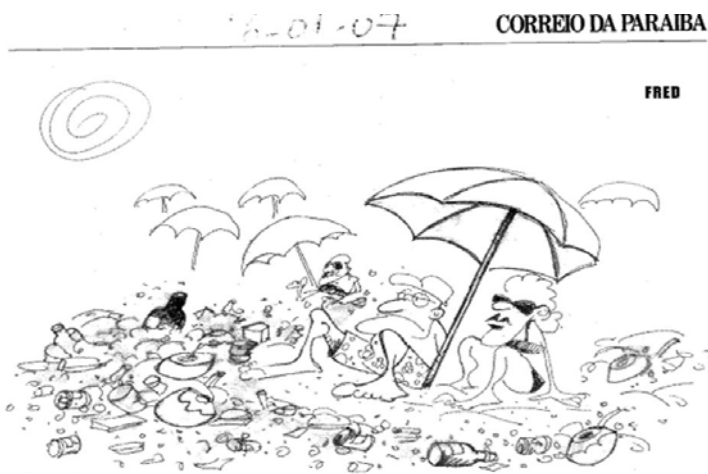
A análise de discurso propõe-se a analisar os discursos e seu conteúdo, sem dissociá-lo do contexto social. Para Gill (2002) “a análise de discurso é uma interpretação, fundamentada em uma argumentação detalhada e uma atenção cuidadosa ao material que está sendo estudado”. A autora ainda faz uma observação sobre os analistas de discurso, que, segundo ela devem atentar não só aos aspectos explícitos no discurso, mas, sim, deve-se atentar ao “não dito”. Em outras palavras temos que:

O analista de discursos é uma espécie de detetive sociocultural. Sua prática é primordialmente a de procurar e interpretar vestígios que permitem a contextualização em três níveis: o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural mais amplo, no interior dos quais se deu o evento comunicacional (PINTO, 1999, p. 22).

ANÁLISE - CATEGORIA:OPINIÃO/MODALIDADE:CHARGES/2007

176

Data	Título	Página
16/01/2007	Lixo na praia	A6



A charge apresentada nesse dia traz uma temática bastante recorrente, principalmente nesse período de verão, ou seja, a temática do lixo na praia. Sabe-se que, no verão, em especial na região Nordeste, o principal atrativo é justamente a beleza das praias; em contraponto a isso, sabe-se que o acúmulo de lixo na areia das praias, bem como nas águas do mar, vem crescendo cada vez mais.

Uma característica a ser observada nessa charge é que parece como se o lixo já fizesse parte do cenário natural da praia. Nota-se que, de certo modo, as pessoas representadas na figura não mostram sensação de incômodo ou de revolta por conta da sujeira.

Leve-se em conta também que a poluição da praia é decorrente da falta de consciência dos que as freqüentam, então esta charge leva a uma reflexão a respeito do uso da praia pelos próprios banhistas. O discurso produzido pela charge é o que mostra, implícita, mas também objetivamente, a falta de educação ambiental dos usuários das praias, bem como sua indiferença ao lixo que os circunda. A charge vem, ainda, na época de verão, dar um alerta à situação em que se encontram as praias e mostrar a necessidade da conscientização a respeito de um turismo sustentável; de um bom convívio homem-natureza etc.

177

DATA	TÍTULO	PÁGINA
04/02/2007	Preserve o verde	A6



Data	Título	Página
20/03/2007	MST Destrói plantação de Eucaliptos	A6

Essa charge é bastante reflexiva e subjetiva, fazendo uma crítica às campanhas ambientais cujo mote é a preservação do verde. Sabemos que as reservas florestais têm diminuído consideravelmente, mas tudo isso não aconteceu de um dia para o outro, é um processo contínuo de anos. Desse modo, cabe refletir o mau uso dos recursos naturais e ainda levantar a questão do desmatamento. Na figura, o personagem aparece observando a paisagem e “procurando” ver o verde que ele está lutando para ser preservado. Então, pela análise da charge apresentada, percebemos que o autor da charge trabalha ironicamente a questão: como lutar para preservar algo que praticamente não existe mais?



Aqui observa-se junto à problemática ambiental do desmatamento que o tema reforma agrária não está explícito no sentido de veicular a idéia da aquisição e divisão de terras no país. Adota claramente uma perspectiva que vai de encontro a um

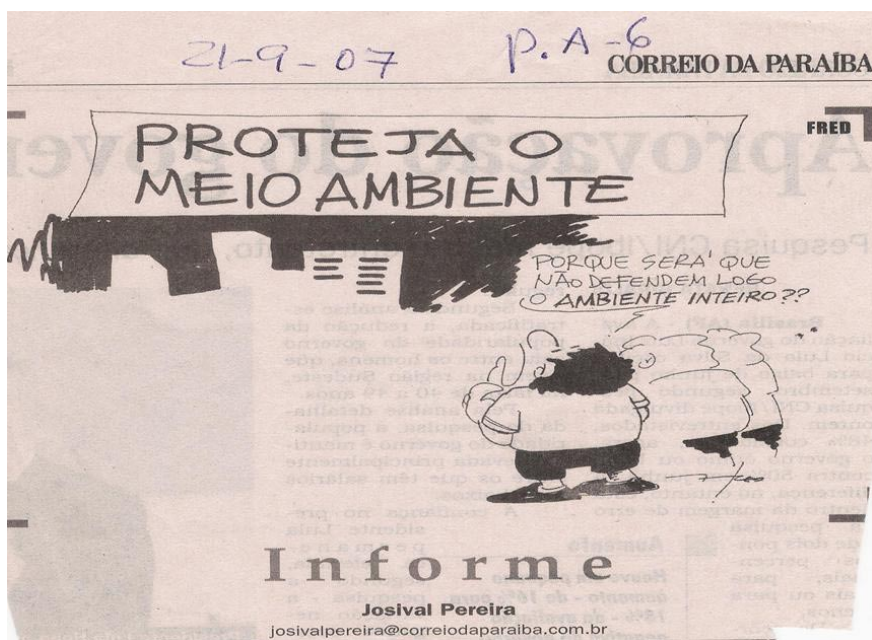
dos maiores movimentos pela partilha de terras no Brasil, o Movimento dos Sem Terra (MST). Ao associar a ocupação desordenada de terras praticadas pelo MST à destruição de áreas florestais, empregam uma imagem totalmente pejorativa de tal movimento. É importante perceber que nem todas as invasões realizadas pelo MST proporcionam perdas ambientais, assim como prega a charge.

Dentro da expressão “Plantar Discórdia”, encontra-se uma pluralidade de sentidos que fazem referências aos textos verbal e visual: O MST destrói plantações e “germina a semente da confusão” as imagens das árvores cortadas contrasta com o “Plantar discórdia”, além de reforçar a suposta atitude do MST, de derrubar as árvores. Esses símbolos são munidos de valores para influenciar o comportamento coletivo a respeito do que se é dito ou visto da charge.

O leitor sente a impressão de que o MST busca terra para outros fins, menos o de cultivar, o humor está na irônica produção de sentido vista em “Destruir plantação” e “Plantar discórdia”. Geralmente, esse tipo de charge remete a alguma notícia de repercussão na mídia ou de destaque no próprio meio impresso. Adota uma abordagem de que o homem é o próprio praticante das agressões sofridas pelo meio ambiente. Encara o desmatamento como algo prejudicial e insere elementos da vida real, como o MST e o desmatamento, para trazer a opinião do jornal sobre o assunto abordado. Possui um título que explica uma situação e uma fala entre os personagens. Esta estabelece o humor e ironia com a situação visual e a do título.

DATA	TÍTULO	PÁGINA
21/09/2007	Proteja o meio ambiente	A6

180



O meio ambiente é colocado como receptor de prejuízos e é explícita a necessidade de proteção ao todo. O fator ambiental é visto de forma geral, destacando-se nenhuma particularidade, como a poluição dos rios e a preservação da fauna ou flora.

A frase estampada no cartaz “Proteja o meio ambiente” remete às organizações em defesa do mesmo, às iniciativas, privadas ou não, ao voluntariado, enfim, a todos que participam e se envolvem em práticas de proteção ao meio ambiente. Contudo, o humor está presente no erro de entendimento do que está escrito no cartaz pelo personagem. Para ele, proteger o meio ambiente não é proteger o mesmo como um todo, mas somente em parte. O personagem critica o cartaz, afirmando que todos

deveriam defender o meio ambiente inteiro. “Meio”, que é substantivo, é entendido pelo personagem como adjetivo. Desta forma, ao ler a expressão “Ambiente inteiro”, o leitor é induzido a entender a frase “Proteja o meio ambiente” assim como o personagem o fez, dando um crédito de confiança à linha de raciocínio do mesmo para que haja o humor.

Através da indignação do personagem também se pode inferir que atualmente existe um certo interesse da população pela luta ambiental. No entanto, não há ação, as pessoas não dão exemplos de cuidados com o meio ambiente na prática. Outro aspecto inferido é que os movimentos ambientais estão divididos por segmentos, a exemplo dos movimentos de defesa dos animais, das matas etc. Segundo o personagem, todas essas iniciativas deveriam se unir para preservar o meio ambiente como um todo.

181

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objeto de estudo se mostrou limitadíssimo. Durante o período de análise, nove meses, obteve-se apenas quatro charges. Isso implica dizer que a periodicidade de publicação dessas formas opinativas direcionadas ao meio ambiente é muito baixa, não chegando a uma por mês.

A temática do desmatamento sempre foi uma temática mais recorrente em tempos passados e continua sendo vista na atualidade nos diferentes meios midiáticos. Apesar de o planeta sofrer com novas intempéries ambientais, ainda assim 50% das charges recorreram ao desmatamento.

Em todas, o homem foi empregado como parte integrante e atuante da problemática ambiental. A figura humana sempre é tida como causadora dos impactos ambientais, reforçando uma idéia explícita: da natureza sofrendo as conseqüências da ação do homem.

182

As charges utilizaram também as imagens da paisagem natural, as quais estão presentes em três das quatro analisadas, seja na imagem do lixo na praia ou de árvores derrubadas. Um fator extremamente importante foi o fato de que todas as charges chamam atenção para a problemática ambiental adotada.

No que se refere ao discurso empregado, observam-se duas formas. O visual e o verbal. O texto verbal foi usado em três das quatro charges onde também houve a utilização de títulos. Estes, na maioria das vezes, explicam uma situação a qual será humoristicamente desenvolvida na charge. A utilização de textos inseridos com imagens foi observada em 75% das charges. O material se apresenta como de fácil entendimento e compreensão. O leitor não precisa despender um enorme esforço cognitivo para entender a idéia central das charges.

Outro fator interessante é o de que durante mês de Junho, o qual é dedicado ao meio ambiente, não se obteve nenhuma publicação referente a essa temática. Além disso, não se observa a focalização das problemáticas tratadas na esfera do regionalismo. Não se focam os problemas da Paraíba ou de João Pessoa.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 3 ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1994.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. 7 reimpressão. São Paulo: Atlas, 2006.

KRIEGHBAUM, Hillier. **A ciência e os meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Edições Correo da Manhã, 1970.

LAGE, Nelson. **Linguagem jornalística**. 7 ed. 4 impressão. São Paulo: Ática, 2002.

MELO, Jose Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 7 ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

RABAÇA, Calos Alberto e BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro, Codercrì, 1978.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso: Representação humorística na história brasileira-da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio**. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.

TEIXEIRA, Luiz Guilherme Sodré. **O traço como texto: A história da charge no Rio de Janeiro de 1860 a 1930**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2001.

VELLOSO, Mônica Pimenta. **As tradições populares na Belle Époque carioca**. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1988.

VELLOSO, Mônica Pimenta. **Os intelectuais e a política cultura do Estado Novo**. Rio de Janeiro: CPDOL, 1987.

VELLOSO, Mônica Pimenta. **Um olhar bem-humorado sobre o Rio nos anos 20**. Secretaria Especial de Comunicação Social. Cadernos da Comunicação, Série Estudos, volume 5, 2003.

VILLAS BOAS, Sérgio. **Formação & informação científica: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004.

Mídia e Universidade: Caminhos Radiofônicos para a Conscientização Ambiental

Kalinne de Silveira Arcoverde, Karla Rossana
F.R. Noronha e Sara Luísa de Oliveira²⁴

MEIO AMBIENTE E MÍDIA: UMA VISÃO INICIAL

Diante das mudanças ambientais ocorridas atualmente, sentimos a necessidade de incentivar a conscientização e preservação do ecossistema. O ser humano passa por fases de evolução a cada instante, onde visa apenas o conforto de si mesmo, um individualismo nato que muitas vezes tende a prejudicar o ambiente; todavia, o mesmo não percebe como este desenvolvimento não-sustentável vem a prejudicar o

²⁴ Alunas de Rádio e TV do Decom/UEPB.

planeta, considerando sua relação com o meio que sofre modificações drásticas.

Uma simples tampa de garrafa a um chip de computador jogado no chão provocam um desequilíbrio no solo, no ar e, conseqüentemente, na vida das pessoas. Percebe-se, então, a importância de levar o conhecimento a todos desta realidade em questão e oferecer subsídios de melhoramento das condições de vida na Terra para assegurar a sobrevivência dos seres vivos.

186

A disseminação da informação sobre como cuidar do meio em que vivemos é abrangente, podendo envolver trabalhos de conscientização em escolas, universidades e a todos aqueles que têm vontade em melhorar a qualidade de vida da população, independente de classe social ou etnia.

É fundamental que as pessoas aprendam desde cedo, em casa e na escola, a importância do processo educativo sobre a preservação do meio o qual estão inseridas, seja na valorização de uma árvore ou de uma flor para a manutenção da vida como nos cuidados básicos junto às ações humanas adequadas para um cotidiano mais saudável. Tomemos como base o paradigma da utilização da comunicação, no caso a mídia audiovisual com seu poder de integração, que vem desencadear e agilizar o recebimento da informação por parte da sociedade. Assim sendo, este artigo especifica os termos e ações realizadas no projeto em destaque, partindo de uma conscientização e finalizando com a execução de projetos ambientais, podendo obter uma excelente resultado da preservação do ambiente nos campi universitários.

EDUCOMUNICAÇÃO AMBIENTAL: UMA CIÊNCIA DO COTIDIANO ATUAL

De acordo com a resolução CONAMA 306:2002: “Meio ambiente é o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química, biológica, social, cultural e urbanística, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

No ISO 14001:2004, tem-se a definição de que o meio ambiente é a circunvizinhança, é uma organização que opera incluindo-se ar, água, solo, recursos naturais, flora, fauna, seres humanos e suas inter-relações, onde uma organização é responsável pelo meio ambiente que a cerca, devendo, portanto, protegê-lo, agir como não poluente e cumprir as legislações e normas pertinentes.

A junção de conhecimento científico e da sensibilidade do ser humano que vem a permitir sua integração com o meio onde vive e a participação na construção de uma sociedade mais integrada os condiciona a caracterizar essa relação por educação ambiental.

Muito se fala em educação ambiental e conservação do meio ambiente, desde os ambientalistas que não sabem abordar de forma precisa e com indagações concretas, de efeitos imediatos para exigir essa conservação por parte da sociedade, como dos estudos e conhecimentos passados no ensino escolar da população.

É notório o fato de se colocar em diversos locais slogans de “Proteja a Natureza”, “Não suje o ecossistema”, dentre outros que vêm a forçar uma conscientização desfavorável àqueles que não vêem o fator agravante que o inverso das ações esperadas surte no meio ambiente.

A falta de informação quanto a esse aspecto faz com que a população não obtenha uma compreensão da relação existente entre o ambiente cultural e o ambiente natural, como por exemplo, a relação de sua habitação, árvores e o lixo que se põe ao redor delas, um contato sem os cuidados precisos, que prejudicam a natureza como um todo, assim como acaba por prejudicar a própria sociedade. Uma relação de reciprocidade entre o meio social e o meio ambiente, onde as interações existentes entre os mesmos, trata-se de uma ação e reação constante.

Portanto, deve-se praticar uma educação integrada, em que todas as áreas de conhecimento estejam juntas, onde se possibilite ao indivíduo o ato de pensar e repensar o ambiente que está inserido e buscar novas formas de melhorá-lo para uma maior socioambientalização de todos com o meio ambiente. Tendo isso em vista que a educação ambiental proporciona desenvolver todos os aspectos físicos e mentais para que se possa exercer e exigir justiça social e ética nas questões socioambientais, o contexto desta ciência e suas significações têm por base melhorar o equilíbrio entre o ser humano com o meio em que habita, e para que isso venha a suceder, faz-se necessário um conhecimento geral de todas as áreas, todavia não só teórico como também prático, baseado nos valores de cada um e na convivência com as pessoas, a natureza e a mídia que hoje é vista como uma das principais fontes de conhecimento e informação. Por isso, é importante observarmos a relação comunicação-educação nesta “sociedade da imagem” que o século XXI prenuncia como aponta Ângela Schaun:

O paradigma da educação no seu estatuto de mobilização, divulgação e sistema-

tização de conhecimento implica acolher o espaço interdiscursivo e mediático da comunicação como produção e veiculação da cultura, fundando um novo locus: o da inter-relação comunicação/educação. (SCHAUN, 2002, p.79).

Muitas praias estão sujas porque não há uma preocupação com o bem-estar de todos e com o que a sujeira deixada na areia ou na água possa vir a causar ao homem.

Da mesma forma existem atitudes semelhantes no âmbito das universidades. Nessa perspectiva aparece nossa proposta de educação ambiental na UFPB, em específico no Decom. Se preocupar com os resíduos que nós produzimos, para onde eles vão, se podem ser reaproveitados é uma questão de consciência, daí a importância da união comunicação/educação, no sentido de promover ações que, no espaço da dialogicidade entre as áreas do saber, possam modificar esses cenários.

Essa tomada de consciência não é só dirigida à sociedade como também aos governantes, refletimos assim, a partir do determinado na Constituição Federal, o art. 225, o qual especifica que: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial a qualidade de vida impondo-se ao Poder público e a coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para os presentes e futuras gerações”.

Mas, certamente, toda esta relação deve ser constituída em interface e em interação com o homem e outros tantos seres vivos. Assim, a educação ambiental pode oferecer a possibilidade de os seres humanos conviverem em harmonia, ou em equilíbrio homeostático, com as leis clássicas e, algumas vezes, questionáveis, da ecologia ou da biologia clássicas. Não existe natureza intocada sem o homem. Não existe um homem sequer que não seja natural. Por isso, a introdução da Educomunicação

Ambiental nas universidades se faz tão importante neste novo milênio, em virtude de estar se buscando igualmente uma sustentabilidade intelectual que privilegie uma prática sistêmica interpares. Inicialmente adotada por escolas em todo o país, a Educomunicação possibilita o uso das ferramentas midiáticas que podem surtir maior efeito junto ao público acadêmico, bem como motivar os estudantes para criar os produtos que promoverão a conscientização das pessoas.

190

MÍDIA E SOCIEDADE: O AMBIENTE COMO QUESTÃO PRIMORDIAL

A mídia abrange um universo de instituições, organizações e estabelecimentos voltados para a produção e difusão de informações para públicos diversos, sendo assim, uma ciência multidisciplinar, movido pela cultura dos meios. Abrange veículos impressos (revistas, boletins, jornais, cartazes, folhetos etc.), audiovisuais (outdoors, televisão em canais abertos e em diversas modalidades pagas, filmes, vídeo, rádio etc.), mídia computadorizada (on-line), dentre outros (HERNANDES, 2006). Esse conjunto de meios tem a função de transmitir informação, entretenimento, publicidade e propaganda. Nesse sentido, é um espaço de força, poder e sociabilidade capaz de atuar na formação da opinião pública em relação a valores, crenças e atitudes.

Mostrar às pessoas o que elas podem fazer com as sobras e restos das coisas que elas consomem, por exemplo, permite-lhes mostrar novos caminhos para solucionar problemas socioambientais, melhorar sua qualidade de vida e dar à vida da Terra

alguns milhares de anos. A televisão, o rádio e quaisquer outros meios que transmitam informação devem ajudar nesse processo de transformação social e ambiental. Usar todos os aparatos tecnológicos para melhorar as condições de vida do planeta vem mostrar ao homem que a cooperação facilita a sustentabilidade e preservação de tudo o que é vivo permitindo que todos vivam com dignidade onde se possa deixar para as gerações futuras os valores essenciais para a preservação da vida. Segundo Guareschi e Biz (2005, p. 40), “a comunicação, hoje, constrói a realidade”; portanto, os valores, os conceitos, enfim, a sociologia do cotidiano de todos passa pela mídia. Então, é importante que a mídia se volte para essas questões que nortearão o século 21, como sugere André Trigueiro:

Há na mídia reflexos importantes desse desejo de mudança na direção da sustentabilidade. Mas o exercício da visão sistêmica – ou a compreensão de que o universo se revela como uma rede de fenômenos interligados e interdependentes – ainda não se disseminou o suficiente para que possamos entendê-lo como uma ferramenta importante para a compreensão da realidade. (TRIGUEIRO, 2005, p.7).

Deve-se, portanto, abordar a transmissão de conhecimento e informação, contribuindo para formação de cidadãos mais conscientes dos problemas ambientais. Que isto possa gerar mudanças de atitude e motivação para agir a favor de soluções, ou seja, mostrar quais são os problemas ambientais e as possíveis alternativas para uma mudança dos valores da sociedade atual que possibilite uma transformação e assegure a sobrevivência do ser humano e todos os outros seres. Em um projeto de educação ambiental devem-se buscar novos modelos de ação e exploração dos recursos naturais para alcançar o desenvolvimento sustentável, formando pessoas que saibam identifi-

car os problemas e participar de sua solução e prevenção, permitindo a sobrevivência de todas as gerações e a conservação do patrimônio natural e cultural.

A sociedade de hoje é uma sociedade de comunicação globalizada, uma sociedade dos meios de comunicação – mass media, que se ver envolvida por diversas informações, deixando-se influenciar pelo mesmo, muitas vezes sendo banalizada a imagem e ideologia.

192

Neste aspecto, é visível como o fator da globalização acaba por modificar a cultura da sociedade, no caso, a consciência da população que vem a ser manipulada, o poder de persuasão da indústria midiática de consumo na mesma. E o meio ambiente parece ser visto sob essa perspectiva de usos e gratificações, ou seja, tudo dele se tira para o bem-estar social, mas quando ocorrem catástrofes, o meio ambiente também é o responsável por elas. Os meios de comunicação mostram principalmente fatos ocorridos por questões ambientais, avaliam os estragos visíveis causados pela natureza em algumas partes do mundo, citam as causas para o mesmo, demonstram futuras fatalidades que poderão vir a ocorrer, mas não apresentam soluções, bem menos propõem campanhas, projetos que diminuam estas tragédias. Ou até mesmo, fazem dos programas de maior audiência, de maior alcance na sociedade, a utilização do seu espaço para deixar clara a situação atual do mundo. A sociedade se vê confusa diante de interpretações diferentes realizadas por cientistas renomados. Como por exemplo, na questão do aquecimento global, onde muitos deles falam em um resfriamento da Terra, alegando a omissão de dados das pesquisas, outros afirmam ainda que a preocupação com ao aquecimento global seja desnecessária, pois a natureza sempre se renovará.

Somos escravos de uma visão reducionista, que muitas vezes relega à natureza a função de apenas nos suprir de alimentos, energia, matéria-prima e belas paisagens. Dilapidamos o patrimônio natural sem a percepção de que somos parte do planeta, de que o meio ambiente começa no meio da gente, a partir da nossa constituição física. (TRIGUEIRO, 2005, p.264).

As ações educativas voltadas para o meio ambiente devem focar a função de cidadania para mostrar os grandes problemas ambientais como o desmatamento, poluição, esgotamento dos recursos naturais etc., a fim de que as pessoas venham a procurar soluções para minimizar esses problemas e melhorar sua qualidade de vida. Através da compreensão do que é homem, natureza, cidade e ambiente, de tal modo como sua inter-relação, podem vir a se criar um novo ambiente social onde as pessoas resgatem os princípios de cooperação e sustentabilidade para oferecer o bem-comum a todos.

Contudo, para isso ocorrer é necessário elaborar uma proposta capaz de atingir o ponto central da atividade humana que está provocando todos os problemas ambientais atualmente.

PROPOSTA DE CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL PARA O DECOM-UEPB

Aplicar a comunicação junto à educação é um meio de transformação social para incentivar uma mudança de consciência coletiva fazendo o ser humano respeitar a si mesmo e ao outro. Isso permite uma ação mais crítica em relação aos acontecimentos da sociedade e faz as pessoas buscarem novos caminhos para a valorização do lugar onde vivem.

O Departamento de Comunicação Social – Decom, da Universidade Federal da Paraíba faz parte do Centro de Ciências Humanas, Letras e artes desde 1977, onde inicialmente se estabeleceu com a implantação da habilitação em jornalismo, que foi regulamentada pelas resoluções 10/77, de 22 de março de 1977 e 24/77, de 4 de março de 1977. Logo, por meio da resolução 09/78, ficou estabelecida a estrutura curricular do Curso de Graduação em Comunicação Social, composto de duas habilitações: Jornalismo e Relações Públicas.

Assim como o mundo que se renova a partir da inovação tecnológica, bem como da sociedade vigente, e que passa por transformações socioculturais a fim de uma melhoria e crescimento pessoal e social, o mercado de trabalho tem exigido que os profissionais sejam cada vez melhor capacitados, verdadeiros líderes, não só por merecimento, ou competência profissional, como também de opinião. Foi com o intuito de contribuir não apenas com as perspectivas de implantação de projetos que visam à reestruturação dos serviços de radiodifusão no país, mas de proporcionar para o mercado profissionais preparados para as transformações do meio que, em maio de 1997, o Departamento de Comunicação Social da UFPB enviou à diretoria do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes o projeto de criação da habilitação em Radialismo, hoje com a nomenclatura de Rádio e TV, pois, com o objetivo de ampliar o mundo midiático televisionado, foi submetido à apreciação do Conselho de Centro. O projeto foi analisado, discutido e, finalmente, aprovado. A primeira turma dessa habilitação ingressou na instituição no ano de 1998.

A universidade, enquanto meio acadêmico deve ser mediadora de transforma-

ções e inclusões sociais, permitindo uma maior convivência entre as pessoas. Isso gera uma reflexão capaz de mudar a forma de agir do ser humano, criando uma sociedade em que as diferentes culturas podem conviver em harmonia, superando as dificuldades que possam surgir. Os acadêmicos com o apoio da universidade precisam elaborar projetos e aplicá-los na sua área de estudo e aos poucos expandir para outros setores tanto na academia quanto fora dela para estimular a preservação e revitalização.

195

A extensão da Mata Atlântica na cidade de João Pessoa é de cerca de 7 m² por habitante, uma área de 6 mil hectares, perdendo o posto de cidade mais verde do mundo somente para Paris (capital da França), conforme ditam os folders turísticos. Composta por duas reservas de Mata Atlântica, o Jardim Botânico Benjamin Maranhão, mais conhecido como Mata do Buraquinho, e o Parque Arruda Câmara, a Bica, a cidade é reconhecida como a capital brasileira com maior extensão verde urbana do país. Tendo em vista que a Universidade Federal da Paraíba fica localizada em uma faixa de Mata Atlântica, ao lado do Jardim Botânico Benjamin Maranhão, e na qual existe grande diversidade de fauna e flora, o ambiente estudantil é composto por esse habitat natural de mata que cerca não só o campus, mas a população que reside próxima à UFPB.

Apesar dessa diversidade natural no campus I da UFPB, faz-se necessário um plano de revitalização ambiental que englobe todo o campus estudantil. Pensando nisso, foi elaborado um projeto de revitalização, com subsídios para gerar uma conscientização, primeiramente do ambiente do qual pertencemos. Nada melhor que

cuidar do Departamento que tem como objetivo mostrar a veracidade dos fatos, dos acontecimentos, que forma profissionais da informação e da comunicação, que irão apresentar situações de cunho especulativo, e que proponham uma convicção sobre os pensamentos e idealizações humanas.

196

Uma educação para a comunicação deve oferecer condições para que a comunidade descubra a natureza dos processos de comunicação em que está inserida; ajudar seus membros a desvendar os mecanismos pelos quais a sociedade – ao utilizar recursos de comunicação – exerce o poder da manipulação; favorecer o exercício de práticas comunicacionais democráticas e libertadoras. (PUEBLA, apud GUARESCHI e BIZ, 2005, p.10).

RÁDIO: NAS ONDAS DO MEIO AMBIENTE

Rádio e Ciência, no Brasil, ligaram-se já desde a criação do veículo, em 1923, haja vista a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ter como objetivo levar educação e cultura ao povo brasileiro. No entanto, a sobrevivência das rádios se daria tomando o caminho da comercialização. Coube às rádios educativas, então, o papel de manter o sonho de Roquette Pinto: programação voltada ao conhecimento, à primazia do saber. Em nível acadêmico, embora ainda sejam poucos os trabalhos dedicados à divulgação científica e em menor número ainda aqueles que busquem o rádio como veículo de divulgação, o Núcleo José Reis de Divulgação Científica da ECA/USP tem realizado projetos nesse sentido (SANTOS, 2004).

A utilização de novas tecnologias que possam difundir em maior escala a inovação no mundo na humanidade é notória, visto que a cada novo tempo, encontra-se algo de maior ascendência e poder tecnológico. O mundo, nos tempos atuais, espera por agilidade nas suas ações, de preferência com a ajuda de mecanismos que façam

de seu trabalho um mero lazer, quando se trata de as “máquinas” organizarem e finalizarem o trabalho destinado a eles. Assim caminha a humanidade, para destinos em que a era digital e tecnológica só vem a favorecer a falta do pensar pelo homem, mas sem deixar de lado a contribuição para aqueles que utilizam de seu pensar para inovar cada vez mais.

Mesmo com afirmações de que o “velho” não tem mais tanta utilidade, é que o Rádio quebra estes estereótipos firmados pelas novas tecnologias, quando “aprisiona” a atenção do telespectador através de notícias inesperadas, trazendo o imaginário da notícia para o concreto, a realidade pessoal.

Vale salientar o fato de que o rádio não é um meio de comunicação de massa completamente absorvente se comparado com os impressos e as mídias visuais, que mobilizam uma maior atenção do receptor.

A recepção desse discurso é caracterizadamente uma atividade secundária do ouvinte, realizada simultaneamente a outras atividades com que divide a atenção. Assim, além do zoom auditivo entre o ouvir e o escutar, a recepção do rádio é caracterizada por um zapping perceptivo entre essa atividade e a principal. (HERNANDES apud MEDITSCH, 2001, p.161).

O autor especifica as diferenciações e dificuldades, que o rádio, no caso a mídia sonora, sofre para levar a atenção total do público, mas sem deixar de mencionar o fato do *feedback* que ocorre no momento em que se ouve a notícia e se decodifica a informação, gerando de imediato uma resolução sobre o tema em questão.

Cicília Peruzzo (1998) fez um estudo sobre as rádios comunitárias no Brasil e expôs a problemática da sua manutenção. Elas ainda são em pouco número e prestam grandes contribuições socioculturais às comunidades das quais fazem parte.

No Brasil, são poucos os programas que retratam e tem como tema específico a conscientização e educação ambiental. Um exemplo é a rádio USP Ribeirão Preto, FM 107, 9, que toda terça e quinta-feira, às 15h, vai ao ar com o programa intitulado ‘Ambiente é o Meio’, onde ocorre uma conversa com a sociedade sobre questões do nosso dia-a-dia, como as queimadas urbanas, lixo e uso da água.

198

Este estudo também se inspira nos modelos de rádios comunitárias para esboçar o seu projeto de trabalho, cujos objetivos são: criar uma comunicação entre pessoas que estão juntas porque querem o mesmo; prestar um serviço à comunidade, no caso, a acadêmica; criar consciência coletiva; cuidar de temas que não têm espaço em outros meios – o meio ambiente da UFPB; promover a integração da comunidade às questões ambientais; destacar os direitos e deveres do cidadão na comunidade, na cidade e no país, em relação ao meio ambiente.

Deste modo, tendo como base esse conceitos e idéias em geral, produzimos spots de radio, com tempos de duração curtos, mas que propusessem mensagens de reflexão e uma melhor percepção dos acontecimentos da sociedade e sua interação, bem como as modificações causadas pela mesma ao meio ambiente. Os textos abordam situações ocorridas no dia-a-dia, como também no Departamento de Comunicação da UFPB que é o foco central do trabalho.

Tendo como slogan inicial: “O meio Ambiente está no ar, na água, na terra, na gente”, os textos trazem referência às formas de preservação do meio ambiente, e como slogan final: “Juntos em favor do Decom e da Natureza”, reavivar o foco principal do trabalho e a relação entre o meio social e o meio natural.

Quadro I. Textos selecionados para gravação e veiculação em Rádio.

SPOT	CONSCIENTIZAÇÃO	ÁGUA	LIXO	NATUREZA
TEXTO	<p>Faça dos 4 Rs ensinamentos para sua vida. Repense, recomece, recicle e reaproveite. O meio ambiente agradece.</p> <p>00:00:39</p>	<p>Água e vida: você sabia que o ser humano pode ficar 28 dias sem comer, mas apenas 3 dias sem água? Valorize o que se tem de precioso. Não jogue lixo e não deixe as torneiras abertas</p> <p>00:00:40</p>	<p>Não jogue no chão, pontas de cigarro, tapinhas de garrafa, plásticos, papel. Eles demoram cerca de cem anos para serem degradados pelo meio. Não prejudique o ambiente, ele faz parte de você.</p> <p>00:00:40</p>	<p>Não suje os nossos cartões postais, farol do Cabo, parque Sólon de Lucena, Centro Histórico e o nosso DECOM agradecem o seu cuidado e sua atenção.</p> <p>00:00:37</p>
	<p>O direito a um ambiente limpo e a um desenvolvimento sustentável é fundamental e está intimamente ligado ao direito a vida, a saúde e ao bem estar de todos. Proteja o lugar que você vive, preserve o Decom.</p> <p>00:00:42</p>		<p>Cada pessoa produz, por dia, cerca de meio quilo de lixo. Multiplique isso pela população de sua cidade para ter idéia do tamanho do problema. Jogue o lixo no lugar certo, há muitas lixeiras em cada corredor.</p> <p>00:00:42</p>	<p>Ajude a defender cada árvore existente. Utilize os dois lados da folha de papel e faça coleta seletiva em seu departamento- Faça algo pela natureza que não vota e nem se defende.</p> <p>00:00:39</p>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propomos uma atividade acadêmica que envolvesse as pessoas de forma geral, seja em propostas de conscientização por meios convencionais ou de abordagem técnica, visando construir um ambiente que interaja com a sociedade, sendo fato decisivo e de vital procedência para sua preservação e sobrevivência.

200

O Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC é parceiro no projeto da criação de uma Agenda 21 para a UFPB, junto ao Laboratório e Oficina de Geografia – LOGEPA. Em uma pesquisa empírica interdisciplinar, os estudantes do GEDIC vão desenvolver produtos midiáticos para promover o projeto por todos os quatro campos da Instituição.

A universidade como instituição educacional viabiliza uma maior integração do homem, como ser social, com o meio ambiente, e como o ser natural integra o mesmo. No ambiente acadêmico, de forma coletiva, e utilizando de subsídios para uma maior abrangência, no caso as diferentes mídias, pode-se mostrar a importância da natureza e a possibilidade de os corpos docente e discente se integrarem a ela, que está tão próxima.

Destarte, o trabalho tenta desempenhar um papel multidisciplinar, trazendo ao alcance de todos, no caso os estudantes de comunicação, uma veracidade quanto às questões ambientais, o equilíbrio social e natural, e a obrigação dos mesmos, enquanto profissionais formadores de opinião pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUARESCHI, Pedrinho e BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005.

HERNADES, Nilton, A **Mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

LIMA, Ana Marina Martins de, SILVA Antônio Carlos da, SILVA, Luciani Costa. **Proposição de Implementação de um Sistema de Gestão Ambiental no Instituto Adolfo Lutz**. (Monografia de conclusão do curso de Pós Graduação em Gestão Ambiental). SENAC. São Paulo 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio da era da informação**: Teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.

PAZ, Ronilson José da. **Fundamentos, reflexões e experiências em educação ambiental**. João Pessoa: Ed. Universitária – UFPB, 2006.

PERUZZO, Cicília M. K. **Participação nas rádios comunitárias no Brasil**. Recife-PE: XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 9 a 14 de setembro, 1998.

SANTOS, Priscila Farias dos. **Rádio e divulgação científica no Brasil**. São Paulo: NJR-ECA/USP, ano 3, no. 18, jan-fev, 2004.

SCHAUN, Angela. **Educomunicação**: reflexões e princípios. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável** – abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação. São Paulo: Globo, 2005.

BELLINI, Luiza M, MEDEIROS, Mara G.L.de, LEIMIG, Roberto de A. **Educação Ambiental**. Disponível em <http://www.peld.uem.br/Relatz001/pdf/educacao_ambiental.PDF> Acesso em abril de 2008.

Desafio do Telejornalismo na TV Digital: a participação do cidadão na construção da pauta e produção jornalística

Lívia Cirne²⁵ e Carlos Eduardo C. F. Batista ²⁶

INTRODUÇÃO

O atual desenvolvimento das tecnologias de comunicação está produzindo mudanças nos meios pelos quais os conteúdos são disseminados. A indústria midiática parece estar a cada dia perdendo o monopólio na difusão da informação. Este enfraquecimento de poder deve-se, principalmente, ao desenvolvimento da internet somado à ampliação do número de usuários conectados à rede que, nos últimos

²⁵ Mestranda do PPGC/UFPB. Jornalista (UFPB) e Técnica em Telecomunicações (CEFET/PB). E-mail: liviacirne@gmail.com

²⁶ Mestre em Informática/UFPB. Co-autor do padrão de middleware para HDTV brasileira. E-mail: bidu@lavid.ufpb.br

anos, é responsável pela descoberta de um cidadão capaz de gerar informações e não mais ser apenas mero e submisso consumidor. A liberdade oferecida pela internet revoluciona e incita a produção independente, oferecendo espaço aos inúmeros geradores de conteúdos.

204

Fundamentados neste aspecto, acreditando no potencial produtivo dos seus leitores, os *sites* de cunho jornalístico têm adotado procedimento estratégico, consentindo que o seu público desenvolva ações participativas, enviando matérias, áudios e/ou conteúdo audiovisual, para publicação no portal da empresa.

De fato, colaboração de cidadãos comuns sempre existiu no jornalismo, uma vez que os mesmos podem ser fonte para qualquer reportagem, além de exercerem papel importante na sugestão de pauta. Ainda assim, na mídia impressa, muito antes da internet, as pessoas podiam – serviço que ainda vigora – enviar cartas à redação para publicação na seção “cartas do leitor”. No entanto, os espaços destinados a este serviço nas mídias tradicionais impressas eram e ainda são limitados, enquanto que no ambiente web, não. A ânsia pela informação, instigada pela rede, propicia a divulgação constante de matérias.

Acreditando que o desenvolvimento de um veículo obriga outros a repensarem seus formatos, a televisão não ficou fora desse processo. O jornalismo audiovisual também se viu nessa oferta e, atualmente, busca de alguma maneira incorporar a participação dos telespectadores em seus programas. Contudo, sabemos que a tecnologia analógica é um empecilho ao desenvolvimento desta prática colaborativa.

Diante deste quadro, o presente artigo busca estudar as possibilidades dos ci-

dadões participarem ativamente na emissão de conteúdos noticiosos através da TV digital, onde “os televisores serão transformados de receptores passivos de imagens distantes em instrumentos interativos de multimídia, capazes de lidar com todos os tipos de serviços de vídeo, dados e som” (DIZARD JR, 1998, p.54-55).

JORNALISMO PARTICIPATIVO COMO TENDÊNCIA NA CONTEMPORANEIDADE

205

Por volta da década de 1990, quando, no Brasil, irrompeu a internet, as mídias convencionais (TV, rádio e mídia impressa) foram obrigadas a passar por mutações, desde o formato até a linguagem. Diante das inovações propagadas com a cibercultura, como a interatividade, a televisão, por exemplo, viu seu modelo tradicional de *script* em ameaça.

De acordo com Wilson Dizard Jr, hoje, a computadorização “é módulo para todas as formas de produção de informação: som, vídeo e impressos. Como resultado, os computadores estão obrigando a uma reestruturação maciça dos serviços de mídias antigos” (1998, p. 54)

Sendo assim, espelhados na *web 2.0*²⁷, sistema totalmente descentralizado, colaborativo, de estrutura não-linear e fomentador em potencial de produtores de conteúdos, os programas de televisão têm buscado, cada vez mais, romper com seus paradigmas monológicos, estabelecendo vínculos com um espectador participativo e, de certa forma, pondo em reflexão as polarizações entre emissora e telespectador.

²⁷ Web 2.0 faz referência a segunda geração da internet. Mais dinâmica, prioriza a troca de informações e a colaboração dos internautas na organização de conteúdos em sites e comunidades virtuais.

É possível presenciar que, dos anos 90 à década atual, a cadeia televisiva vem evocando a incisiva participação dos espectadores, seja por telefone, fax, carta, e-mails, SMS²⁸. Tal medida não é notada apenas nos programas de entretenimento (Big Brother Brasil, Globo; Quem não viu, vai ver e Ídolos, da SBT; Sessão Interativa, do Canal Brasil;), mas também em programas de conteúdo jornalístico²⁹. A participação dos telespectadores é recorrente nos principais telejornais e mesas-redondas (principalmente os de cunho esportivo), das variadas emissoras.

A fim de não perder sua audiência para a concorrente web, os processos de produção de conteúdo na TV estão sendo forçados a se desenvolver com base na dinâmica de circulação das informações na internet. Para isso, estão reservando espaço de suas pautas para o chamado “jornalismo cidadão” ou também alcunhado “jornalismo colaborativo³⁰”. Nesse tipo de prática jornalística, quem exerce papel de produtor de notícias é o usuário, sem necessária formação em jornalismo.

No jornalismo participativo, a produção profissional não é desmerecida, mas a esta se acrescenta o manifesto de cidadãos comuns: observadores de “fatos importantes, gente que está no lugar certo e na hora certa para cobrir um evento, especialistas que podem falar melhor sobre determinado assunto” (FOSCHINI & TADDEI, 2006, p.10).

Antes dessa técnica ser utilizada no jornalismo audiovisual, porém, os que primeiro decididamente resolveram apostar nessa colaboração foram os sites de notí-

²⁸ Short Message Service. Corresponde ao serviço de mensagens/torpedos enviados via aparelho celular.

²⁹ Incluso os que abrangem apenas temas relacionados a esporte

³⁰ Similar, ainda, aos conceitos de “jornalismo participativo”, “jornalismo open source”

cias. O primeiro a incorporar a atividade dos leitores, em território nacional, foi o portal iG, criando a seção “Leitor-Repórter”, em 2000. A seção tomou outras dimensões e, intitulada de “Minha Notícia³¹” (*slogan*: O Mundo é de quem faz), transformou-se num alvitre instigante, onde o internauta envia textos e/ou imagens.

Ainda mais, na página inicial do iG, existe a seção *beta*³² “Eu na Web”, um espaço totalmente voltado para o internauta, com possibilidade de publicação de álbuns fotográficos, notícias, comentário em fóruns, vídeos, participação em sala de bate-papo, elaboração de blog e realização de *downloads*.

Conforme Quadro 1, sob o mesmo viés do iG, outros *sites* seguiram a tendência e lançaram-se na proposta, propiciando esse caráter dialógico³³: Terra; G1; Zero Hora; Estadão; O Globo *Online*; o esportivo, Lance!net; O Dia *Online*; Diário de Pernambuco; JB *Online* .

Quadro 1 – Principais portais de notícias do país que oferecem o serviço de jornalismo participativo

Site	Seção	Endereço
iG	Minha Notícia	www.ig.com.br
Terra	Vc Repórter	www.terra.com.br
G1	Vc no G1	www.g1.com
Zero Hora	Leitor-Repórter	www.zerohora.com.br
Estadão	Foto-Repórter	www.estadao.com.br

³¹ Disponível em: <http://minhanoticia.ig.com.br/>

³² Site em constante transformação.

³³ Não procuramos nos deter às possíveis submissões do conteúdo a uma adequação ou edição prévia do direção do portal.

O Globo Online	Eu-Repórter	www.ogloboonline.com.br
Lance!net	L! Activo	www.lancenet.com.br
O Dia Online	Você faz a notícia	www.odiaonline.com.br
Diário de Pernambuco	Cidadão Repórter	www.dpnet.com.br
JB Online	Leitor Repórter	www.jbonline.terra.com.br

Neste contexto inovador surgem as *webTs* (ou televisão para internet) e as *ciberwebTVs*, ou simplesmente *ciberTs*, conforme classificação de Neusa Maria Amaral(2007). Ao elaborar a distinção, a autora leva em consideração os conteúdos produzidos convencionalmente e transportados do sistema de televisão para o ciberespaço web e os desenvolvidos especialmente para o meio, respectivamente.

A exemplo da *ciberTV* podemos destacar o canal paulista – inicialmente desenvolvido com exclusividade para a internet – allTV³⁴. Com vinte quatro horas de programação ao vivo, sendo metade destas voltadas para informações noticiosas, a novidade resultou para o jornalismo tal como conhecemos, a geração de “um novo conceito, trazendo como prioridade a possibilidade de ampla intervenção do telespectador, que veio a participar com perguntas, sugestões, comentários, através de salas de bate-papo” (PEREIRA, 2007, 7).

Quem iniciou investindo nesse novo sistema de difusão foram os responsáveis pela UOL, lançando em 1997 a TV UOL, com os primeiros conteúdos desenvolvidos e emitidos exclusivamente pela rede mundial de computadores.

³⁴ <http://www.alltv.com.br/>

O portal Terra (por meio do Terra TV – Terra 24h³⁵) também merece ênfase nesse sentido, uma vez que, na sua programação de também vinte e quatro horas ininterruptas, disponibiliza em sua grade de programação, quatro horários destinados a programação noticiosa ao vivo: Esporte TV – 1ª edição (9h); Jornal do Terra – 1ª edição (11h30); Esporte TV – 2ª edição (17h); Jornal do Terra – 2ª edição (17h30).

Em ambos os casos apresentados, o internauta obtém experiências sensoriais distintas das que tem enquanto mero telespectador. A possibilidade de estar ao vivo, conversando com outros internautas e com os próprios apresentadores, como acontece no *chat* simultâneo da allTV, promove sensações únicas: é a atenuação da distância entre jornalistas e telespectadores.

Tentando justamente romper essa barreira entre emissora-telespectadores, quase que forçados a oferecerem a interatividade proposta pelo ciberespaço, os programas de televisão da TV aberta também têm incorporado à pauta a participação dos telespectadores. Os programas esportivos da Rede Bandeirantes de Televisão, como o “Jogo Aberto”, “Terceiro Tempo” e o “Band Esporte Clube”, sugerem comentários dos torcedores, evocam a participação em enquetes disponibilizadas no site do programa, bem como abrem espaço para questionamentos, tudo através de e-mail, SMS e da página eletrônica do programa. Como estímulo a essa contribuição, realizam sorteios entre os telespectadores participantes, no final do programa.

O “SBT Brasil”, em que pese a baixa qualidade de interação prestada pelo canal, permite que alguns cidadãos emitam sua opinião sobre determinado tema pré-esta-

35 <http://www.terratv.terra.com.br/>

belecido pela emissora, através da ligação telefônica. Em 2007, a direção do programa lançou esse novo serviço na tentativa de ser um diferencial, em relação aos telejornais concorrentes. Em linhas gerais, o serviço funciona da seguinte maneira: dez telespectadores ligam, durante a exibição do noticiário ao vivo, e respondem à enquete do dia. Embora precário e mal estruturado, o serviço é uma constatação da busca incessante pela colaboração do espectador, no ramo televisivo.

210

O “Jornal Hoje”, telejornal da Rede Globo, no que tange ao aspecto dialógico, atinge patamares mais altos: convoca seu telespectador a enviar uma sugestão de matéria para o dia seguinte. Além de divulgar seu conteúdo na rede (web-telejornal) – on demand, onde o telespectador assiste a matéria que quer, no momento em que desejar – o Jornal Hoje ainda propicia, como os demais telejornais da Rede, a participação do espectador no processo de construção de conteúdo, através do envio de dicas e sugestões. Sem um dia e horário fixos, na cadeia editorial do programa, esse contato é estabelecido por intermédio do quadro “Você faz a notícia³⁶” (Figura 1), no qual, durante a chamada para a matéria, enfatiza-se: “Esta reportagem foi sugerida pelos nossos telespectadores”.

³⁶ <http://jornalhoje.globo.com/>



Figura 1 – Seção “Você faz a notícia”, do Jornal Hoje
 - Fonte: <http://www.jornalhoje.globo.com>

Menos declarativos, flagrantes de episódios acidentais ou crimes registrados por testemunhas oculares são comumente observados no telejornalismo nacional. Face à popularização de equipamentos digitais de resolução razoável, como câmeras (fotográficas e de vídeos) digitais e celulares, qualquer cidadão pode ser porta-voz de um fato. Um exemplo marcante deste aspecto foi visualizado nos telejornais nacionais quando ocorreram os ataques terroristas às torres gêmeas nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001. Como se tratou de um evento inesperado, as emissoras de TV recorreram às vítimas e testemunhas da cena em busca não só de depoimentos, como também de imagens inertes e/ou em movimento que pudessem lhes assegurar exclusividade.

Apoiado no que foi exposto, percebe-se que os efeitos de bidirecionalidade têm se configurado como uma tendência nas produções midiáticas, sobretudo de cunho

jornalístico. Com a digitalização das mídias, a possibilidade de se ter emissora e espectador assumindo papéis intercambiáveis está cada vez mais próxima da realidade. Tal perspectiva é uma das que mais interessa e impulsiona os debates concernentes à implementação da televisão digital no Brasil, no tocante à comunicação.

212 EM SÍNTESE: A TELEVISÃO DIGITAL

Os serviços associados às tecnologias da informação estão cada vez mais populares. Portanto não foi surpresa o fato de que a digitalização da mais popular mídia de massa, a televisão, tenha se dado através de sua sinergia com o computador. A TV Digital (TVD) oferece recursos que vão desde a melhora da qualidade da imagem à capacidade de interação com o conteúdo. O telespectador passa a ter um papel ativo, e os programas de televisão passam a incorporar um *software*, como os de computador, fazendo com que a nova TV seja interativa.

Um sistema básico de TVD consiste de uma estação transmissora, um meio físico sobre o qual o sinal é transmitido, que pode ser o ar ou meios físicos guiados (cabo coaxial, fibra óptica etc.), e um receptor responsável por receber o sinal transmitido, decodificá-lo e exibi-lo. É necessário que sejam estabelecidos padrões que normatizem todo o processo de captura, compressão, modulação e transmissão dos sinais de vídeo, além de todas as interfaces físicas entre os equipamentos envolvidos no processo - o conjunto desses padrões compõem as definições de um sistema de TV Digital.

Como a transmissão é feita através de um fluxo de *bits*, há a possibilidade de se transmitir uma maior quantidade de informação multiplexada, em comparação ao sistema analógico. Isso é possível principalmente graças ao desenvolvimento de técnicas de compressão, através das quais se podem produzir vídeos com taxas em bits de 1/4 a 1/10 do original puro (vídeo digital não comprimido) (MAIOR, 2002). Graças a esta característica, os sistemas de TV Digital tendem a adotar padrões de codificação de vídeo que suportam resolução superior às disponíveis nos padrões de TV analógica, assim como padrões de codificação de áudio que suportam codificação de um maior número de canais de áudio.

213

A transmissão digital viabiliza também a transmissão de múltiplos fluxos de vídeo simultaneamente, permitindo a transmissão de mais de um programa de TV simultaneamente (multi-programação). As tecnologias de transporte permitem também que o fluxo carregue múltiplos formatos de vídeo, de forma que o conteúdo possa ser transmitido em diferentes resoluções, possibilitando a exibição em diferentes dispositivos.

Aplicações em TV digital

O receptor de TV Digital é o dispositivo responsável por receber, interpretar e exibir o conteúdo do fluxo de transporte recebido das emissoras. Esse receptor, que na sua forma desacoplada é conhecido como *set-top box*, pode ser visto como um computador adaptado para as necessidades do ambiente televisivo, possuindo, por exemplo, processador, memória, sistema operacional. Nesse é instalado um *middleware*, que é a instância de *software* responsável por abstrair características especí-

ficas de cada receptor, permitindo que uma mesma aplicação seja executada em set-top boxes com fabricantes e especificações diferentes (SOUZA FILHO et al, 2007; SOARES et al, 2007).

214

No contexto de TV Digital, o *middleware* é o *software* que controla as principais facilidades disponíveis no receptor, tais como grade de programação, menus de opção e a possibilidade de execução de aplicações, fazendo com que a TV Digital possua caráter interativo. O *middleware* é um elemento capaz de fornecer uma abstração do sistema para as aplicações e os usuários, escondendo toda a complexidade dos mecanismos definidos por *hardware*, *software* e interfaces de comunicação do aparelho receptor do sinal de televisão digital. Dessa forma, a padronização de uma camada de *middleware* permite a construção de aplicações, independentes do *hardware* e do sistema operacional, executáveis em qualquer plataforma de qualquer fabricante (LEITE, 2005).

Os principais sistemas de TV Digital do mundo possuem a camada de *middleware* compatível através do uso da tecnologia Java da Sun como parte da solução para a execução de aplicações nos seus receptores. A Sun disponibilizou a API (*Application Programming Interface*³⁷) Java TV para oferecer recursos específicos para o ambiente de televisão³⁸. Além de Java e API relacionadas (de elementos gráficos, por exemplo), esses middlewares geralmente incluem suporte a linguagens declarativas (como XHTML) e de *script*. As aplicações Java executadas nos receptores são chamadas de Xlets.

³⁷ Biblioteca de funcionalidades para o desenvolvimento de aplicações.

³⁸ API Java TV está especificada na JSR 927 (Java Specification Requests), segundo os preceitos do JCP (Java Community Process).

Personalização de conteúdo em TV digital

As tecnologias utilizadas pela TV Digital viabilizam que um mesmo canal físico (por via terrestre, satélite, cabo ou por redes IP) transmita múltiplos fluxos de áudio e vídeo simultaneamente. Isso permite que o usuário, provido de uma aplicação modelada com esse intuito, possa interferir diretamente no que deseja consumir daquele determinado canal. Os atuais modelos de concepção de programas para TV (inclusive os telejornais) não levam essa característica em consideração ao utilizar metodologias lineares para a elaboração e descrição da pauta e/ou do *script* audiovisual.

A personalização do conteúdo é uma tendência também fortalecida por outros aspectos da TV Digital. Os primeiros sistemas de TV Digital não conseguiram romper o paradigma mono-usuário de interação, centrando a entrada de informação das aplicações interativas através do controle remoto. O Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), através de sua especificação de *middleware* chamada Ginga, incorpora uma importante biblioteca de funcionalidades (API) que torna possível o desenvolvimento de aplicações que poderão ter múltiplas entradas e saídas, aumentando o escopo das aplicações para além do modelo tradicional “televisão e controle remoto”. As aplicações poderão capturar dados (de qualquer sorte, comandos de controle remoto, áudio, vídeo, etc) dos múltiplos dispositivos (celulares, computadores de mão, laptops, etc) disponíveis em uma rede doméstica bem como utilizar recursos dos mesmos, como suas telas. Aplicações multi-usuário são, então, viabilizadas, aumentando o potencial de personalização de conteúdo da TV Digital.

DIVAGAÇÕES SOBRE A INTERATIVIDADE

Atualmente nos parece que a palavra “interatividade” caiu no habitual e todo e qualquer programa que permita a ligação de um telespectador à emissora é cognominado de “programa interativo”. Esse serviço, limitado muitas vezes a um só participante, é vendido e consumido como interatividade, o que nos leva a refletir o que de fato é interatividade.

216

Enquanto que o termo “interação” perpassa por vários campos da ciência (sociologia, filosofia, psicologia), a interatividade é um conceito que surgiu com a evolução tecnológica e desenvolvimento da informática e é relativa à participação efetiva de usuários em conteúdos e formas.

Para Lemos (1997) a interatividade “nada mais é que uma nova forma de interação técnica, de cunho “eletrônico-digital”, diferente da interação “analógica” que caracterizou os media tradicionais”. Aproximando-se do pensamento de André Lemos, e no tocante à relação entre agentes comunicativos, Primo (1998) aduz a seguinte subdivisão conceitual: interação reativa, referente à oferta de serviços pré-estabelecidos a serem escolhidos por determinado agente; e interação mútua, relativo ao sistema no qual total autonomia seria consentida ao espectador.

O pesquisador no campo da televisão, Artur Matuck (1995) reflete que “O modelo interativo do processo de comunicação procura superar o paradigma unidirecional, considerando os processos de comunicação como ‘um intercâmbio mútuo de informação’”. (1995, p.251)

Nos estudos atinentes à televisão digital, Becker e Montez (2004) asseguram que

até os dias atuais não existe interatividade na TV. A limitação da tecnologia audiovisual não permite o *feedback* desejado pelo telespectador. Para os autores, a TVD irá propiciar um agente pró-ativo, capaz de estabelecerem acordos dialógicos, onde, através de um canal de retorno, poderá enviar conteúdos de baixa resolução e até mesmo de qualidade similar a do material divulgado pela própria emissora com a qual se estabelece o contato (num estágio avançado da TV). Quando essa perspectiva estiver em atuação,

217

O telespectador passa a se confundir com o transmissor, podendo gerar conteúdo. Esse nível é semelhante ao que acontece na Internet hoje, onde qualquer pessoa pode publicar um site, bastando ter as ferramentas adequadas. O telespectador pode produzir programas e enviá-los à emissora, rompendo o monopólio da produção e veiculação das tradicionais redes de televisão que conhecemos hoje. (BECKER & MONTEZ, 2004, p. 53)

Acreditamos, obviamente, que a certificação dessa fase avançada não se atesta repentinamente. Anos passarão para que cheguemos a usufruir dessa participação sem limites. Contudo, muito antes do lançamento da TVD no Brasil, Nelson Hoineff (1996) já versava que os moldes tradicionais de se fazer televisão estavam se exaurindo e uma nova televisão nascendo. E, “os responsáveis pela morte de uma e pelo nascimento de outra são os mesmos: a revolução nas tecnologias de distribuição de sinais e o desenvolvimento de digitalização” (HOINEFF, 1996, p. 15)

FUTURO DO JORNALISMO: BREVES PERSPECTIVAS SOBRE COMO OS ESPECTADORES PODEM INFLUENCIAR NA PAUTA

218

Na Europa, onde a TV digital existe desde o final de década de 1990, algumas plataformas interativas foram desenvolvidas para o jornalismo, porém os serviços oferecidos são muito incipientes. A Sky News Active (canal interativo de Sky) e a BBCi (canal interativo da BBC) produziram suas versões para noticiários na TVD, mas não priorizaram a intervenção do espectador no tocante ao conteúdo. Ainda assim, já notamos que, em relação à TV convencional, a quantidade de material audiovisual é relativamente maior e a estrutura de organização das matérias é não-linear.

Basicamente as diferenças propostas por estas plataformas são: possibilidade dos espectadores acessarem informações extras sobre determinado assunto; disposição de matérias em vídeo e texto; verificação de placar e classificação de times de futebol; participações em enquetes (pagas); utilização do correio eletrônico; e conteúdos distribuídos em editorias específicas. Ou seja, nada que garanta a efetiva colaboração no conteúdo.

Com base nas informações previamente expostas, tentaremos delinear o a natureza das informações advindas dos espectadores e qual o tratamento deverão receber para que possam ser aproveitados na composição de pauta jornalística. O grande diferencial imputado pelas novas tecnologias está no menor tempo necessário para que uma informação gerada por um espectador chegue a uma estação de TV, desde a sua criação. Independente do tipo de informação enviada, aspectos de propriedade intelectual são inerentemente vinculados, havendo então a necessidade de um

acordo (contrato) entre as partes (user agreement).

Aplicações de telejornalismo poderão considerar comentários dos usuários (mensagens), que poderão ser síncronos (sala de bate papo) ou assíncronos (fórum de discussão). A veiculação das mensagens deverá obviamente passar por um filtro (moderação), e sua influência na pauta de um programa (sendo transmitido ou em fase de produção) dependerá da forma como as mensagens serão estruturadas de modo que possam oferecer conteúdo para a composição da pauta.

A popularização das tecnologias, como celulares e computadores portáteis compatíveis com sinais web, máquinas digitais (fotográficas ou filmadoras), smartphones e outros aparelhos, bem como a convergência entre os sistemas tecnológicos, fazem com que conteúdo multimídia (imagens, áudio e vídeo) também poderá ser enviado pelos usuários para as estações de TV em tempo real. Isto põe em questionamento a necessidade presencial de emissoras televisivas em determinados eventos e a possibilidade dos próprios espectadores serem os mediadores.

O tratamento e moderação desse tipo de conteúdo requer mais recursos computacionais, visto que agregam uma quantidade de informação consideravelmente maior do que mensagens de texto. Para que o conteúdo possa ser utilizado (veiculado), é necessária a compatibilização do formato do mesmo com o formato utilizado para a transmissão, de forma que a qualidade não seja degradada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

220

Com base nas informações aqui expostas, podemos afirmar que o futuro do telejornalismo aponta para a incisiva participação dos cidadãos comuns, visto que, aos poucos, esta já se configura como tendência nos jornais da web. Acrescentamos ainda que, de maneira análoga ao que ocorre na internet atualmente, os telejornais destinarão mais espaço à produção de conteúdos por parte dos telespectadores, que por sua vez serão denominados de outra maneira, uma vez que o discurso que envolve a atual nomenclatura está associado à passividade.

O sistema de televisão digital que foi implementado no território brasileiro possibilitará que esta perspectiva ultrapasse os pressupostos teóricos e se concretize no nosso cotidiano. Becker e Montez acreditam que os níveis de interatividade neste tipo de TV atingirão patamares tão avançados a ponto dos papéis de emissores e receptores se confundirem. Esta revolução digital nos sinais de TV favorece a personalização de conteúdo e faz do telespectador mais do que simples receptor, mas também protagonista da cena midiática.

Com a crescente popularização de máquinas digitais fotográficas, filmadoras portáteis, palmtops, aparelhos celulares com câmera integrada e já conectados à rede, bem como a facilidade de pontos de acesso à internet em diversos locais, fica cada vez mais fácil os cidadãos comuns registrarem e disseminarem acontecimentos relevantes à população.

Considerando que as emissoras não podem manter repórteres nos mais remotos locais, os telespectadores tornam-se os próprios mediadores nesse processo,

pautando eventos, contribuindo com informações importantes, desenvolvendo sua própria produção noticiosa. Ainda assim, essa colaboração propicia que o monopólio das informações não esteja nos grandes centros urbanos, ofertando espaço para as diversidades regionais também.

Sem dúvida, a proposta é instigante, no entanto sabemos que o período de transição de uma tecnologia para outra é lento. Por fim, para de fato termos a televisão como uma nova mídia não basta só digitalizá-la. Em consonância com esta, deve-se transformar também a programação, conteúdo e torná-la cada vez mais acessível aos usuários, ofertando sua participação de maneira inteligente.

221

REFERÊNCIAS

Advanced Television Systems Committee. ATSC Standard, Advanced Common Application Platform (ACAP). ATSC, 2005.

AMARAL, Neusa Maria . **Televisão e Telejornalismo: modelos virtuais**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2233-1.pdf>>. Acessado em 28 de junho de 2008.

Association of Radio Industries and Businesses. ARIB STD-B23 Version 1.1: Application Execution Engine Platform for Digital Broadcasting (English Translation). ARIB, 2004.

BECKER, Valdecir; MONTEZ, Carlos. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. Florianópolis: I2TV, 2004.

Digital Video Broadcasting (DVB), **Digital video broadcasting (DVB) multimedia home platform (MHP)**. Padrão ETSI TS 102 812. ETSI, 2003.

Digital Video Broadcasting (DVB). **Globally Executable MHP (GEM) Specification 1.1**. DVB Document A103, Rev. 1. Disponível em <http://www.mhp.org/mhp_technology/gem/a103r1.tm3567r1.GEM1.1.1.pdf>. Acessado em 1 de julho de 2008.

DIZARD Jr., Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão: Você faz a notícia**, 2007. (Coleção conquiste a rede). Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/_banco/produtos/1158005245_conquiste_a_rede_jornalismo_cidadao.pdf>. Acessado em 26 de junho de 2008.

HOINEFF, Nelson. **A Nova Televisão**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

LEITE, L. E. C., et al. **FlexTV – Uma Proposta de Arquitetura de Middleware para o Sistema Brasileiro de TV Digital**. In Revista de Engenharia de Computação e Sistemas Digitais, v. 2, p 29-50, 2005.

LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e Interfaces digitais. 1997. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interac.html>>. Acessado em 30 de junho de 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MAIOR, M. S., **TV interativa e seus caminhos**. Dissertação de Mestrado Profissional em Engenharia de Computação, Instituto de Computação, Universidade Estadual de Campinas, 2002.

MATUCK, Artur. **O potencial dialógico da televisão: comunicação e arte na perspectiva do receptor**. São Paulo: Annablume/ECA-USP, 1995.

PEREIRA, Livia Cirne de A. **Avanços no Telejornalismo Brasileiro: de 1950 à era digital**. 2007. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-livia-avancos-tecnologicos.pdf>>. Acessado em 28 de junho de 2008.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo**. 1998. Disponível em <<http://alexprimo.com/publicacoes/>>. Acessado em 30 de junho de 2008.

PRIMO, Alex; TRASEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. 2006. Disponível em <<http://alexprimo.com/publicacoes/>>. Acessado em 28 de junho de 2008.

SAVI, Rafael. **Utilização de Ferramentas Interativas em Jornalismo Participativo: uma análise de casos de blogs, wikis, fóruns e podcasts em meados da primeira década do século XXI**, 2007, 152 p. Dissertação do Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento, UFSC, Florianópolis.

Disponível em <<http://jornalismoparticipativo.blogspot.com/>>. Acessado em 28 de junho de 2008.

SOARES, L. F. G.; RODRIGUES, R. F.; MORENO, M. F. Ginga-NCL: the Declarative Environment of the Brazilian Digital TV System. In: **Journal of the Brazilian Computer Society** (ISSN: 0104-6500). n. 4, v. 13. p.37-46, 2007.

SOUZA FILHO, G. L. de; LEITE, L. E. C.; BATISTA, C. E. C. F. Ginga-J: The Procedural Middleware for the Brazilian Digital TV System. In: **Journal of the Brazilian Computer Society** (ISSN: 0104-6500). n. 4, v. 13. p.47-56, 2007.

223

Sites:

<http://minhanotícia.ig.com.br/>

<http://www.alltv.com.br/>

<http://www.terratv.terra.com.br/>

<http://jornalhoje.globo.com/>

<http://www.ig.com.br/>

Conhecimento Coletivo e Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) - Possibilidades Interacionais na Globalização Ecológica

Lucas Milhomens³⁹ e Olga Tavares⁴⁰

INTRODUÇÃO

A palavra da vez chama-se “mudança”. É com ela que lidamos diariamente em nossas atividades ditas triviais. Entre essas mudanças, uma torna-se central na sociedade moderna: a mudança comunicacional. Acessar a internet, mandar um e-mail, baixar uma canção em MP3, fazer amigos em um sítio de relacionamento e

³⁹ Mestrando do PPGC/UFPB. Professor do Decom/UFAM. E-mail: milhomenslucas@yahoo.com.br

⁴⁰ Professora-orientadora do PPGC/UFPB. E-mail: olgatavares@cchla.ufpb.br

compartilhar conhecimento virtualmente já é realidade para milhões de pessoas em todo o mundo. O presente artigo visa refletir sobre estas questões e de como elas possibilitam uma nova realidade, ampliando a interatividade e a partilha do conhecimento coletivo produzido através da Internet numa lógica de uma rede transversal e democrática do fluxo de comunicação, que tem sido um dos vetores principais para disseminar a globalização ecológica e comunicacional, com a criação de várias redes ambientais. Para isso, nossa intenção é também refletir sobre inúmeros aspectos da sociedade contemporânea globalizada, na qual a preocupação central tem recaído, justamente, nas questões ambientais. As tecnologias da informação e comunicação trazem elementos que determinam a complexidade da comunicação neste século 21, protagonizando uma inter-relação com os suportes e aparatos midiáticos, gerando uma nova perspectiva para a humanidade. Causas como a defesa da Amazônia são pautas centrais de várias organizações da sociedade civil. Que se articulam e se organizam (na difusão de suas idéias e ações) no ato de apropriação dos mecanismos comunicacionais oferecidos pelas TICs. Promover intervenções e protestos contra o desmatamento das florestas, poluição dos rios e mares, esgotamento dos recursos naturais e destruição da natureza também fazem parte destas possibilidades.

Ao mesmo tempo em que a ciência e os avanços tecnológicos se colocam inquestionáveis em nossas vidas, questionáveis são, em muitos casos, sua aplicabilidade. Vivemos num tempo em que fazer previsões dos avanços científicos se

torna um exercício ficcional, podemos fazer projeções, não definições cartesianas. É necessário definir que o mundo globalizado está em construção. E, por isso

mesmo, não podemos prescindir da qualidade de vida e de sustentabilidade intelectual para manter a natureza e os seres vivos sob perspectivas de sobrevivência a longo prazo; portanto, faz-se mister pensar a globalização ecológica como uma atitude político-social e cultural.

SOCIEDADE GLOBAL E MEIO AMBIENTE

227

Feita esta exposição inicial é possível tecermos alguns comentários para analisar melhor nossa sociedade global e comunicacional. Em primeiro lugar é bom lembrarmos que as tecnologias (prioritariamente a do campo da comunicação) estão entre as maiores conquistas do mundo contemporâneo, elas são responsáveis, por exemplo, pela “facilidade” que temos hoje em utilizar mecanismos que, outrora, eram privilégios de especialistas.

Produzir/partilhar todo o tipo de conteúdo (vídeos, músicas, arquivos diversos etc.), inclusive construí-los coletivamente com qualquer pessoa, independente de seu espaço geográfico subvertido pela desterritorialização do espaço/tempo da era globalizacional, idéia defendida pelo geógrafo Milton Santos (2000). Disponibilizar esses conhecimentos na grande teia mundial de computadores é algo de dimensões planetárias. Uma possibilidade direta de democratização do conhecimento nunca antes vista na história das civilizações. A expressão Inteligência Coletiva (IC) talvez explique um pouco este novo cenário de possibilidades. O termo IC põe diante de quem o observa a união de duas significativas palavras: inteligência e coletiva. Segundo Pierre Lévy (1999), a palavra inteligência, ao ser ouvida pode, sem muito

esforço, levar o indivíduo a pensar a respeito de tudo o que se encontra armazenado em sua cabeça, desde o dia de seu nascimento até àquele exato momento presente; conseqüentemente, também o leva a se questionar se é ou não inteligente. Para ele inteligência é o conjunto canônico das aptidões cognitivas, a saber, as capacidades de perceber, de lembrar, de aprender, de imaginar, de raciocinar (1999). Não se trata somente da inteligência entendida no sentido cognitivo quase material, muito próximo da capacidade da memória, como sendo a faculdade de armazenar o maior número de informações na mente, é muito mais: trata-se de todas as faculdades humanas constituídas no decorrer da vida de cada indivíduo. Um exemplo de como esse conhecimento compartilhado acaba tornando-se coletivo é a enciclopédia colaborativa e virtual Wikipédia⁴¹, um caso emblemático e simbólico onde esta Rede Digital, constituída com a ossatura da Internet, materializa conhecimentos abundantes e plurais, disponíveis a todos que queiram acessá-los.

A inteligência coletiva não é um conceito exclusivamente cognitivo. Inteligência deve ser compreendida aqui como na expressão 'trabalhar em comum acordo [...] Trata-se de uma abordagem de caráter bem geral da vida em sociedade e de seu possível futuro. Essa visão de futuro organiza-se em torno de dois eixos complementares: o da renovação do laço social por intermédio do conhecimento e o da inteligência coletiva propriamente dita [...] a arte de suscitar coletivos inteligentes e valorizar ao máximo a diversidade das qualidades humanas [...] elas acontecem quando falamos de mundos virtuais quando temos em mente vastas redes digitais, memórias, interfaces multimodais interativas, rápidas e nômades das quais os indivíduos poderão se apropriar facilmente. Imaginamos, sobretudo, uma relação com o saber diferente da que hoje prevalece, a instauração de um espaço de comunicação não-midiático, uma profunda renovação das relações

⁴¹ A Wikipédia é uma enciclopédia multilíngüe online livre, colaborativa, ou seja, escrita internacionalmente por várias pessoas comuns de diversas regiões do mundo, todas elas voluntárias. Por ser livre, entende-se que qualquer artigo dessa obra pode ser transcrito, modificado e ampliado, desde que preservados os direitos de cópia e modificações, visto que o conteúdo da Wikipédia está sob a licença GNU/FDL (ou GFDL). Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia>. Acesso em julho de 2008.

humanas [...] uma reinvenção da democracia. (LÉVY, 1999, p. 26-94).

Outra palavra-chave para entender a importância destes novos hábitos comunicacionais (que cronologicamente não têm mais do que 20 anos) chama-se tecnologias da informação e comunicação (TICs), juntamente com a Internet – intrinsecamente ligada a TICs –, elas possibilitaram um enorme crescimento do fluxo de comunicação e, por conseqüência, o desenvolvimento da informação que circula em rede, ramificada em vários espaços e central para nossa sociedade, como afirma Castells:

A Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. A Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede [...] O ambiente de rede permite assim, a comunicação de muito com muitos, num momento escolhido, em escala global, a influência das redes baseadas na Internet vai além do número de seus usuários: diz respeito à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura. (CASTELLS, 2003, p. 210)

Esta exclusão, a que se refere Castells (2003), e o novo contexto sociotecnológico foi apropriado perfeitamente pelo capitalismo moderno e seus expoentes. Logo após a 2ª Guerra Mundial, e na seqüência, durante a corrida armamentista ocasionada pela Guerra Fria, o investimento e aprimoramento tecnológico foi de um montante nunca visto antes na história das sociedades, o que, como veremos, mudou-a completamente. Hoje, com a hegemonia do capitalismo neoliberal e das grandes corporações transnacionais, potencializadas e potencializando as tecnologias da

informação, nas quais o carro-chefe é a Internet e o ciberespaço, o maior valor econômico é dado a quem detém o controle da comunicação. Ou seja, quem detém a informação detém o poder. E o poder, numa sociedade capitalista, é o controle do capital, mesmo que hoje este capital seja um bem intangível e imaterial, encarnados nos processos comunicacionais do século 21.

230

Fazendo uma crítica a estes processos, a era da informação gerou distorções equivocadas infinitamente mais complexas que a velha exploração da mais-valia na antiga sociedade industrial do começo do século 20. Grandes corporações dominam o planeta e detém esse bem intangível. Essas corporações, num entrelaçamento global, expõem seus tentáculos que alcançam todas as partes do globo, em conglomerados transnacionais, fazendo da comunicação um terreno de monopólios e oligopólios (CHOMSKY, 2005).

Mas, dentro de todo este cenário globalizacional e tecnológico, é um dos elementos desta mesma sociedade que está gerando outras possibilidades contra os grandes monopólios comunicacionais: a Internet como suporte da organização em rede.

O capitalismo informacional encontra barreiras persistentes em seu avanço, indo de encontro às possibilidades democráticas da Internet, que aperfeiçoou a comunicação em rede, descentralizada, compartilhada, plural e democrática. Hoje, mesmo quem não tem dinheiro para comprar bens tecnológicos pode usufruir da troca horizontal (de tudo que se possa imaginar) feita na grande teia mundial de computadores, inclusive se organizar para combater a lógica do monopólio do conhecimento e a vocação predatória de grandes setores internacionais públicos ou privados (governos

e corporações empresariais) em exaurir os recursos naturais do planeta em nome do lucro a qualquer custo, mesmo que este “custo” seja o fim de nossa civilização. Talvez o exemplo de organização mais importante feita em rede – também denominada de ciberativismo⁴² –, para combater a destruição dos recursos naturais e preservação do meio ambiente seja realizada pelo Greenpeace⁴³, cujas ações globalizadas repercutem midiaticamente em quase todos os noticiários do planeta.

231

A lógica tecnicista da comunicação está presente em todos os espaços do mundo moderno. O Fórum Econômico Mundial (FEM)⁴⁴ certamente é uma de suas maiores instâncias. Seu discurso diz que o crescimento econômico deve ser formatado pelo investimento, uso e aplicação das tecnologias de informação e comunicação. Uma tese coerente se analisada pela ótica dos países e organismos mais ricos do mundo, e que compõem o FEM. Mas, na contramão dessa idéia, o movimento da sociedade civil organizada que ficou conhecido como “antiglobalização” (termo equivocado, por sinal) e surgido de uma série de lutas contra o “pensamento único”⁴⁵ - propagado pelos detentores do capital transnacional e seu poderio comunicacional –,

42 Ciberativismo é uma forma de ativismo realizado através de meios eletrônicos, como a informática e a internet. Na visão dos que o praticam, o ciberativismo é uma alternativa aos meios de comunicação de massa tradicionais, permitindo-lhes “driblar” o monopólio da opinião pública por estes meios, ter mais liberdade e causar mais impacto, ou é apenas uma forma de expressar suas opiniões. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ciberativismo>. Acesso em julho de 2008.

43 O Greenpeace é uma organização global e independente que atua para defender o meio ambiente e promover a paz, inspirando as pessoas a mudarem atitudes e comportamentos. Está presente em mais de 40 países e conta com a colaboração de aproximadamente 3 milhões de pessoas. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/quemsomos/>. Acesso em julho de 2008.

44 O Fórum Econômico Mundial (FEM) é uma reunião anual – geralmente acontecida em Davos na Suíça –, e que reúne os executivos-chefes das corporações mais ricas do mundo, além de líderes políticos e intelectuais de todo o planeta.

45 Conjunto de idéias sociais, culturais, políticas e econômicas que propagam uma concepção de mundo voltada ao consumismo neoliberal.

ficou conhecido como Fórum Social Mundial (FSM)⁴⁶, criado inicialmente para se contrapor ao FEM e que, a posteriori, seguiu seu próprio caminho e tomou diretrizes outras que não só o antagonismo ao Fórum Econômico Mundial, exatamente, porque pensa a globalização sob a ótica de um desenvolvimento sustentável possível de conviver com as políticas econômicas de crescimento.

232

Fica claro que o direito de criar, acessar e compartilhar conhecimento gratuitamente não está nos planos de quem controla a atual sociedade da informação globalizada, que pensa a comunicação como mercadoria, somente disponível a quem puder comprá-la. Mas que, também, neste mesmo cenário, existem inúmeros atores independentes e contrários a esta lógica quase intransponível do lucro, acima de tudo, inclusive das pessoas e sociedades.

Este novo cenário está possibilitando que as TICs sejam instrumentos na busca de teorias até então não existentes. Que abrem outras veredas para o conhecimento científico e social. Alguns destes caminhos podem ser apontados quando analisamos a interatividade como ponto central no fluxo de comunicação, conexão e relacionamento⁴⁷. Para tal, o pesquisador da UnB, Venício A. Lima tem a seguinte reflexão sobre a temática:

Neste início de século, a emergência de novas e revolucionárias tecnologias interativas de comunicações (em particular a Internet) obriga a uma rediscussão conceitual, cada vez mais interligada à cultura. Esse, aliás, é um aspecto fundamental que ainda não foi absorvido em sua devida proporção pelos teóricos do campo intelectual das comunicações. Uma das tendências, particularmente promissora, que pode ser identificada como característica do novo cenário tecnoló-

46 Ver www.forumsocialmundial.org.br.

47 Pesquisa que vem sendo desenvolvida pelo Prof.º Dr.º Marcos Nicolau, do PPGCOM da Universidade Federal da Paraíba – UFPB.

gico, integrado e integrador, é a interatividade, isto é, a possibilidade de interação simultânea entre emissor e receptor (leitor e/ou espectador). Otimistas chegam até mesmo a chamar as sociedades deste início de século XXI de “sociedades interativas”, muito diversas, com certeza, daquela “sociedade de massas” idealizada no século XIX e que serviu de referência aos modelos teóricos da Manipulação e da Persuasão. (LIMA, 2001, p.54-55)

Seguindo o raciocínio deste pesquisador e lembrando que este campo (dentro da já complexa e difusa busca do objeto de pesquisa da comunicação) é relativamente novo, por se tratar de um tema atual e de relevância ímpar, é necessário criar novas possibilidades teóricas e metodológicas, novos campos de observação científica, novas possibilidades que encarem esta rediscussão da comunicação em rede e interativa na busca de novos paradigmas.

Para tanto essa rediscussão da comunicação nas sociedades será produto de muito esforço de inúmeros atores espalhados por todo o planeta e de mais diversa origem. A comunicação como “cimento social”, argumentada por Maffesoli (2003), dialogicamente traduzida por Machado (2003), é uma realidade. Essa “cola” do mundo moderno traz o simbolismo da comunicação num patamar nunca antes visto. “Quando nos encontramos, quando nos comunicamos, diminuindo as distâncias, quando compartilhamos coisas e quando participamos de um destino comum.” (MACHADO,2003,p.15). O significado de nossa civilização pode estar mais próximo do desejado, ou seja, uma sociedade melhor para todos. Um conceito aparentemente vago que se torna palpável à medida que a comunicação consegue personificar (ou pelo menos está tentando) ideais de uma sociedade planetária:

Essa forma de vibração remete essencialmente à comunicação. A palavra comunicação serve também para encarnar o retorno dessa velha idéia que é o imaginá-

rio, ou seja, o fato de que se vibra com os outros, em torno de alguma coisa, seja qual for essa coisa. (MACHADO, 2003)

234

Sem dúvida, é preciso inovar nas linguagens comunicacionais, experimentar o novo, levar em consideração a diversidade em todos os seus sentidos, principalmente em relação à cultura, excluir os “projetos totalizantes”, ousar. A comunicação é uma das ciências em que esse exercício criativo é permanente, pois, do contrário, estaremos fadados a repetições de velhos modelos, “míopes” diante de um mundo que se transforma a todo instante.

Essa metamorfose diária encontrou sua plataforma no “desenvolvimento estratégico das tecnologias da informática e comunicação, com reverberações por toda a estrutura social das sociedades capitalistas avançadas” SANTAELLA, 2003). Conceitos esses que perpassam a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, cultura das mídias e a cultura digital. Onde novos ambientes socioculturais são criados e novas linguagens precisam ser utilizadas. É difícil relacionar-se com tais adventos tecnológicos sem a impressão de que seremos engolidos por eles, precisamos, na medida do possível, buscar conceitos claros perante a complexidade da sociedade moderna, dos pensamentos que tendem a se repetir, buscar uma evolução da linguagem para entender melhor essa nova cultura (ou culturas) que se apresentam midiaticamente.

Outro ponto considerado importante nesta análise, baseado nos referenciais teóricos, aqui já expostos, é o cuidado que precisamos ter com certas teorias pós modernas que se prendem ao abstrato do mundo real. Há uma “crise dos sentidos” do

que realmente é concreto nos dias em que vivemos. Dizer, por exemplo, que as tecnologias possuem características humanas e a contradição é uma delas soa trivial, dizer, por outro lado, que somos essas culturas também soa óbvio. Fugir de clichês e fazer intervenções para além do senso comum é necessário, urgente. É claro que muitas vezes nos faltam elementos para esse exercício vital em compreender uma sociedade pós-moderna, globalizada, que tem na comunicação seu maior alicerce. Para tanto o termo “pós-moderno” vem sendo substituído por “pós-humano”, mais adequado as características da sociedade conectada e virtualizada em que vivemos.

235

O potencial para as combinações entre vida artificial, robótica, redes neurais e manipulação genética é tamanho que nos leva a pensar que estamos nos aproximando de um tempo em que a distinção entre vida natural e artificial não terá mais onde se balizar. De fato, tudo parece indicar que muitas funções vitais serão replicáveis maquinicamente assim como muitas máquinas adquirirão qualidades vitais. O efeito conjunto de todos esses desenvolvimentos tem recebido o nome de pós-humanismo. (SANTAELLA, 2003.p.199).

Como vimos, a tecnologia novamente se mostra como uma importante ferramenta da sociedade moderna, contemporânea, no sentido de proporcionar uma emancipação civilizatória. Aproveitando elementos de várias vertentes e origens, as quais perpassam, desde os conhecimentos científicos (classicamente formatados) até o conhecimento popular ou ordinário (não necessariamente empírico). Este último classificado como conhecimento comum (MAFFESOLI, 1987). Conseqüentemente todos os sujeitos comunicacionais, ou seja, todos os seres humanos do planeta Terra que têm acesso à rede mundial de computadores e são potenciais produtores e consumidores de conhecimento. Neste século 21, é preciso repensar essa produção de conhecimento, pautada na economia neoliberal, que tem no consumo seu suporte

ideológico, de modo que haja um novo padrão de comportamento. Incentivando o consumo consciente de conhecimento sustentável, ou seja, uma mudança em relação ao uso dos suportes e ferramentas tecnológicos, de modo que estes tenham novos papéis que possam ser úteis à sociedade em geral.

236

Os meios de comunicação interativa, sobretudo os ligados à Internet e o processo de digitalização, a globalização das culturas, e, segundo Santos (2000) “a desterritorialização do espaço físico – onde os acontecimentos não necessariamente precisam estar em um determinado lugar materializado geograficamente”, estão presentes na dicotomia entre cultura pasteurizada (fruto da sociedade de consumo) e respeito à diversidade, elementos para nossa compreensão de uma sociedade global, plugada pela Internet. Alimentada com o que a de melhor e pior no mundo, sem condições de fazer previsões infalíveis pelo simples fato dessas especulações serem esfaceladas pela metamorfose presente em nosso cotidiano/futuro. A única certeza, hoje, é que a comunicação estará presente em todo esse processo de construção da sociedade, de troca e propagação do conhecimento.

Portanto, caminhar em direção ao conhecimento sustentável que possa tirar mais proveito das ferramentas tecnológicas é uma opção inteligente. Que visa a introdução de novos paradigmas comunicacionais que vão, feticivamente, contribuir para a formação de uma nova sociedade a qual se forjará sob bases sistêmicas, interconectadas com a perspectiva de construir novos padrões de convivência na globalização ecológica, na qual co-existam a solidariedade multicultural, a sensibilidade

ambiental, o respeito às diferenças e o uso racional dos recursos naturais.

GLOBALIZAÇÃO ECOLÓGICA

Os meios de comunicação representam um papel muito importante na articulação entre o local e o global. É através da mídia que o mundo se organiza diariamente. Com a convergência midiática preconizada neste século, refletir sobre a globalização que se quer é vital e inadiável. Seu *modus operandi* está esgotando suas próprias bases, haja vista elas estarem fincadas no poder do capital, como salienta Ana Teresa Pinto:

A globalização é a liberação generalizada dos mercados financeiros em âmbito planetário. Por sua natureza exclusivista e discriminadora, reúne a máxima concentração de dinheiro, enriquecendo poucos à custa da pobreza de muitos; gera injustiça econômica, aprofunda o abismo entre ricos e pobres, além de provocar marginalização e exclusão social para grande parte da humanidade. (PINTO, 2007.p.7)

Este viés da globalização começou a mudar – e a pauta do meio ambiente interferir diretamente nas regras do jogo da política mundial –, no começo da década de 1990 do século passado. O novo paradigma do desenvolvimento, o conceito de desenvolvimento sustentável, ambos introduzidos na ECO 92 e, mais recentemente, as conclusões do Fórum Social Mundial criaram as possibilidades de uma autoridade internacional – Organização Mundial do Ambiente da ONU – que se preocupe eminentemente com as questões cruciais do meio ambiente, como, por exemplo, o aquecimento global e como fazer para combatê-lo.

A globalização ecológica, por sua vez, recoloca o ser humano no seu papel central

de viver sob uma ética global que lhe propicie melhores condições de vida e maiores possibilidades de buscar alternativas. Conforme indica Ana Teresa Pinto (2007, p. 5), a Unesco prioriza o uso das TICs, desde que elas atendam a questões como estas: como podem ser utilizadas para acelerar o desenvolvimento em direção à meta de “educação para todos ao longo da vida”; como podem contribuir para reconciliar universalidade e especificidade local do conhecimento; como podem preparar os indivíduos e a sociedade de forma que eles dominem as tecnologias que permeiam crescentemente todos os setores da vida e possam tirar proveito delas.

A globalização ecológica apresenta uma nova forma de pensar, de agir e de se relacionar, privilegiando os interesses coletivos que contribuem para o bem-comum. Para os países em desenvolvimento, como o Brasil, a sustentação e o equilíbrio entre o crescimento econômico e o meio ambiente pressupõem a superação da pobreza e do subdesenvolvimento. Contudo, as riquezas naturais brasileiras, tidas como um negócio desde que os portugueses aqui aportaram para levar pau-brasil, ouro e diamantes para pagar aos ingleses suas dívidas, podem, hoje, ser vistas sob a concepção do desenvolvimento sustentável, visando garantir às futuras gerações energias alternativas e fartura alimentícia. Esta última, ponto central de uma crise planetária anunciada e resultante da ganância especulativa dos grandes mercados internacionais, do protecionismo agrícola das nações mais ricas do mundo e da produção desenfreada de biocombustíveis em detrimento da produção de alimentos, como explica matéria da revista Carta Capital em abril de 2008:

A disparada do preço dos alimentos detonou um clima de guerra global [...] Uma

passada no México contra a escalada do custo da popular tortilha, feita de milho americano, reuniu mais de 75 mil pessoas na capital, em janeiro [...] eles atribuem a culpa da falta de comida à expansão dos biocombustíveis, que supostamente ocupariam áreas antes destinadas aos alimentos [...] De fato, a produção de etanol de milho tem avançado nos Estados Unidos, sobre lavouras antes dedicadas ao abastecimento de comida [...] O embate se concentra na questão dos subsídios dos países ricos (Estados Unidos, Japão e nações europeias) aos produtos agrícolas. Tanto que o ministro das Relações Exteriores do Brasil, Celso Amorim, alertou para a intransigência do Primeiro Mundo, cujos bilhões de dólares e euros destinados ao campo estariam desestimulando o aumento da oferta de alimentos por parte dos países em desenvolvimento. (CARTA CAPITAL, 2008.p.24-30)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O argumento exposto acima ratifica a necessidade imperiosa de mudarmos nossa sociedade global para uma outra que busque incessantemente a qualidade de vida de todos os seres humanos, onde, fazendo alusão ao exemplo colocado, a produção e distribuição de alimentos seja prioridade indiscutível para todas as nações. Nesse sentido, a comunicação interativa (propagadora de conhecimento ao possibilitar conexão entre uma infinidade de grupos e pessoas através das tecnologias da informação e comunicação) pode efetivar a globalização ecológica e, para não esquecermos o mais significativo exemplo brasileiro no quesito meio ambiente, propagar efetivamente a idéia de preservação da floresta amazônica, uma das bandeiras fundamentais desta nova sociedade.

A Amazônia brasileira desempenha um papel central em várias questões ambientais de nível global, e também se encontra estreitamente ligada às forças econômicas mundiais (pois há inúmeros interesses que vão desde a extração de sua biodiversidade até ao domínio de seus recursos hídricos). A globalização representa uma

mistura de influências positivas e negativas com relação ao meio ambiente. Este fato indica a importância do Brasil e a magnitude deste bioma não só para nosso país, mas também para todo o mundo.

Portanto, remetendo ao princípio deste artigo, apontamos que é necessário construir um conhecimento coletivo da globalização ecológica, potencializando as tecnologias da informação e comunicação como vetores cruciais de interação entre as pessoas, grupos e coletivos, independentemente de suas localizações geográficas. Determinando, não pela utilização das ferramentas em si, mas pelas possibilidades que elas oferecem no ato/aprendizado de sua utilização, aprender e ensinar novas formas sustentáveis de ver e viver em nosso planeta.

240

REFERÊNCIAS

ATHAYDE, Phidia; PINHEIRO, Márcia. **A revolta dos Pobres** – A falta de alimentos gera protestos e novo embate entre ricos e emergentes. Carta Capital, São Paulo, n.493, p.24-30, abril. 2008.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 243 p. (Interface).

CHOMSKY, Noam. **Para entender o Poder**. São Paulo: Editora Bertrand Brasil, 2005.

LEMONS, André. **Cibercidades** (Online). Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt_and1.htm>. Acesso em julho de 2008.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura**. São Paulo, Ed. 34, 1999.

LIMA, Venício A. **Mídia**: Teoria e Política. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura**. 2ª. ed. São Paulo:Paulus, 2003.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal**. São Paulo: Record, 2000.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar a Mídia?** São Paulo, Loyola, 2002.

Jornalista/educador/ecologista

Norma Meireles⁴⁸

JORNALISMO CIENTÍFICO

De maneira geral, o *jornalismo ambiental* está inserido no científico, formando uma subárea. Dessa forma, antes de tratarmos da especialização na área de meio ambiente, especificamente, nos deteremos um pouco ao jornalismo científico, também denominado “de ciência” ou “sobre ciência”. A nomenclatura para esta especialização é um dos aspectos que nos chama atenção na bibliografia específica. Vários autores dizem preferir não utilizar o termo *jornalismo científico* para evitar possíveis erros de interpretação por parte do leitor. Paula Assis (2001, p.54), por exemplo, diz

⁴⁸ Professora do DECOMTUR/UFPB, Mestre em Educação (CE-UFPB), Especialista em Jornalismo Cultural pela FIP (Faculdades Integradas de Patos)-PB, Graduada em Comunicação Social pela UFPI. É pesquisadora do GEDIC (Grupo de Estudos de Divulgação Científica) e do GEPSEME (Grupo de Pesquisa Sexualidade, Meio Ambiente e Educação). E-mail: norma.meireles@gmail.com

que a expressão “ ‘Jornalismo científico’ pode induzir a uma leitura como ‘modo científico (isto é, mais preciso) de fazer jornalismo’. Por isso prefiro ‘jornalismo de ciência.’” E Vieira (2001) prefere utilizar “Jornalismo sobre ciência”. Já Oliveira (2002) opta por jornalismo científico para designar a especialização jornalística focada em ciência e tecnologia (C&T). Esse cuidado é baseado pelo fato de o jornalismo investigativo também ser chamado de “científico” ou de “precisão”. Aqui, a menção a jornalismo científico, refere-se ao conteúdo e não ao método, embora um não descarte o outro.

Se o jornalismo ambiental está contextualizado no jornalismo científico, este último insere-se, de forma mais abrangente, na comunicação científica, que, de acordo com Massarani e Moreira (2001, p.32), podem ser distinguidos em três linhas: “os discursos científicos primários (escritos por pesquisadores para pesquisadores); os discursos didáticos (como os manuais científicos para ensino) e os de divulgação científica [...] Cada discurso serve a um propósito determinado e busca atingir um público específico”. Textos escritos de pesquisadores para pesquisadores são altamente especializados e considerados disseminação científica; a divulgação científica, por sua vez, utiliza-se de linguagem acessível. Referindo-se a revistas brasileiras, Gomes (2001, p.107) observa que “quando a *revista de divulgação científica* tem como alvo um público não especializado e publica textos produzidos exclusivamente por jornalistas é denominada *revista jornalística especializada em ciência*” (grifo da autora), citando as revistas *Superinteressante* e *Galileu* (antiga *Globo Ciência*) como exemplos.

Um dos pontos que determinam a importância da divulgação científica é o acesso à informação por parte de toda a sociedade, não apenas dos cientistas. O jornalismo científico contribui para uma cultura científica e para o exercício da cidadania, já que a ciência e a tecnologia fazem parte do cotidiano das pessoas. Porém, por falta de informação as pessoas não opinam sobre assuntos específicos, só uma pequena parte da sociedade está apta a emitir opinião. Nesse contexto, segundo Oliveira (2002, p.15), “o jornalismo científico pode entrar em cena como agente facilitador na construção da cidadania”. A autora (2002, p.14) também pontua que o “jornalismo científico de qualidade deve demonstrar que fazer C & T⁴⁹ é, acima de tudo, atividade estreitamente humana, com implicações diretas nas atividades socioeconômicas e políticas de um país”.

245

Assim como na questão etimológica, também não há unanimidade quanto a uma linguagem específica e a formação especializada do jornalista que vai trabalhar na área de C & T. Alguns autores defendem os saberes jornalísticos de discernimento, apuração e narração com únicos pré-requisitos necessários que habilitam o profissional a atuar em qualquer área, inclusive na científica, é o caso de Assis (2001, p.23), que admite “que para uma pessoa sem formação em determinada área, é mais difícil conduzir uma entrevista. No entanto, a função de um repórter é perguntar e tirar dúvidas”. Um contraponto pode ser observado em John (2001, p.88), que se referindo a atuação na área de ecologia defende a “formação prévia e atualização constante do profissional”. No entanto, nenhum dos questionamentos acima nega a possível

49 C & T – Ciência e Tecnologia

contribuição do jornalismo científico para o desenvolvimento socioeconômico, bem como para o desenvolvimento humano, dada a importância da divulgação científica para o exercício da cidadania plena.

AVANÇOS E DESAFIOS

246

Tendo como extremos da balança a inexistência ou a consolidação de algumas idéias, podemos dizer que, consoante com Bueno (2007b), o jornalismo científico está em ascensão em função do aumento do número de publicações especializadas bem como do interesse acadêmico por este campo em particular. Visto que “primeiro formam-se os profissionais, desperta-se para a temática e, depois, as pautas surgem na mídia naturalmente”. É o que se espera, mesmo com demora. Acrescentemos aos dois fatores já citados, a articulação dos profissionais via internet para “fortalecer a divulgação científica, com espaços novos e destinados a públicos distintos” e a publicação de revistas, a exemplo da ComCiencia (Labor – Laboratório de Jornalismo da Unicamp) e de outras publicações vinculadas a instituições de pesquisa nos âmbitos federal e estaduais.

Todavia, “o panorama continua pouco favorável ao jornalismo científico nos ‘jornalões’, no rádio e na televisão” (BUENO, 2007b). E o problema é duplo, quantitativo e qualitativo: no rádio, na TV e nos jornais, “O equívoco maior está na prática de um jornalismo científico que vive a reboque de fatos sensacionais, que não atende à sua função pedagógica e que não está comprometido com o processo de democratização

do conhecimento”; na comunidade científica, a irrisória circulação de informações em ciência e tecnologia, segundo Bueno (2007b), dá-se exatamente porque cientistas e órgão de incentivo à pesquisa, como a Capes “conferem pouca importância à tarefa de se comunicar com a sociedade, preferindo privilegiar a comunicação interpares, como se, no Brasil, não fosse o imposto pago pelos cidadãos, todos nós, financiadores da pesquisa em ciência e tecnologia que se faz no país”.

247

A luta por mais espaço midiático para C & T é salutar se acompanhado por um salto qualitativo na produção das informações, como ressalta Bueno (2007b), “Não adianta lutarmos por mais tempo e espaço, se não soubermos ocupá-los adequadamente [...] É preciso enxergar além da notícia. É preciso perceber quais os verdadeiros interesses dos que alegam fazer ciência”.

O público também precisa avançar qualitativamente para que o entendimento na área de Ciência e Tecnologia, mais especificamente, em Meio Ambiente, melhore: “O público, por mais heterogêneo que seja, precisa também enxergar algumas relações para, então, exigir, cobrar e fazer que o nível do conteúdo dos jornais se eleve”. (GERAQUE, 2004, p.80). Outra observação importante no debate acerca da construção e recepção das notícias é a de Belmonte (2004, p.28), ao discorrer sobre a inserção pessoal, sobre o papel e a responsabilidade individuais. Para o autor, o “desafio para os jornalistas a partir de agora é mostrar a responsabilidade de cada um, e não mais transferir o problema apenas para as ‘autoridades (in)competentes”.

Certamente, há sempre novos avanços e novos desafios, na medida em que uns se resolvem outros aparecem. Que as competências individuais e coletivas traba-

lhem em comunhão e homeostaticamente para que C & T e Meio Ambiente percam o status de “assunto problema” e sejam facilmente compreendidos, tarefa que, indubitavelmente envolve a Educação.

JORNALISMO AMBIENTAL

248

Hoje, a sociedade de consumo não espera por nada nem por ninguém; forçando, inclusive, a algumas mudanças de postura e de estratégia dos movimentos sociais, que antes se pautavam pelas grandes transformações sociais, universais, pela mudança do sistema. Contudo, o contexto atual, com suas crises de paradigmas, não exclui formas tradicionais de se fazer movimentos sociais, mas acolhe novos movimentos. De acordo com Brandão (2001, p.245-246) o que diferencia a maioria dos *neomovimentos* “é a consciência de que estamos todos ingressando em novos tempos de vida social. De vida pessoal e, no extremo oposto, mas convergente com ela, de uma vida cósmica, segundo o imaginário de alguns movimentos”. Esses entrelaçamentos do pessoal com o social, do particular com o todo, do específico com o geral, do local com o universal nos levam a uma multiplicidade de relações, de articulações, o que Castells muito bem define como “sociedade em rede”. Questionando-se sobre a difusão das idéias ecológicas contextualizadas na “insensatez do planeta”. Castells (1999, p.154) propõe “a hipótese de que existe uma relação direta entre os temas abordados pelo movimento ambientalista e as principais dimensões da nova estrutura social, a sociedade em rede, que passou a se formar dos anos 70 em diante”. O autor observa ainda que “devemos analisar o recente desenvolvimento de tipos di-

ferentes de influentes movimentos sociais que, em vez de reativos, podem ser classificados como pró-ativos: o ambientalismo e o feminismo” (CASTELLS, 1999, p.137).

Desta forma, o movimento ambientalista está inserido no contexto dos novos movimentos, que buscam alternativas por não poder esperar realizar primeiro as transformações estruturais. É “pró-ativo” e não “reativo” e “sem sombra de dúvidas [...] é um dos mais importantes movimentos sociais de nosso tempo” (CASTELLS, 1999, p.165), tanto pelas estratégias de ação (inclusive midiáticas) quanto pela aproximação e identificação com vários outros movimentos sociais, devido à própria característica inter/multidisciplinar das questões ambientais. Apesar de cada movimento possuir identidades particulares, a diferença os articula e os une, como lembra Brandão (2001, p.246), “novos sujeitos sociais articulados em suas causas e lutas sociais justamente pela diferença de quem são e do que sonham realizar”. Transformações cotidianas, aqui e agora, lembrando do passado e rabiscando o futuro.

Logo, para tratarmos das questões ambientais temos que contextualizá-las nos âmbitos geográfico, social, econômico, político e cultural, considerando não só o presente, mas o passado e o futuro (o somatório do que fomos, somos e seremos), levando em conta que ações locais têm conseqüências globais, que “a carteira de identidade terrestre do novo cidadão do mundo comporta um agrupamento de identidades concêntricas, a partir da identidade familiar, local, regional, nacional” (MORIN; KERN, 1995, p.127).

A subjetividade no jornalismo está presente em todos ou momentos da produção da notícia, da escolha da pauta à veiculação, e o jornalista deve estar mais que

consciente do seu poder de *gatekeeper*, que seleciona notícias. De maneira geral, ainda não há uma “cultura ambiental” no jornalismo brasileiro. Ao pensarmos na ausência ou presença de tema ambientais no dia-a-dia das redações é inevitável citar a função de mediador desenvolvida na sociedade pelo jornalista, pautando-a e agendando-a cotidianamente em maior ou menor escala; o que é sustentado pela hipótese do agendamento, na qual se observa que “as pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media*⁵⁰ incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (SHAW apud WOLF, 1995, p.130).

John (2001, p.88) acredita que o jornalismo ambiental mantém-se à parte do jornalismo científico devido ao ativismo dos jornalistas ambientais, cuja tarefa é informar educando: “A tarefa – de informar educando – encontra algum paralelo no jornalismo científico, do qual o jornalismo ambiental faz parte, mas se mantém, de certa forma, à parte, devido à sua vertente ativista”.

Ao jornalismo, hoje, já não basta apenas informar, é preciso ir além do porque, como esboça Belmonte (2004, p.35), embora costume assustar a população “a imprensa cumpre sem problema seu papel de informar [...] Mas, diante da crise ecológica, a imprensa também precisa assumir a responsabilidade de educar e transformar”, precisa “estar engajado em um modelo de vida sustentável do ponto de vista ecológico e social” (BELMONTE, 2004, p.35). O comunicador, enquanto produtor de sentido, também está inserido numa cadeia de produção de notícias, sujeito às leis de mercado, globalizado, com “finalidades contraditórias”, como diria Morin e

50 Meios de Comunicação de Massa

Kern (1995). O jornalismo ambiental torna-se, assim um desafio. Apesar disso, mesmo estando cerceado por regras editoriais e mercadológicas globalizadas, é possível cumprir funções sociais relevantes e desafiadoras:

O papel desempenhado pelos jornalistas ambientais ultrapassa os limites da notícia e penetra no campo incerto da educação. Incerto para jornalistas, que não tem, necessariamente, uma formação de educadores, mas acabam contribuindo para a formação de cidadãos 'ambientalmente educados' [...] ainda pretendem levar o leitor à ação (JOHN, 2001, p.88).

O posicionamento de John citado acima é compartilhado por Belmonte (2004, p. 29- 46), que acha que o jornalismo deve ir “além do alarme, ajudando a encontrar as saídas”, quando ele acredita que “dos repórteres, redatores e editores não se espera mais que apenas, mas também assumam um papel de educadores”.

O discurso do jornalismo ambiental envolve questões de desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida; numa prática jornalística socialmente engajada. Panorama especial para a discussão sobre ética na profissão. Oliveira (2002, p.57) acredita que “O maior princípio ético a ser perseguido é o da universalidade de nosso trabalho.” Segundo ela, “ser universal é tratar o problema local com a consciência de que ele está vinculado a contextos sociais, econômicos e políticos que têm origens globais e conseqüências que a médio e longo prazos podem vir a ser globais.” . A autora considera as questões ambientais um dos temas principais do jornalismo científico na atualidade e defende a recuperação da função de agente transformador social e político do jornalismo em detrimento da prática mecanicista da atividade. Visão compartilhada por John (2001) que ressalta o papel educativo do jornalismo e enfatiza a pretensão dos jornalistas ambientais de levar o leitor a uma ação am-

bientalmente correta, com o objetivo de atenuar as agressões ao meio ambiente e melhorar a qualidade de vida.

Na discussão acadêmica sobre a formação do jornalista alguns defendem a especialização, outros, a formação generalista. Para os últimos, ao jornalista importa dominar os saberes de reconhecimento, de procedimento e de narração da notícia. Já para os primeiros, um dos principais problemas para a contextualização e o aprofundamento de uma informação é a falta de especialização dos profissionais da imprensa.

252

Se a falta de especialização é uma dificuldade, a visão bitolada, unidirecional e excludente também o é. A especialização cega é inútil. Privilegiar determinados aspectos em prejuízo das suas possíveis conexões e inter-relações é negar a diversidade de pensamento, sentimento e ações sociais.

Acrescentemos às discussões a questão da militância no jornalismo, defendida, por Bueno (2007a) como compromisso, como a defesa corajosa idéias e posições “ainda que elas possam nos criar embaraços junto a patrões ou colegas da redação”. Especificamente mencionando o jornalismo científico Bueno (2007a) enumera compromissos fundamentais: a) *assumir que a ciência e a tecnologia constituem-se em mercadorias valiosas disputada pelos setores público e privado*; b) *lembrar que os veículos de comunicação também são empresas e que os limites entre a informação e o marketing (no mau sentido) são cada vez mais frágeis*; c) *respeitar a diversidade de idéias e as minorias*; d) *produzir matérias polifônicas*; e) *se interessar não apenas na grande descoberta, mas no impacto que ela possa acarretar para a sociedade*; f) *resistir às investidas e à chantagem dos poderosos e denuncia o assédio dos grandes interesses*.

Para Bueno (2007a), “A imprensa brasileira precisa de mais militância, de menos oficialismo, de mais compromisso”. Ele compara o jornalista militante a um “outdoor velho, perdido na paisagem. Ninguém liga pra ele, embora ocupe espaço.” E adverte: “um dia, pela sua absoluta inutilidade, será descartado. Militantes não são fáceis de substituir, mas gente sem coragem e sem caráter se encontra em qualquer esquina.” Na opinião de Belmonte (2004, p.21), o preconceito resistente nas redações quanto às temáticas ambientais, para ele “muitos jornalistas, de norte a sul, são simpatizantes da luta ecológica, apesar de a maioria não admitir publicamente, talvez para não sofrer represálias ou virar motivo de chacota.” Esse tipo de atitude em ambiente profissional jornalístico ratifica a preocupação de Bueno (2007a) com a seriedade e o compromisso da categoria.

Trigueiro (2005, p. 89) frisa a importância da parcialidade, do “tomar partido” no cotidiano do jornalismo ambiental comparando a necessidade dos ambientalistas hoje com os abolicionistas no passado: “Quando os paradigmas mudarem todos estiverem alfabetizados ecologicamente talvez não se precise mais de ambientalistas [...] “Nesse dia, o jornalismo ambiental terá cumprido a sua missão”. Enquanto isso, aconselha Girardi (2007), “os jornalistas ambientais devem manter uma vigilância permanente para não se deixar seduzirem por comportamentos mais fáceis”, orientando-se pela “ética do cuidado que nos ensina, conforme o teólogo Leonardo Boff, a ter um cuidado amoroso conosco e com os outros seres da natureza.”

Temos um cenário no qual nem “a imprensa brasileira nem mundial ainda não despertou para o jornalismo ambiental” (GERAQUE, 2004, p.93), pelo menos, não

tanto quanto poderia. Nesse contexto, em entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos (IHU, 2007), Wilson Bueno⁵¹ faz um balanço do jornalismo ambiental no Brasil quanto aos seus âmbitos científico e teórico. Ele percebe transformações qualitativas graduais no que concerne à cobertura desta área específica da produção jornalística, entretanto sustenta que há ainda se faz necessário ultrapassar desafios enormes. Bueno (IHU, 2007) diagnostica: na falta de veículos impressos especializados, de abrangência nacional, o diálogo do jornalismo ambiental com a sociedade depende dos veículos regionais e locais; a falta profissionais capacitados na área leva à coberturas precárias; apesar das importantes mudanças na TV e no rádio, com a inclusão de programas específicos, o Meio Ambiente ainda “é visto como espetáculo”.

Para Bueno (IHU, 2007), o problema das mídias ambientais, preocupadas e comprometidas com a temática, é não conseguir ampliar sua abrangência para além do público já interessado nas questões ambientais: “mídias ambientais, pelo menos as legítimas, têm cumprido um papel importante, especialmente na Web, mas em geral têm atingido pessoas já despertas ou comprometidas com a temática”. Quanto às universidades, Bueno alerta: “ainda não acordaram para a formação na área e há poucos cursos (uns cinco no máximo) na graduação e raras linhas de pesquisa ou projetos na pós-graduação.” O estudioso acredita na possibilidade de reverter a situação em poucos anos “se nós fizermos o trabalho bem feito e não assumirmos o meio ambiente como mais uma pauta que dá audiência”.

⁵¹ Wilson da Costa Bueno é bacharel, mestre e doutor em Comunicação e especialista em Comunicação Rural, é professor da Universidade Metodista de São Paulo e diretor executivo da Contexto Comunicação e Pesquisa.

Vale ressaltarmos que a mudança paradigmática precisa chegar aos empresários da comunicação, bem como os profissionais com cargos de chefia, a exemplo dos editores, que “controlam” os conteúdos nos impressos, no rádio, na TV, pois como analisa Trigueiro (2005, p.77), “meio ambiente ainda é uma questão periférica, porque não alcançou esse sentido mais amplo que extrapola a fauna e a flora”. De acordo com, Scharf (2004, p 51), “por tradição ou preconceito, boa parte da imprensa trata a questão ambiental como lago superficial, espetacular [...] e não pelo impacto concreto: político, econômico ou social. O valor da natureza é raramente estético, nada mais”. Mostradas apenas por este prisma, as informações sobre Meio Ambiente, que influenciam o imaginário social, apenas fortalecem noções reducionistas.

Acerca de modificações com vista à melhoria na produção jornalística ambiental Bueno (IHU, 2007) enfatiza o ativismo – “não se pode praticar o jornalismo ambiental sem compromisso, apostando numa pretensa neutralidade, objetividade etc”, *a mudança da visão fragmentada para a complexa* – “não pode focar-se apenas no aspecto técnico [...] o importante [...] é perceber as conexões entre o meio ambiente, a política, a economia, a cultura, a saúde e a sociedade”, e o *estar alerta* – “atentar para os grandes interesses que rondam essa área e ter em mente que existe na prática a chamada praga do marketing verde”. Esse *alerta* quanto à relação Meio Ambiente/ produção de notícias é um ponto comentado por vários autores, entre eles Trigueiro (2005) e Scharf (2004, p.61), que adverte que “o meio ambiente em si é um belo nicho de negócios”.

O JORNALISTA AMBIENTAL E O EDUCADOR

Se educar é empregar de prazer a nossa vida, o educador é quem?...É o profissional do sentido [...] que orienta, que ajuda [...] um profissional do sentido, que dá sentido, que constrói sentido.

Moacir Gadotti⁵²

256

Ao falar sobre “educação como prática de liberdade”, Ângela Antunes⁵³ chama a atenção para o ponto inicial do diálogo, ainda na ausência dos interlocutores, no plano intencional: “o diálogo começa quando o educador se pergunta, se questiona, sobre o que vai dialogar em sala de aula, ou seja, o diálogo começa quando o educador pensa no conteúdo programático”. Declaração oportuna para relacionarmos o professor/educador ao jornalista, já que a determinação de conteúdos faz parte do cotidiano da produção das informações, da escolha do que vai ao ar no rádio ou na TV, do que é impresso em jornais e revistas. É a função de *gatekeeper*, de porteiro; aquele que seleciona as notícias no caso do jornalista e os conteúdos programáticos no caso do educador. Poder seletivo que une objetividade e subjetividade. Tanto o professor quanto o jornalista estão presos a regras, curriculares e editoriais, respectivamente; porém, as escolhas individuais de cada profissional estão empregnadas de subjetividade, são espaços de liberdade, de criatividade, por menores que sejam. Momentos de decisão individual, pensados na e para a coletividade; trespassados pelos processos de mediações sociais.

⁵² Gadotti esclarece que considerar o professor um produtor de sentidos é uma consequência, uma continuidade, das idéias de Paulo Freire. Declarações retiradas do documentário Paulo Freire. (INSTITUTO...).

⁵³ Diretora pedagógica do Instituto Paulo Freire em declaração retirada do documentário Paulo Freire (INSTITUTO...).

Voltando à declaração de Ângela Antunes, a determinação dos conteúdos é apenas o início de diálogo entre professores e alunos, entre jornalistas e sociedade. Pensando bem, é somente um retorno a um ponto temporariamente aquietado dentro do processo de produção do saber humano, com suas idas e vindas, nos seus “círculos fecundos” ou mesmo desenhado espirais no tempo e no espaço. Jornalistas e professores, intelectuais, sujeitos sociais que constroem sentido e provocam o diálogo. Tarefa, muitas vezes, árdua, mas jamais impossível, que pressupõe o estar aberto ao aprendizado a cada momento. Afinal, como enfatiza Dines (1986, p. 55), ao pensar a relação dialógica entre jornal e sociedade, “o leitor não é fato isolado e singular, é fração de universo”, e acrescenta “o leitor padrão somos todos nós. Cada um de nós é a reprodução de partes idênticas de outros seres humanos, não somos fatos isolados e excepcionais” (DINES, 1986, p. 58).

Se para Soares (2007) a educomunicação funciona com a lógica ecossistêmica, Dines (1986, p.58), mesmo implicitamente, observa o jornal sob um ângulo semelhante; ele entende que “jornal bem-sucedido é trabalho de orquestra de personalidades e idéias diferentes ou mesmo antagônicas, porém complementares, harmônicas e equilibradas por normas ou metas comuns”. Desta forma, entende-se que o ponto nevrálgico para as inter-relações entre educador e jornalista, educador e educando, ecologistas e empresários, assim como em qualquer outra possibilidade interativa, é uma certa delicadeza mútua em busca de sintonia dinâmica.

IDENTIDADES E VISÕES DE MUNDO

Será que de alguma forma jornalista, professor e ecologista vêem o mundo de maneira diferente das demais pessoas? A pergunta nos induz ao questionamento das identidades de cada um, com se formam e se mantêm cotidianamente inseridas no contexto sócio-histórico-ambiental.

258

Uma identidade formada por um *fazer* e por um *ser* intimamente ligados a ponto de se confundirem, especialmente quando o trabalho consome a maior parte do tempo, e conseqüentemente da vida de uma pessoa. Assim, antes de outro pensamento, o mais provável é que a profissão seja a resposta para a seguinte pergunta: O que você é? Desta maneira, outras possibilidades de ser são aniquiladas, de maneira consciente ou não.

Entretanto, a suposta identidade de alguém, além da dinâmica interna entre o *fazer/ser* na cotidianidade (MAFALDO, 2004), insere-se contexto mais amplo que envolve seres semelhantes, bem como a toda a cultura da qual são produto e produtores. Assim, a identidade, ou, parafraseando Foucault, uma *vontade de identidade* articula-se em duas esferas, uma pessoal e uma social. A pessoal dentro da social, embora e primeira tenha potencial para influenciar a segunda, o que vai depender a correlação de forças interativas e do espaço interativo, local, regional, nacional, global.

Como afirma Bauman (2005), “a identidade é algo a ser inventado e não descoberto. Ela é um esforço, um objetivo”, que vai sendo moldada permanentemente por processos de subjetividade, objetividade e discursividade (ARAÚJO, 2000). Nesse jogo ininterrupto interno, externo e relacional da identidade, jornalista, professor,

ambos inserem-se em estruturas e ambientes profissionais controlados por regras, a exemplo das editoriais, no caso do primeiro, e curricular-metodológicas, no segundo. Além do mais, exercem sobre si mesmos um autocontrole, uma autocensura visando um “enquadramento”, seja ele institucional ou entre pares.

Para o jornalista, o contato com a diversidade de fatos e das fontes e a troca de experiência na comunidade jornalística, proporcionam ao profissional uma visão de mundo ampliada, diferenciada e de certa forma “privilegiada”. Essa ampliação da visão de mundo desemboca num senso de responsabilidade para com o público, numa busca constante pela verdade (entendida aqui como “imparcialidade”) e sua consequente divulgação. Some-se aqui à autocrítica, a crítica do mundo jornalístico e sua produção. Consciente da autocensura, da censura feita através das políticas editoriais e da acomodação a essa política para manutenção do emprego, os jornalistas admitem a possibilidade de manobras do repórter, do redator, para publicarem o que consideram noticiável, importante socialmente (MAFALDO, 2004).

Se a relação com público, mesmo que indireta, exerce influência na definição da identidade profissional do jornalista, o mesmo tem acontecido ao longo dos anos, na relação professor/aluno, educador/educando, dado o estabelecimento de papéis para cada um, das escolas não críticas (*tradicional, pedagogia nova e tecnicista*) às críticas.

Quando o professor era o *detentor do saber* institucionalizado, o aluno era o receptor e o marginalizado era débil, ignorante; neste modelo de educação prioriza-se a dimensão do *saber*. Depois, no escolanovismo, o professor continua no patamar de cima, porém dá espaço ao aluno para que ele seja o centro das atenções, para que

ele participe do grupo e se integre socialmente; o marginalizado é o “coitadinho”; aqui, destaca-se a dimensão do *saber ser*. No tecnicismo, professor e aluno são periféricos e a técnica torna-se o centro, aquele que não a domina, o marginalizado, é improdutivo, incompetente; focaliza-se a dimensão do *saber fazer*. As teorias crítico-reprodutivas, desde o final da década de 1970, reconhecem os erros pedagógicos das escolas anteriores, é uma fase de “ruminação” para os pedagogos que se põem a pensar em situação de crise e sobre ela. E só a partir da década de 1980, com a teoria crítica, que há mudança no cenário, passando-se a considerar a escola como um espaço aberto e o professor, assim como o aluno, são tidos como integrantes do processo educativo, buscando a interação entre o *saber*, *saber ser* e *saber fazer* (DONATO, 2008).

A “identidade” social do professor perdeu o estatuto de autoridade máxima e inquestionável e hoje assume, entre outras, as posturas do incentivador, mediador, provocador, orientador, impulsionador estando aberto reciprocamente, pelo menos em tese. Mas esta é apenas uma das facetas identitárias, porque esta esfera se interconecta à outras variáveis, entre elas vale ressaltar o história de vida do indivíduo, que por si só encerra um multiplicidade de valores, às vezes tão cristalizados que dificultam o estar aberto para aprender com seu educandos.

Outra questão importante é o ritmo acelerado da sociedade, na qual tudo muda muito rápido. Nela, o professor, enquanto aquele que cuida para que o aluno aprenda (DEMO, 2006), precisa mais do que nunca estudar o tempo todo, permanentemente, para acompanhar as modificações e tendências sociais, históricas e am-

bientais nas quais seus educandos/educadores estão inseridos. Isso não apenas por benevolência, mas por questões mercadológicas também; porque professor “desatualizado” é ou pode vir a ser “carta fora do baralho”.

No paralelo com o jornalista, o professor também se sujeita às regras do tempo, das horas-aula, dos bimestres (ou trimestres), semestres, anos letivos, ciclos etc., tencionados pelos conteúdos das disciplinas bem como pelos diferentes ritmos dos educandos de um mesmo grupo.

Outra semelhança é a precarização do trabalho. Não é de hoje que baixos salários, insegurança das escolas, assédio moral e a sobrecarga de trabalho aparecem como retratos da educação brasileira, ao lado do desinteresse por cursos superiores de licenciatura. Quanto ao jornalista, embora tenha uma carga horária de cinco horas diárias, os salários diminutos obrigam o profissional a ter mais de um ou dois empregos, o que é meio caminho andado para o desgaste físico e emocional cuja recompensa é o estresse e a queda de rendimento, como confirma o jornalista A, em depoimento a Mafaldo (2004, p.121): *você começa a não raciocinar bem, começa a esquecer uma coisa ou outra, ter lapso de memória.*

Entretanto, é bom lembrarmos, que jornalistas e professores, antes de tudo são apaixonados pelo que fazem e, apesar dos pesares, se sentem gratificados em muitos momentos, encontram prazer no seu fazer diário e não se imaginam sendo/fazendo outra coisa, com, mais uma vez, podemos perceber através da declaração do “jornalista A” à Mafaldo (2004, p. 131): – *Eu já parei pra pensar o que eu seria se não fosse jornalista. Meu deus do céu! Não sei!* Esse profissional que teve a “identidade” preservada é casado com

uma jornalista e irmão de outra. Quanto aos amigos, maioria é jornalista.

262

Personagem de destaque na Educação Ambiental brasileira, Michèlle Sato, professora de pedagogia da UFMT – Universidade Federal do Mato Grosso, declarou em uma entrevista publicada na internet, que o interesse dela, focado hoje na EA, surgiu em casa, na família: “acredito ter tido forte influência de meu pai, um zen budista cuidadoso com a natureza, seja nas pequeninas vidas, bem como nos sistemas cósmicos que regem o mundo. [...] O respeito e o gosto pela natureza me conduziram a escolha pela Biologia” (SATO, 2008). A trajetória pessoal de Sato a levou à pós-graduação em oceanografia (mestrado - projeto na Antártida), à docência (na periferia de São Paulo – onde afirma ter se apaixonado pela educação e pela inclusão social), à filosofia (mestrado na Inglaterra) e à ecologia (doutorado no Brasil). Ela se define como uma “metamorfose ambulante sem definição. Ora filósofa, ora poeta, ora educadora, ora ecologista, ora tudo isso misturado. E gosto destas múltiplas personalidades, e não abriria mão de nenhuma delas” (SATO, 2008).

Ao finalizar a entrevista, Sato (2008), se redefine ao identificar sua vida com a Educação ambiental: “a EA que compreendo é a forma da minha própria existência, de respirar pela manhã e contar estrelas pela noite. É meu jeito de viver, querendo escutar o riso da vida” e acrescenta, “é delicioso saber que atitudes triviais e singulares do meu cotidiano possa ser compartilhados com esta linda comunidade de aprendizagem”.

Respondendo à pergunta inicial do tópico, obviamente jornalistas e professores têm visões de mundo diferenciadas das de outras pessoas, devido às suas funções sociais (adicionemos sempre os contextos histórico e ambiental). Mas isso não os torna

melhores nem piores do que o resto dos mortais, até mesmo porque há diversas outras leituras de mundo; o cerne da questão é *o que se faz com o que se percebe* através dessa diferenciação! E é aí onde entra essa paixão, ou uma *vontade de verdade*, como diria Foucault (1970/2008), que contextualizada no ambientalismo, vem (re)alimentando suas energias há décadas. Mesmo porque, consoante com Castells (1999, p.144), “há um discurso ecológico implícito e coerente que perpassa uma série de orientações políticas e origens sociais”. Não é em si uma “novidade”, é um retorno que ganha o estatuto de “novo” em um determinado contexto “momentâneo” já que as disputas pelas apropriações - seja do poder, a ciência, ou do tempo e do espaço - são incessantes.

263

Castells (1999, p.158-159) observa que a trajetória dos ecologistas (onde podemos incluir jornalistas e professores), perpassada por diversas lutas, inspira “a criação de uma nova identidade, uma identidade biológica, uma cultura da espécie humana como componente da natureza. Essa identidade sociobiológica não implica a negação das culturas históricas.” Para o autor, os ecologistas são localistas, pela defesa do espaço, e globalistas, pela maneira de tratar o espaço. E enfatiza a necessidade de mudança de entendimentos de tempo e espaço:

Para nos integrarmos ao nosso eu cosmológico precisamos primeiramente transformar nossa própria noção de tempo, sentir o ‘tempo glacial’ passando por nossas vidas, a energia das estrelas fluindo em nossas veias, perceber os rios de nossos pensamentos desembocando em um fluxo contínuo nos oceanos ilimitados da matéria viva multiforme. Em termos objetivos e pessoais, viver no tempo glacial significa estabelecer os parâmetros de nossas vidas a partir da vida de nossos filhos e dos filhos dos nossos filhos [...] não é o culto à Nova Era, mas sim uma velha e conhecida forma de cuidar de nossos descendentes. (CASTELLS, 1999, p. 158).

Assim, cada um, professor ou jornalista, à sua maneira pode contribuir com as

evoluções espaços-temporais, socioambientais, individuais e coletivas, a partir do seu espaço de identidade, mesmo com todas as incertezas, com toda a instabilidade e fluidez do mundo no qual se inserem.

REFERÊNCIAS

264

ARAÚJO, I. L. Foucault e a constituição do sujeito In: **Foucault e a crítica do sujeito**. Curitiba: UFPR, 2000.

ASSIS, Jesus de Paula. Crítica de ciência. **Ciência & ambiente**. Santa Maria:UFSM, v.23, p.49-60, jul./dez. 2001.

BAUMAN, Zigmunt. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BELMONTE, Roberto Villar. Cidades em mutação. Menos catástrofes e mais ecojornalismo. In: BOAS, Sérgio Vilas (org.). **Formação & informação ambiental**. Jornalismo para iniciantes e leigos. São Paulo: Summus, 2004. p. 15-48

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Um “eu” chamado “nós”: movimentos sociais, movimentos populares e educação popular. In: _____. **A educação popular na escola cidadã**. Petrópolis: Vozes, 2002. p.230-279.

BUENO, Wilson da Costa. **O que é militância em jornalismo científico?** Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/newsletter/noticia5.htm>>. Acesso em: 04 set. 2007a.

_____. **O que está faltando ao Jornalismo Científico Brasileiro**. Revista temática. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/Artigo%20Bueno%20Cientifico.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2007b.

CASTELLS, Manuel. O verdejar do ser: o movimento ambientalista. In:_____. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DEMO, Pedro. **Formação permanente e tecnologias educacionais**. Petrópolis: vozes, 2006.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. Uma releitura. 4. ed. São Paulo: Summus, 1986.

DONATO, Ausônia. **Em torno de algumas questões educacionais**. Dis-

ponível em: <http://www.obore.com/acontece/textos_especiais_em_tor-no_de_algumas.asp>. Acesso em: 03 mai. 2008.

FOULCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Collège de France, 2 de dezembro 1970. Disponível em: <<http://www.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/ordem.html>>. Acesso em: 12 jan. 2008.

GERAQUE, Eduardo. Perceber a biodiversidade. Jornalismo e ecossistemas parecem (mas não são) elos perdidos. In: BOAS, Sérgio Vilas (org.). **Formação & informação ambiental**. Jornalismo para iniciantes e leigos. São Paulo: Summus, 2004. p.79-110.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. **Jornalismo ambiental, ética e cidadania**. Disponível em: http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismo-cientifico/artigos/jornalismo_ambiental/artigo3.php . Acesso em: 04 set. 2007.

GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello. Revistas de divulgação científica: um panorama brasileiro. **Ciência & ambiente**, Santa Maria: UFSM, v.23, p. 95-107, jul./dez. 2001.

JOHN, Liana. Imprensa, meio ambiente e cidadania. **Ciência & ambiente**, Santa Maria:UFSM, v.23, p.87-94, jul./dez. 2001

MAFALDO, Norma M. M. M. Um Ser/fazer cotidiano? In: PERREIRA, Wellington. **O trabalho de Sísifo (jornalismo e vida cotidiana)**. João Pessoa: Manufatura, 2004.

MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro. A retórica e a ciência. Dos artigos originários à divulgação científica. **Ciência & ambiente**. Santa Maria: UFSM, v.23, p.31-47, jul./dez. 2001.

MORIN, Edgar; KERN, Anne Brigitte. **Terra pátria**. Porto Alegre: Sulinas, 1995.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo científico**. São Paulo: contexto, 2002.

SATO, Michele. Entrevist@ com Michele Sato sobre educação ambiental. In: **Educação ambiental em ação** (revista eletrônica). 2005, n.14. Disponível em: <<http://www.revistaeea.org/artigo.php?idartigo=339&class=08>>. Acesso em: 02 mai. de 2008.

SCHARF, Regina. Verde como dinheiro. Economia sustentável ou lucro certo? In: BOAS, Sérgio Vilas (org.). **Formação & informação ambiental**. Jornalismo para iniciantes e leigos. São Paulo: Summus, 2004. p.49-77.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Ecossistemas comunicativos**. São Paulo:

USP / Núcleo de Comunicação e Educação. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/28.pdf>>. Acesso em: 08 dez. 2007

TRIGUEIRO, André. Meio ambiente na idade média. In: TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21**. 4. ed. Campinas: Autores Associados, 2005. p.75-89.

VIEIRA, Cássio Leite. **Jornalismo sobre ciência**: a linguagem, a formação e o erro. *Ciência & Ambiente*. Santa Maria: UFSM, v.23, p.61-70, jul./dez. 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

Comunicação Ambiental: Projeto de sensibilidade ambiental para o CCHLA-UFPB Olga Tavares⁵⁴ e Norma Meireles⁵⁵

267

INTRODUÇÃO

Este trabalho é fruto das pesquisas que vimos desenvolvendo no Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC, registrado no CNPq, que se propõe estudar a comunicação científica em todos os veículos; entender o jornalismo científico para aplicar a linguagem jornalística; compreender e interpretar o mundo científico; promover a interface linguagem científica–linguagem jornalística; adquirir técnica jor-

⁵⁴ Professora do Decom e do PPGC/UFPB. Doutora em Comunicação e Semiótica, pela PUC-SP. E-mail: olgatavares@cchla.ufpb.br

⁵⁵ Professora do Decom/UFPB. Mestre em Educação, pelo PPGE/UFPB. E-mail: norma.meireles@gmail.com

nalística para a divulgação científica; aliar a fundamentação teórico-metodológica à prática de aprendizagem; e aplicar os conhecimentos técnicos nos produtos de comunicação do grupo. Sob essa perspectiva, para subsidiar este estudo de comunicação científica e ambiental, recorreremos ao projeto da Agenda 21 global, que “reconhecia que o desenvolvimento sustentável e a proteção ao meio ambiente só seriam viáveis com o apoio das comunidades locais” (NOVAES, 2003, p. 325), principalmente porque a Universidade Federal da Paraíba está organizando a Agenda 21-UFPB, no Laboratório e Oficina de Geografia – LOGEPA, com participação interdisciplinar, e o GEDIC é um dos seus parceiros. Sendo assim, a proposta de inclusão do Curso de Comunicação Social da UFPB à inspiração do projeto da Agenda 21 se apóia na característica fundamental da Agenda 21 nacional, que é a “natureza participativa e transparente de sua elaboração”; portanto, “deve resultar da convergência de um diálogo amplo entre as partes interessadas relevantes da sociedade” para que se instaure uma “cultura da participação” (TRINDADE, 2001, p. 260). Assim, pensou-se em introduzir o conceito de Agenda 21 também nas turmas da disciplina Comunicação Comunitária, habilitações Jornalismo e Radialismo, e Produção de Rádio I e II, a fim de mobilizá-las para um projeto voltado para o Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA), do qual o Departamento de Comunicação e Turismo (DECOMTUR) faz parte, tendo em vista que a Agenda 21 propõe em si voltar-se para “os problemas prementes de hoje e tem por objetivo, ainda, preparar o mundo para os desafios” deste século (SENADO FEDERAL, 2001). Como os objetivos da disciplina Comunicação Comunitária são os de efetivamente realizar metas ligadas

à mobilização social e à elaboração das informações e às suas estratégias de divulgação, fez-se mister propor um projeto para as turmas que contemplasse pontos concernentes à melhoria do meio ambiente do CCHLA, ao mesmo tempo em que os estudantes estariam adequados a um modelo de comunicação participativa que a Agenda 21 indica e que deverá nortear todas as iniciativas relacionadas ao meio ambiente quanto à mobilização social e interação coletiva, pois, conforme ressalta Muniz Sodré (2001), “você não pode mais ter a visão do social sem incluir nela a mídia”, pois “o objeto da comunicação é a vinculação social, como é que as pessoas se mantêm unidas, juntas socialmente”. A necessidade básica da comunicação neste projeto é exatamente a de associar-se às diversas frentes de atividades mobilizadoras que acontecem na UFPB, haja vista um sistema de comunicação interpares resultar numa melhor execução dos objetivos coletivos preestabelecidos. As funções comunicacionais são muitas, entre elas, educativa, política e socioeconômica – que são os pontos principais em que se fundamenta o projeto da Agenda 21 - e que podem ser introduzidos nos estudos de Comunicação Social no sentido de estudantes e professores poderem contribuir para o melhoramento da qualidade do cotidiano coletivo do Campus I. Dos pontos que a Agenda 21 destaca, dois deles serão os que este projeto terá como meta: a importância de um planejamento ambiental e a ética ecológica. A responsabilidade da comunicação social faz parte do conjunto de informações que propiciará ao público acadêmico a formação ambiental que os dias de hoje exigem, bem como a orientação de novas atitudes em relação às práticas estabelecidas – e que precisam ser revistas para que o convívio da comunidade uni-

versitária se dê em níveis que contemplem o bem-estar comum. O que se propõe, principalmente, é a Comunicação Social tornando-se um instrumento de mobilização social do Campus I, de modo que o engajamento dos estudantes possa se tornar um “compartilhamento de discursos, visões e informações”, como sugerem Toro e Werneck (1997, p.12), cujas “estratégias de comunicação para mobilização” também apontam para o meio ambiente, pois a atenção “com o Planeta Terra, com a vida sustentável, dependem, essencialmente, das convicções das pessoas e de seu compromisso com essas convicções. E a forma como a maioria das pessoas pode melhor expressar este compromisso é na vida de suas comunidades” (p.5). Partindo dessas premissas, a comunicação comunitária aprofunda a convicção de que a mobilização e a participação de todos ajudam a criar uma consciência crítica da realidade sob esteios reflexivos mais contundentes, pois aplicados. Ao mesmo tempo, institui-se um conceito de mídia-cidadã, pouco enfocado pelos veículos de massa, na visão de autores como Peruzzo (2002) e Guareschi e Biz (2005). Peruzzo (2002) enfatiza a educação através dos meios como a

socialização do patrimônio de conhecimento acumulado, o saber sobre os meios de obter o conhecimento e as formas de convivência social. É também educar para a convivência social e a cidadania, para a tomada de consciência e o exercício dos direitos e deveres do cidadão.

O papel da Comunicação Social pode contribuir efetivamente para a realização das metas ligadas à mobilização social, à elaboração das informações e às estratégias de divulgação, haja vista o jornalismo poder ser “um agente facilitador na construção da cidadania” (OLIVEIRA, 2002, p. 15). O jornalismo científico, hoje, no Brasil, tem

buscado formar um profissional com “visão crítica e interpretativa da ciência” (p.14), de modo que possa usar a informação científica “para interpretar o conhecimento da realidade” (p.43) e, assim, “democratizar o conhecimento” (p.53). A formação dos estudantes de Rádio e TV também não pode prescindir de estudar a comunicação científica inserida na sua prática profissional, haja vista o século 21 anunciar um universo tecnológico que poderá alterar alguns paradigmas comunicacionais. Os/As alunos/as de jornalismo e radialismo do DECOM-UFPB, que participam do GEDIC, estão imbuídos do propósito de se direcionar a prática profissional para esta área do conhecimento que ainda se consolida em todo o país e que carece sobremaneira de quadros, em virtude de as redações jornalísticas e as emissoras de rádio e televisão ainda não terem atentado para a importância deste tema neste terceiro milênio.

271

A idealização e apresentação de um programa de Comunicação Social vem atender à necessidade cada vez mais premente de se dar visibilidade às ações públicas, principalmente. Uma ampla divulgação e discussão dos assuntos pertinentes à questão ambiental faz-se mister neste universo de desconhecimento das principais propostas relativas ao meio ambiente no Brasil. Há uma carência de programas sistemáticos de informação e comunicação que atuem inseridos nos programas de mobilização e sensibilização socioambiental em direção aos tomadores de decisões e formadores de opinião, a princípio, para que estes atraiam a população para as questões maiores da sua comunidade. A Comunicação Social torna-se, então, um instrumento de mobilização social e o sucesso do engajamento da sociedade vai depender da maneira como as mensagens chegarão ao receptor, de modo que elas

sejam bem absorvidas e convertidas em decisões.

COMUNICAÇÃO & CIDADANIA

272

Para subsidiar teoricamente este projeto, as aulas apresentaram algumas proposições filosóficas que se entrelaçavam num denominador comum: a ação comunicativa e a integração no trabalho coletivo. Vimos esta abordagem em Jürgen Habermas (1999,2001), para quem a transformação da educação é a transformação do pensamento e da ação; Edgar Morin (2005,2007) e sua “ecologia da ação humana”; Fritjof Capra (2005, 2006) e as “redes autogeradoras de comunicação”; bem como nos pensadores da Educomunicação, como Ismar Soares (2000), quando a defende como sendo “um espaço onde membros da sociedade se encontram para pôr em prática ecossistemas comunicativos democráticos, abertos e participativos”, e Ângela Schaun (2002, p.79), ao propor “acolher o espaço interdiscursivo e midiático da comunicação como produção e veiculação da cultura, fundando um novo lócus: o da inter-relação comunicação/educação”. A Educomunicação foi a principal fundamentação teórico-metodológica que norteou a realização desta proposta. Para Soares (2000), a Educomunicação possibilita o cuidar “da saúde e do bom fluxo das relações entre as pessoas e os grupos humanos, bem como do acesso de todos ao uso adequado das tecnologias da informação”. Nesta visão ecológica da Educom, como campo aflorado das interações entre comunicação e educação, as relações são complexas e “o ecossistema comunicativo estará sempre, e necessariamente, em cons-

trução”, observando e respeitando as diferenças e iniciando os diálogos por pontos consensuais. A compreensão ecossistêmica da Educomunicação torna-se também um facilitador para o entendimento da educomunicação ambiental, dadas as igualmente complexas interações das questões socioambientais e todo o seu dinamismo. Sob essas inspirações, os estudantes tiveram exposições teóricas que incentivaram o debate e a apresentação de experiências conhecidas, de modo que aquele material pudesse servir de escopo para a realização do trabalho. De Jürgen Habermas, a turma absorveu que os interesses individuais coadunam-se aos ideais de construção do espaço público, que cada indivíduo é dotado da capacidade de aprender, e essa aprendizagem, partilhada e ampliada coletivamente, forma o potencial cognitivo das sociedades, no sentido de convergir para uma reflexão mais ampla e mais ética das práticas cotidianas. Da mesma forma, Edgar Morin faz suas considerações quanto ao pensamento complexo, que é aquele que trata com a incerteza, apto a contextualizar e, assim, construir um pensamento em constante movimento. Para ele, tudo interage entre si por meio de trocas porque são sistemas abertos. O mesmo conceito da dinâmica não-linear é levantado por Fritjof Capra, que discorre sobre complexidade e mudança, que é a sustentabilidade das relações.

A MÍDIA COMUNITÁRIA

Peruzzo (2002) diz:

Os meios de comunicação, implementados no contexto das organizações progressistas da sociedade civil, assumem mais claramente um papel educativo,

tanto pelo conteúdo de suas mensagens, quanto pelo processo de participação popular que podem arregimentar na produção, no planejamento e na gestão da própria comunicação.

274

Isso implica exclusivamente reflexão, conscientização e participação. Para isso, houve aulas que enfocaram o estudo específico da Educomunicação, que é um aliado muito importante da Comunicação Comunitária. Alguns pontos básicos enfatizados no teor didático: discussão do ecossistema educativo e seus alicerces de valor e de revisão; a produção e a difusão da informação popular; o uso criativo dos meios; as mediações tecnológicas nos espaços educativos. O conteúdo de suporte prático para que o projeto tivesse resultados eficazes foi relativo aos meios de comunicação voltados para a comunicação comunitária, a saber: jornalismo comunitário/jornal-laboratório; videopopular; rádio comunitária/rádio-poste; revista comunitária; sítios comunitários online.

Seguiu-se igualmente a proposta da Carta de São Bernardo – “Mídia Cidadã” -, publicada em 30/11/2005, pela UMESP/UNESCO/WAAP-América Latina, com seus segmentos essenciais para a promoção da cidadania sob o suporte da mídia, voltados para a popularização do conhecimento. Os que nortearam este trabalho foram: enfatizar o papel da mídia local/regional no desenvolvimento da cidadania; abrir espaços e interfaces com o contexto social, político, cultural e econômico; promover a ocupação de espaços públicos pela universidade, a formação de quadros e a pesquisa.

A EDUCOMUNICAÇÃO AMBIENTAL

No glossário de ecologia (ACIESP, 1997, p.165), tem-se a seguinte definição para meio ambiente: “conjunto de todas as condições e influências externas circundantes

que interagem com um organismo, uma população, ou uma comunidade”. Lima-e-Silva (2002) contempla as dimensões socioculturais ao definir meio ambiente como “conjunto de fatores naturais, sociais e culturais que envolvem um indivíduo e com os quais ele interage, influenciando e sendo influenciado”. Silliamy (*apud* REIGOTA, 2002, p. 13), por sua vez, define meio ambiente como

O que circunda um indivíduo ou um grupo. A noção de meio ambiente engloba, ao mesmo tempo, o meio cósmico, geográfico, físico e o meio social, com suas instituições, sua cultura, seus valores. Esse conjunto constitui um sistema de forças que exerce sobre o indivíduo e nas quais ele reage de forma particular, segundo os seus interesses e suas capacidades.

275

E Marcos Reigota (2002, p. 14) tenta chegar a uma definição mais completa, ao dizer que meio ambiente está fincado em relações dinâmicas interativas, que “implicam processos de criação cultural e tecnológica e processos históricos e sociais de transformação do meio natural e construído”.

O entrelaçamento entre meio ambiente, educação e comunicação se dá efetivamente para que se possa ter uma melhor compreensão da interconectividade que este século 21 está a exigir, em função das futuras mudanças paradigmáticas que não poderão se furtar a privilegiar a multidisciplinaridade sob perspectivas sistêmicas. Para Paulo Freire (1988, p.69) “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação do significado”. Portanto, as práticas de jornalismo e de rádio e TV estão inseridas nesse emaranhado de sentidos do qual somos produtos e produtores, no qual estamos conectados e produzindo conexões constantemente.

A cartilha de Educação Ambiental do Ministério do Meio Ambiente sublinha a

Educomunicação como “estratégias interativas de comunicação com finalidade educacional e de tomada de decisão, envolvendo a produção e distribuição de materiais educacionais, campanhas de educação ambiental e o uso de meios de largo alcance”. Segundo a Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo (1997), a Educação Ambiental “aparece como um despertar de uma nova consciência solidária a um todo maior”, pois “é com a visão do global e com um desejo de colaborar para um mundo melhor, que se pode propor um agir local”. Partindo-se das premissas de Gustavo Lima (1999), tentou-se ter uma visão crítica da educação ambiental que se queria estudar, de modo que a turma pudesse privilegiar os pontos destacados pelo autor de que “a educação dirigida ao ambiente deve ser: democrática, participativa, crítica, transformadora, dialógica, multidimensional e ética”.

Essa prática educativa mediatizada redimensiona tanto o papel do professor quanto dos/as alunos/as (BELLONI, 2001), que têm no curso as bases para a integração efetiva com as novas tecnologias da informação e da comunicação que, sob a perspectiva da educação ambiental, convergem para uma experiência enriquecedora. Os/as alunos/as criaram uma sensibilidade ambiental, quando fizeram as primeiras incursões no CCHLA e perceberam alguns problemas ambientais, que eram perfeitamente solucionáveis, mas que careciam de ações educomunicativas que apontassem a necessidade de novas posturas diante do desperdício de água nos banheiros – vazamentos e descuidos; dos maus cuidados aos jardins e praças – papéis, latas e vidros jogados nos canteiros; e do esquecimento das luzes acesas em salas vazias – em uma visita, foram detectadas 60 salas vazias com suas luzes e ventiladores acesos-, entre outros.

A discussão sobre as questões ambientais se faz premente e a Universidade não pode se esquivar de capitanear esse debate, fazendo com que sua tradição fragmentária seja encoberta por essa nova visão sistêmica. E o curso de Comunicação Social deve voltar-se igualmente para a divulgação de ações que privilegiem o meio ambiente do nosso ambiente cotidiano, de modo que ele se construa sob uma responsabilidade coletiva voltada para o bem-estar sustentável.

277

Futuros jornalistas e profissionais de rádio e TV devem ter a oportunidade de discutir a temática ambiental, para que ela lhes possa proporcionar uma reflexão segura e objetiva da relevância desse assunto para o dia-a-dia da sociedade brasileira.

A lacuna existente nos meios de comunicação quanto a editoriais ambientais é muito grande ainda; contudo, percebe-se que os espaços estão sendo preenchidos, principalmente na Internet, e que a produção acadêmica tem se expandido sobremaneira. Portanto, faz-se mister promover a discussão nos cursos de Comunicação, bem como incentivar os estudantes a trabalhar com a Comunicação Ambiental (jornalismo ambiental; radiowebambiental; blogs de meio ambiente), sob a ótica de uma transformação da produção do saber: que ele seja voltado para as potencialidades universais, para as trocas interpares e para as iniciativas integralizantes.

Como sublinham Guareschi e Biz (2005, p.38), a “mídia é o coração da sociedade de informação, sob cuja égide vivemos”; por isso, essa “alfabetização para a mídia” (p.127) está no cerne dos currículos pedagógicos. O papel dos/das alunos/as de Comunicação Social se torna vital, então, para que se possa oferecer uma “leitura crítica da mídia” (p.133), no sentido de eles/elas evitarem deslocamentos e eufemizações, estratégias de banalizações e padronizações.

A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E AMBIENTAL NO MEIO AMBIENTE DO CCHLA-UFPB

278

O objeto científico da pesquisa de campo era fazer um diagnóstico da situação ambiental do CCHLA, para que se pudesse traçar estratégias de comunicação para a mobilização de novas posturas em relação ao meio ambiente do CCHLA. As turmas de Comunicação Comunitária, habilitações jornalismo e radialismo, e Direção de Programas de Rádio II foram divididas em grupos temáticos: 1. água; 2. energia; 3. lixo; 4. papel; 5. jardinagem; e 6. uso dos laboratórios. A proposta era de que fossem feitos a **posteriori** das observações **in loco** folders, cartazes, boletins, vídeos e spots radiofônicos.

As primeiras informações foram captadas através de um diagnóstico *in loco* dos ambientes, onde se detectou: o lixo jogado nos jardins e nos ambientes de sala de aula (papéis de bala, garrafas pet, guardanapos); torneiras semi-abertas nos banheiros e vasos sanitários com vazamentos; luzes e ventiladores ou ares condicionados acesos em salas vazias; dezenas de cestas de lixo, nos departamentos, contendo papéis amassados que poderiam ser reaproveitados para recados ou afins; as gramas dos jardins pisadas, muitos pedaços já mortos, além de árvores riscadas ou lascadas com inscrições, bem como garrafas, sacos de biscoitos e afins jogados nos canteiros; e, por fim, laboratórios cheios de aparelhos inutilizados pelo mau uso e pelo descuido. A partir do levantamento dessas situações, o grupo de estudantes desenvolveu seus produtos. Ao final, nem todas as temáticas foram atendidas por todos/as, mas se considerou atingido o objetivo principal: produzir mídia para iniciar um programa de sensibilização ambiental no CCHLA/UFPB.

A PRODUÇÃO DE SPOTS

Foram seis temas, a princípio, para serem pensados pelo viés ambiental, inseridos no universo acadêmico do DECOMTUR, na disciplina Direção de Programas de Rádio II. O desafio era instigar os/as alunos/as da habilitação de Rádio e TV a produzirem spots, numa proposta interdisciplinar, envolvendo o pensar, o sentir e o agir sobre questões ambientais específicas (energia, água, papel, paisagismo, lixo e laboratórios) relacionadas ao cotidiano de discentes, docentes e funcionários da UFPB. Apesar de algumas dificuldades iniciais, cinco grupos temáticos produziram seis áudios, um deles gravado com voz feminina e masculina, gerando duas versões de uma mesma idéia.

Lançada a proposta, as primeiras dúvidas giraram em tornos dos conteúdos e o das formas das mensagens. O que priorizar relativo à economia de água, de energia e de papel, bem como os cuidados como o paisagismo e os laboratórios da UFPB, em trinta, quarenta e cinco, ou sessenta segundos? Como articular texto, voz, efeitos, sons, silêncios, música, numa proposta de Educomunicação Ambiental no contexto do ensino superior, no qual as questões ambientais, assim como em outros setores, ainda estão dissociadas da vida diária das pessoas? Essas questões nortearam ética e esteticamente as produções.

Cursando Direção de Programas de Rádio II e Direção de Programas de TV II (e antes de estudarem a produção publicitária em matéria específica) no mesmo semestre, os estudantes concluíram suas produções audiovisuais antes das radiofônicas e demonstraram certa dificuldade em “adaptar” suas idéias já estruturadas com som e imagem para apenas áudio. Isso evidencia que, numa sociedade que

supervaloriza a imagem, há certo “travamento” imaginativo inicial na criação de cenários para nossas produções sonoras, de nossas paisagens sonoras, extrapolado, obviamente, com vontade, colaboração e um pouco de paciência e persistência de ambas as partes no processo, docente e discente.

280

Paisagismo e conservação dos laboratórios foram considerados pela turma os tópicos mais difíceis de se trabalhar; no entanto, os grupos responsáveis por esses dois temas surpreenderam por terem optado por discursos que extrapolaram o explicativo/informativo. O primeiro, mesmo ainda preso à visão utilitarista de meio ambiente, experimentou a criação de um cenário introdutório, anterior à locução e o fez duas vezes, com um locutor e uma locutora. O segundo produziu um jingle ao estilo rap batente criativo. Todo o material foi exibido nos intervalos do programa Zona Livre, produção da Direção de Programas de Rádio II, veiculada pela emissora estatal Rádio Tabajara AM, em convênio com a UFPB.

Os alunos que criaram e produziram os spots foram: energia - Lorena Luna, Mayara Maia, Felipe Silveira; água - Alysson Bernardo, Aline Benevides, Juanna Lira; papel - Naelton Góes, Alan Borges, Rodrigo Martins, Raneiri Nóbrega, Rafael Chagas; paisagismo - Herbet Silva Acioli, Rafael Accioly, Valéria Sinésio, Thaísa Lucindo; conservação dos laboratórios - Jocca Júnior, Gilson Galvão, Manuel Borges, Deyse Amarante.

Como experiência inicial, os resultados são animadores por confirmarem a viabilidade de trabalhar de modo interdisciplinar com temas ambientais no Curso de Comunicação Social; pela possível contribuição socioambiental da Educomunicação

Ambiental, na academia e fora dela. Por outro lado, podemos dizer que a incipiência das discussões cotidianas sobre a temática ambiental entre discentes de modo geral (bem como na sociedade) dificulta a criação crítico/reflexiva que ultrapasse os limites do informativo, mesmo em campanhas radiofônicas educativas. De certo, o que temos agora é um longo caminho a percorrer, aprendendo com nossos primeiros passos, assim como com os que estão por vir.

SPOT LABORATÓRIO	SPOT PAISAGISMO
<p>TEC: TOCA MÚSICA POR 3" E VAI A BG</p> <p>LOCUTOR: Os laboratórios da UFPB/ São patrimônios de todos nós/ Não quebre, não leve, preserve os equipamentos / É através do monitor do computador/ Que navegamos nos sete mares/ Conserve o mouse e estarás a um clique do que desejares/ Na sala as cadeiras/ São nossas companheiras/ Do microfone à mesa de som/ Não quebre, não leve, conserve o que há de bom/ Passe adiante essa mensagem/ Todos a uma só voz/ Os laboratórios da UFPB/ São patrimônios de todos nós.//</p> <p>TEC: ELEVA MÚSICA POR 5" VAI A BG E CORTA</p>	<p>LOCUTOR(A): Se você prefere este som...</p> <p>TÉCNICA: SOM DE MADEIRA SENDO SERRADA POR 2"</p> <p>EMENDA COM SOM DE FLORESTA QUEIMANDO POR 2" E CORTA</p> <p>SILÊNCIO 2"</p> <p>LOCUTOR(A): Parabéns! Você está no caminho certo. Mas se você quer voltar a ouvir este ...</p> <p>TÉCNICA: SOM DE RIACHO/ SAPOS/PÁSSAROS</p> <p>LOCUTOR(A): Mude enquanto há tempo. Preserve o meio ambiente. É uma questão de consciência. Essa é uma campanha dos estudantes de rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.</p>

A PRODUÇÃO DE CARTAZES, FOLDERS E MARCADORES

282

Antes de os grupos previamente definidos começarem a trabalhar, estudamos o arcabouço teórico-metodológico do processo de comunicação comunitária que se queria com aquela proposta. Sob a perspectiva de um “novo sensorium”, os ecossistemas comunicativos (BARBERO, 1996, 2000) nortearam os estudos educomunicativos que apontaram para a interface das novas tecnologias com as transformações socioculturais. Os ecossistemas comunicativos provém da interação entre as novas tecnologias e as novas sensibilidades, entre as quais se inclui a sensibilidade ambiental, que tem perpassado os processos de transição indivíduo-cidadão/cidadã, cujo papel de co-partícipe das ações comunicativas é uma prerrogativa imprescindível deste novo milênio e que precisa ser adotada pelas universidades, ou seja, “a universidade como produtora e divulgadora de conhecimentos científicos” (SILVEIRA, *apud* SOUSA *et all*, 2003, p.130).

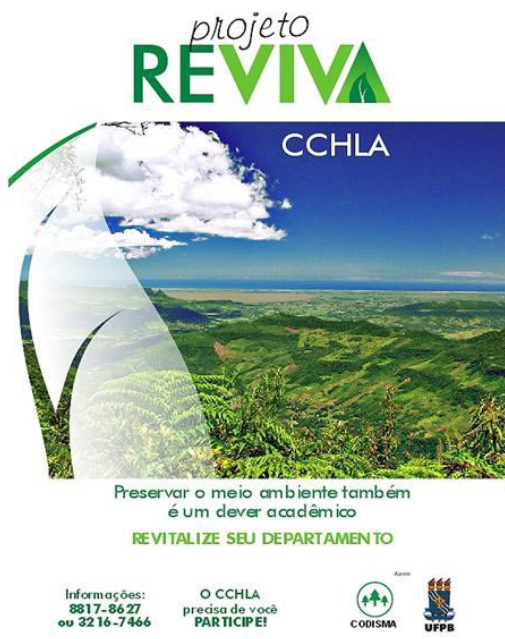
Os grupos foram divididos conforme as temáticas preestabelecidas e apresentaram os produtos em sala de aula. Alguns deles tiveram dificuldades com os programas do computador e os trabalhos foram prejudicados por má resolução, sem, no entanto, prejudicar o objetivo final do projeto. Isso ocorreu com as produções com a temática “papel”. Houve um intercâmbio entre os estudantes muito bom, que possibilitou discussões bem proficuas em relação ao meio ambiente como um todo, onde questões locais e nacionais foram trazidas para as reflexões tiradas do nosso próprio meio ambiente universitário, ou seja, o que vivemos em nível ambiental são fatos que se estendem para todas as esferas públicas e privadas do cotidiano.

Cada um dos produtos abaixo faz parte de um conjunto composto de: folder, cartaz e marcador. Cada grupo também apresentou uma proposta orçamentária para se ter uma idéia geral dos custos. Todo este projeto já foi apresentado ao Diretor do CCHLA. A Central de Estudantes do DECOM está colocando rádio-poste nas instalações do Departamento e igualmente se comprometeu a veicular os spots produzidos.

283



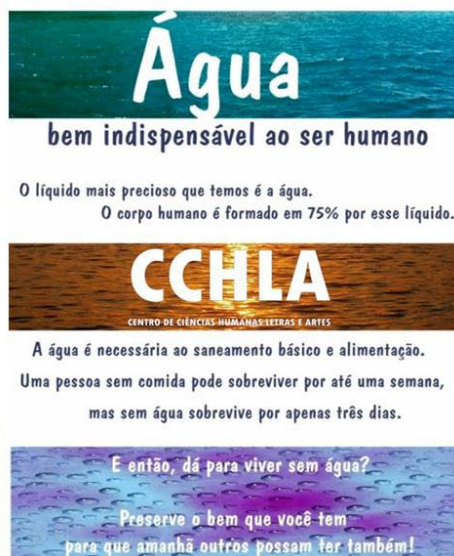
Grupo: Suellen Rodrigues/
Anísio Henriques/ Hugo Sales



Grupo: Adeilza Santos/Cibelle Ferraz/Mariana
Magalhães/Pollyana Melo/Vanessa Melo



Grupo:Thiago Marinho/
Daniel Abath



Grupo: Luiz Carlos Lima /Thiago
Marinho/Cristina Vila Nova

UMA PROPOSTA EDUCOMUNICATIVA CIENTÍFICA E AMBIENTAL PARA A UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Este projeto apresenta um estudo voltado para a comunicação e a educação e o seu papel no desenvolvimento local universitário, no sentido de implantar uma sensibilidade científico-ambiental que possibilite o fluxo informacional dos departamentos e Centros da UFPB, de modo a incentivar a participação da comunidade acadêmica nessas iniciativas que podem melhorar a qualidade de vida e de interações no espaço da Instituição, ao mesmo tempo em que faça com que essa comunidade se integre, efetivamente, a esses trabalhos para que ela seja a agente de mudança em relação às causas ambientais e possa contribuir para elaborar e conceber

propostas que possam ser estendidas à sociedade em geral. Atualmente, os/as alunos/as que fazem parte do GEDIC estão dando prosseguimento à produção desses produtos, aqui apresentados, para o Departamento de Comunicação Social, cujas novas instalações foram inauguradas no mês de abril deste ano, e ainda participam do projeto da Agenda 21-UFPB, do Laboratório e Oficina de Geografia-LOGEPA, na parte de apoio de produtos midiáticos.

285

A proposta básica da Educomunicação Científica e Ambiental, norteando os estudos de pesquisa do Grupo de Estudos de Divulgação Científica-GEDIC, é a de associar-se às diversas frentes que estão desempenhando variados estudos relativos à gestão ambiental, na UFPB, a fim de que eles tenham um suporte comunicacional que lhes dê visibilidade e maior interação com a comunidade acadêmica. Ou seja, a produtividade e a realização das ações de meio ambiente na UFPB poderão ter a dimensão de um trabalho em grupo, o que implica a existência de um sistema de informação e comunicação interpares, que resultará numa melhor consecução dos objetivos preestabelecidos, contribuindo para uma circulação da informação e comunicação mais eficaz e completa. Isso possibilitará a socialização da informação, uma troca mais democrática de idéias e projetos, entre todos os que trabalham com meio ambiente na UFPB.

REFERÊNCIAS

- ACIESP. **Glossário de ecologia**. 2. ed. São Paulo: Academia de Ciência do Estado, 1997. Publicação n. 103.
- BARBERO, Jesús Martín-. **Comunicación-educación: una relación estratégica**. In: Nómadas, Santa Fé de Bogotá: Fundación Universidad Central,

n. 5, 1996.

_____. Desafios culturais da comunicação à educação. In: **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: ECA-USP/Segmento, n.18, 2000.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. São Paulo: Cortez, 2001.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **Alfabetização ecológica**. São Paulo: Cultrix, 2005.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação**. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

GUARESCHI, P. e BIZ, O. **Mídia, educação e cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción comunicativa: racionalidad de la acción y racionalización social**. Vol. 1. Madrid: Taurus, 1999.

_____. **Teoria de la acción comunicativa: crítica de la razón funcionalista**. Vol.2. Madrid: Taurus, 2001.

LIMA, Gustavo Ferreira da Costa. **Questão ambiental e educação: contribuições para o debate**. Ambiente & Sociedade. Campinas: NEPAM/UNICAMP, ano II, n. 5, 135-153, 1999.

LIMA-E-SILVA, Pedro Paulo de et. al. **Dicionário brasileiro de ciências ambientais**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Thex Ed., 2002.

MORIN, Edgar. **Educação e Complexidade**. 3.Ed. São Paulo: Cortez, 2005.

_____. et al. **Educar na era planetária**. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

NOVAES, Washington. Agenda 21. In: TRIGUEIRO, André (org). **Meio ambiente no século 21**. São Paulo: Sextante, 2003.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2002.

PERUZZO, Cecília. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. São Paulo: PCLA -v.4 - n. 1, out. / nov. / dez., 2002.

REIGOTA, Marcos. **Meio ambiente e representação social**. 5. Ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação**. São Paulo: Mauad/Fapesb, 2002.

Secretaria Estadual do Meio Ambiente de S.P. **Série Educação Ambien-**

tal, 1997.

SENADO FEDERAL. **Agenda 21**. 3. Ed. Brasília: Subsecretaria de Edições Técnicas, 2001.

SOARES, Ismar de O. Educomunicação: um campo de mediações. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Segmento/ECA/USP, n. 19, ano 7, p.12-24, set./dez, 2000.

SODRÉ, Muniz. Objeto da comunicação é a vinculação social. **Revista Entrevistas**. São Paulo: PCLA- v.3, n. 1: out. / nov. / dez., 2001.

SOUSA, Cidoval et all (org.). **A comunicação pública da ciência**. Taubaté/SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003.

TORO, J. B.; WERNECK, N. M. **Mobilização social**. Brasília: Abeas/ Unicef, 1997.

TRINDADE, Sérgio. Agenda 21: estratégia de desenvolvimento sustentável apoiada em processos de decisão participativa. In: CAVALCANTI, Clóvis (org) **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. Ed. São Paulo: Cortez, 2001.

Mapas Conceituais: Uma ferramenta pedagógica na consecução do currículo

Romero Tavares⁵⁶ e Gil Luna⁵⁷

INTRODUÇÃO

O ensino-aprendizagem de Física insere-se no currículo de Ciências da Natureza e suas Tecnologias, representando na qualidade formal, uma via para os alunos aprofundarem seus conhecimentos nos diversos eixos temáticos, associados à função de melhoria da capacidade de abstração e em consonância com a dupla função de aplicabilidade na experimentação e a inserção na pesquisa em busca do domínio de novas tecnologias.

⁵⁶ Professor do PPGE e do Departamento de Física/UFPB. Doutor em Física pela Universidade de São Paulo/USP. HP: www.fisica.ufpb.br/~romero

⁵⁷ Mestrando do PPGE/UFPB. Professor-adjunto do CEFET/PB. E-mail: gil@cefetpb.edu.br

É nossa proposta contribuir com atributos básicos, para que o currículo na sua contextualização efetue a sua função educativa.

Em primeira análise, temos a dimensão conteudista do currículo, o conhecimento teórico em si (leis, códigos, conceitos...) descritos nos seus diversos eixos temáticos, fato que em uma percepção mais reflexiva, leva à constantes críticas:

290

- Excessiva cobertura ou abrangência dos conteúdos, ocasionando elevada carga horária;
- Falta de uma articulação transversal entre os programas das diversas disciplinas e uma articulação vertical dentro da mesma área de conhecimento;
- Omissões importantes no que respeita uma relação entre os conceitos;
- As seqüências didáticas potencializam aquelas oferecidas pelos livros didáticos ou outros materiais de uso generalizado, a tal ponto de se considerar que nos livros se encontravam o compêndio de todo saber escolar e a forma como estava escrito o texto, correspondia à própria concepção de uma aula expositiva.
- Ausência de uma teoria de educação global e teorias de aprendizagem que fundamentem o currículo (Novak e Gowin – 1996; p. 220).

Assim fica claro, que planejar o currículo desta forma, fazendo apenas uma lista de tópicos de maneira linear que vão se empacotar nos domínios do cognitivo, levam a um tipo de ensino centrado nos conteúdos e nos processos como um fim em si mesmo, e não enquanto meios para alcançar as mudanças conceituais, valorizando aprendizagens anteriores dos alunos, ajudando-os a reinterpretar conhecimentos

prévios, criando estímulos para o crescimento individual e coletivo; condições fundamentais que levam a uma aprendizagem significativa.

APRENDIZAGEM SIGNIFICATIVA

Ao se pensar em uma teoria de aprendizagem, que sirva como fundamentação do currículo, uma oportunidade ímpar aparece. Trata-se do paradigma teórico-metológico de David Ausubel – A Teoria da Aprendizagem Significativa (AUSUBEL, NOVAK, e HANESIAN - 1980).

Para Ausubel (AUSUBEL, NOVAK, e HANESIAN - 1980), a aprendizagem pode se processar com diversas nuances entre os extremos da aprendizagem mecânica e a aprendizagem significativa.

Aprendizagem mecânica como sendo a aprendizagem de novas informações, com pouca ou nenhuma associação com conceitos relevantes existentes na estrutura cognitiva do aprendiz. Ele simplesmente, recebe a informação e a armazena, de forma que ela permanece disponível por um certo intervalo de tempo. Mas, na ausência de outras informações que lhe sirvam de combinação, permanece na estrutura cognitiva de forma estática.

Aprendizagem Significativa- esta é uma outra forma de aprendizagem citada por Ausubel, que tem como, base as informações já existentes na estrutura cognitiva, que ele considera como idéia-âncora ou subsunor. As novas informações podem interagir contribuindo para a transformação do conhecimento em novos conhecimentos, de forma dinâmica, não aleatória, mas relacionada entre a nova informação e os aspectos relevantes da estrutura cognitiva do indivíduo. Isto é, “a aprendizagem significativa ocorre quando a nova informação ancora-se em conceitos relevantes pré-existentes na estrutura cognitiva de quem aprende”(Moreira e Masini – 2002; p. 7).

Entretanto, não podemos construir dicotomias entre estas formas de aprendiza-

gem, pois a aprendizagem mecânica pode contribuir para a formação de subsunsores em situações específicas. Consideremos um currículo de Física, voltado a analisar os conceitos da Cinemática. Notaríamos que existem conceitos mais inclusivos que podem se servir ou servir de informações para outros conceitos que o aprendiz utilizaria para a formação dos seus próprios conceitos, agora de forma aprimorada. Na ausência dos mesmos, poderíamos nos valer da aprendizagem mecânica para subsidiar a nossa estrutura cognitiva. Para tornarmos mais evidente o descrito, tomemos o exemplo da figura 1.

Segundo Ausubel (AUSUBEL, NOVAK, e HANESIAN - 1980), a essência da aprendizagem significativa está em que as idéias sejam relacionadas ao que o aprendiz já sabe (subsunsores). Portanto, podemos ver através da figura 1. Uma estrutura articulada e hierarquicamente organizada de conceitos (mapas conceituais). Onde o aprendiz pode adquirir estes conceitos de duas formas:

- Diferenciação progressiva - elaboração hierárquica de proposições e conceitos na estrutura cognitiva, de modo que as idéias mais inclusivas a serem aprendidas, sejam apresentadas primeiro. E então, diferenciada em termos de detalhes e especificidade.
- Reconciliação integrativa - processo que resulta em delineamento explícito de similaridade e diferenças entre idéias correlatas, i.e., elementos existentes na estrutura cognitiva com determinado grau de clareza, estabilidade e diferenciação são percebidos como relacionados, adquirem novos significados e levam a uma reorganização da estrutura cognitiva.

Para maior entendimento observe que o conceito de movimento na medida em que o aprendiz vai utilizando: movimento uniforme, movimento uniformemente variado, movimento variado, vai se tornando cada vez mais diferenciado, isto é, com o potencial maior para servir de idéia âncora para novos conhecimentos. Neste processo os conceitos evoluem por diferenciação progressiva.

Considere que o aprendiz utiliza conceitos pré-existentes na sua estrutura cognitiva, a citar: conceito do movimento retilíneo uniforme caracterizado pelo vetor velocidade constante, movimento variado, devido a uma variação do vetor velocidade e reorganiza-se seus significados através do conceito de aceleração, conceito mais abrangente. Esta nova forma levaria a obtenção dos conceitos por reconciliação integrativa.

Desta forma fica evidente, que o uso de mapas conceituais é sem duvida um forte aliado na construção do currículo.

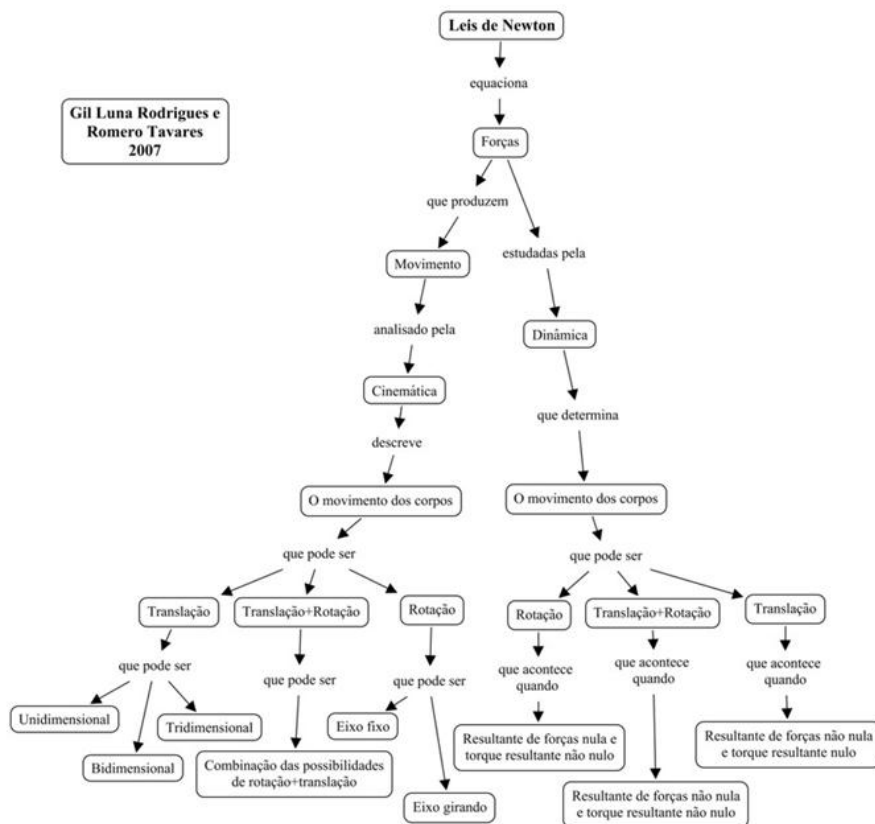


Figura 1. Mapa conceitual: Cinemática da partícula (Tavares e Luna) parte integrante do currículo do curso Tecnologia em Design de Interiores CEFET-PB 2003.1

MAPAS CONCEITUAIS

Embora diversos autores (Novak e Gowin – 1996; Moreira e Buchewitz – 1987; Faria - 1995) tenham trabalhos publicados sobre a consecução de mapas conceituais, não existem regras rígidas para sua construção. Entretanto, daremos destaque para algumas informações consideradas importantes:

- Mapas conceituais ou mapas de conceitos – são diagramas que indicam re-

lações entre conceitos;

- Mapas conceituais podem seguir um modelo hierárquico com conceitos mais inclusivos no topo, conceitos subordinados intermediários e conceitos mais específicos na parte inferior. Esta distribuição é facilitadora para que os conceitos sejam obtidos coe-rentemente com a aprendizagem significativa ausubeliana;
- O mapa conceitual é uma técnica flexível, e em razão disto, pode ser usado em diver-sas situações para diversas finalidades: instrumento de análise de currículo, técnica di-dática, recurso de aprendizagem, meio de avaliação (Moreira e Buchweitz, 1993).

Pelo que foi descrito, podemos nos apropriar de pontos positivos constituintes do mapa e utiliza-los na construção do currículo. Tais como:

- Organizar o currículo em uma seqüência lógica de conceitos;
- Facilitar a modelagem e o aprimoramento dos conceitos na estrutura cognativa;
- Difundir o conhecimento através de suas estruturas hierárquicas;
- Permitir que o aprendiz externalize seus conhecimentos, construindo seu próprio mapa conceitual;
- Condicionar ao aprendiz a aprendizagem significativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando-se em conta que o currículo dentro dos seus objetivos, tem como inten-

ção a consolidação de conhecimento no domínio científico, que confira ao aprendiz crescer a nível social e pessoal, é nossa função investirmos em situações facilitadoras deste processo; de modo que abaixo, disponibilizamos o mapa conceitual do currículo de uma unidade didática que servirá como parte integrante do currículo de Física.

296

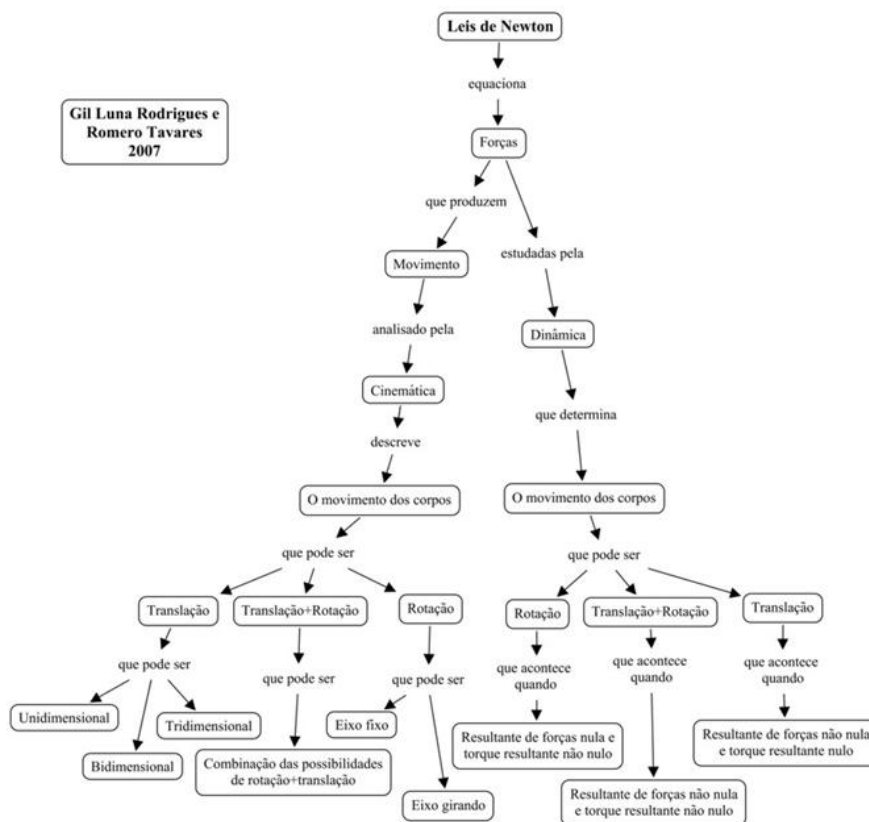


Figura 2. Mapa Conceitual: Dinâmica (Tavares e Luna) Departamento de Física/UFPB 2003.

Disponibilizamos também um mapa conceitual que torna explícita uma proposta de disciplina de Física Universitária Básica (figura 3) fundamentada na Teoria

da Aprendizagem Significativa de Ausubel. Essa proposta de disciplina pode ser utilizada tanto na modalidade de ensino presencial quanto na modalidade semi-presencial.

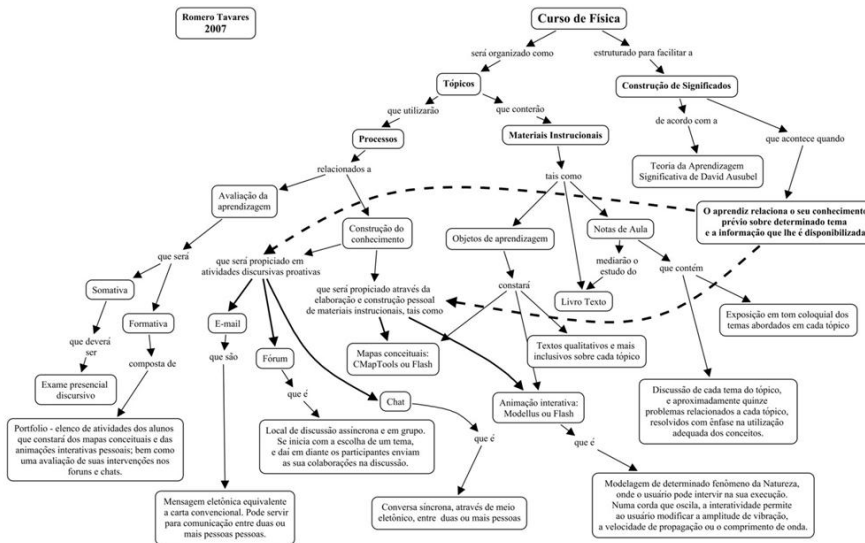


Figura 3. Proposta de disciplina de Física fundamentada na Teoria da Aprendizagem Significativa

Assim, pretendemos mostrar o forte potencial dos mapas conceituais, como uma ferramenta pedagógica capaz de evidenciar significados presentes no currículo; apontando para o fato de que os diversos conceitos não são alvos estáticos na aprendizagem, mas um conjunto, uma teia que se une através de relações entre conceitos que evoluem na estrutura cognitiva do aprendiz, apoiados em conceitos já existentes e que, tratados de forma articulada nos seus níveis de abstração, formatam o concreto de nosso cotidiano.

REFERÊNCIAS

AUSUBEL, David P; NOVAK, Joseph D e HANESIAN, H **Psicologia educacional**. Rio de Janeiro: Editora Interamericana, 1980.

BORDENAZE, J.D. e PEREIRA, A. M. **Estratégias de ensino-aprendizagem**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

FARIA, Wilson de. **Mapas conceituais**: Aplicações ao ensino, currículo e avaliação. São Paulo: EPU- Temas Básicos de Ensino, 1995.

MOREIRA, M.A. e BUCHEWEITZ, B. **Mapas conceituais**. São Paulo: Editora Moraes, 1987.

MOREIRA, M.A. e MASINE, E.F.S. **Aprendizagem significativa** – A teoria de David Ausubel. São Paulo: Centauro Editora, 2002.

NOVAK, J.D. e GOWIN, D.B. **Aprender a aprender**. Lisboa:Plátano Edições Técnicas, 1996.

