

INTERDISCIPLINAR / INTERCURSO: JORNALISMO, PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

**COMUNICAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E EXTENSÃO: O VIDEOCAST FOCA
TALK COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E SOCIAL¹**

**COMMUNICATION, SUSTAINABILITY AND EXTENSION: THE VIDEOCAST
FOCUS ON TALK AS A TOOL FOR SCIENTIFIC AND SOCIAL DISSEMINATION**

Deborah Luísa Vieira dos Santos²
Franco Dani Araújo e Pinto³
Luciana Silveira e Silva Castro⁴

INTRODUÇÃO

O videocast *Foca Talk* é o resultado da disciplina de “Projeto Integrador de Curso IV”, dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, em seus 4º e 3º períodos, respectivamente. Nesta terceira edição, o projeto envolveu também as disciplinas de “Sustentabilidade, meio ambiente e mídia” e “Fonoaudiologia e voz profissional”, reforçando seu caráter interdisciplinar, não só pela associação entre os temas comunicação e meio ambiente, mas também pela introdução das discussões e práticas voltadas para o trabalho da voz. O *videocast* foi desenvolvido ao longo do segundo semestre de 2022, sendo a gravação dos programas realizada em outubro do mesmo ano.

Ao longo do planejamento e execução das ações do projeto foram envolvidos conceitos, como de planejamento em comunicação e produção jornalística e, no

¹ Projeto integrador de curso IV: *foca talk*.

² Doutoranda em Comunicação Social (PPGCOM), Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professora dos cursos de Design Gráfico, Jornalismo, Publicidade e Propaganda da Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE) e Diretora da Editora UNIVALE. E-mail: deborah.santos@univale.br.

³ Doutor em Ciências Humanas (UFSC). Professor dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e do Programa de Pós-Graduação em Gestão Integrada do Território (PPGGIT) da UNIVALE. E-mail: @franco.araujo@univale.br.

⁴ Coordenadora e docente nos cursos de Fonoaudiologia e Jornalismo da UNIVALE. Graduada em Fonoaudiologia pela Universidade Católica de Petrópolis (UCP), possui pós-graduação em Motricidade Orofacial (CEFAC/SP). E-mail: luciana.castro@univale.br.

campo teórico, conceitos acerca de sustentabilidade e meio ambiente, capazes de envolver os alunos e alunas dos dois cursos, a fim de desenvolver as habilidades e competências necessárias para os profissionais da área, conforme seus respectivos Projetos Pedagógicos.

Além disso, essa é uma prática extensionista, ao promover a divulgação do conhecimento científico para a comunidade, por meio de ferramentas de comunicação, capazes de fazer a mediação dos assuntos com a comunidade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a ascensão da Era Moderna, o jornalismo passou a ser considerado o “cimento homogeneizador” da sociedade, sendo um referencial capaz de organizar a realidade (RODRIGUES, 2002). Outra importante função é a de oferecer conhecimento sobre os acontecimentos que permeiam a vida social, levando informação para as pessoas em tempos e espaços diferentes, constituindo a “opinião pública” (LIPPMANN, 2010). O jornalismo, enquanto mediador social, é responsável por oferecer uma espécie de “tradução” das informações ao público leigo (RODRIGUES, 1990).

Com a profissionalização do jornalismo e a complexificação da sociedade, a área foi se especializando e dividindo-se em editorias específicas. O jornalismo científico vem se desenvolvendo desde o século XX (BURKETT, 1990). Essa tornou-se uma forma de explicar e traduzir assuntos do campo científico aos receptores, leigos no assunto, popularizando a ciência, ou mesmo divulgando os assuntos e descobertas entre a comunidade científica.

À medida que a cultura aumentava, as primeiras versões de jornais e revistas apareceram na Inglaterra e na Europa, e seus publishers-editores-impressores reescreviam e imprimiam os artigos dos periódicos científicos de modo que pudessem interessar a seus leitores (BURKETT, 1990, p. 28).

De acordo com Fabíola de Oliveira (2015), o jornalismo científico exerce a função de auxiliar as pessoas na defesa da cidadania, no que tange às decisões

políticas, sociais e econômicas, as quais nem sempre recebem a devida visibilidade. Conforme a autora, o jornalismo voltado para a ciência atua como uma instância em que o sujeito passa a ter acesso às pesquisas que saem de laboratórios e aplicam-se à realidade social. Quanto à divulgação científica, há a disseminação de informações e conhecimentos para um público amplo e é função do jornalismo utilizar de técnicas, adequações e aprimoramentos para que a mensagem seja veiculada. Assim, a linguagem do profissional de jornalismo precisa ser acessível e capaz de traduzir em palavras simples o conteúdo científico, revelando a importância dos fatos (MASSARANI; ALVES, 2019). Ou seja, o jornalismo científico possui o papel como mediador social como forma de aproximação do público leigo às descobertas e conhecimentos científicos nas mais diversas áreas.

No que tange ao meio ambiente, torna-se válido destacar que esse é um conceito abstrato e que muitas vezes pode ser confundido e limitado apenas a fauna e a flora de um local. No entanto, trata-se de uma questão mais ampla capaz de alcançar diferentes áreas do conhecimento, referindo-se a todas as coisas vivas e inanimadas. Trigueiro (2008) aponta que o meio ambiente se inicia dentro de cada cidadão, envolvendo as relações que se tem com o universo. Esse é um tema de grande relevância atual, mas que pode ser negligenciado pelo fato das pessoas ainda não se sentirem pertencentes ao meio ambiente que vivem (TRIGUEIRO, 2008).

Meio ambiente é o complexo de relações, condições e influências que permitem a criação e a sustentação da vida em todas as suas formas. Ele não se limita apenas ao chamado meio físico ou biológico (solo, clima, ar, flora, fauna, recursos hídricos, energia nutrientes etc.) mas inclui as interações sociais, a cultura e a expressões/manifestações que garantem a sobrevivência humana (política, economia etc.) (BUENO, 2007, p. 33).

Tendo a Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE), como universidade comunitária, a extensão passa a ser um objetivo a ser alcançado em suas atividades. Para Paulo Freire (2014), o extensionista deve buscar estender seus conhecimentos e técnicas para outras pessoas, sendo capaz de transformar o mundo em que estão. Quanto associada à comunicação, o autor aponta que esta é uma ação marcada pela

reciprocidade, pelo diálogo. Portanto, ao transmitir o conteúdo científico para a comunidade externa, tendo a participação de atores da própria comunidade, o projeto apresenta seu caráter extensionista e dialógico atingido.

A interdisciplinaridade, por sua vez, tem se tornado presente na educação, conforme Thiese (2008 *apud*. SANTOS; SOUZA; ROSA, 2020, p.60).

Essa reflexão do autor nos permite inferir a necessidade de adesão a essa mudança em construção, pelos atores educacionais, envolvidos na mediação da aquisição do conhecimento, de sobremaneira a permitir que o indivíduo em sua complexidade nata observe os acontecimentos, fenômenos e estruturas políticas, sociais e econômicas de forma ampliada e contextualizada.

A partir das discussões de Santos, Souza e Rosa (2020), nota-se que o conceito de interdisciplinaridade vem para abarcar a própria complexidade dos indivíduos, que, envoltos em situações de fragmentação do conhecimento, como ocorre ainda no espaço educacional, apresenta dificuldade em perceber como as diferentes áreas do conhecimento se relacionam. Promover a interdisciplinaridade, portanto, representa a possibilidade de unir teoria e prática, contribuindo para a emancipação das pessoas. As autoras destacam ainda que, para além da união de diferentes disciplinas, a interdisciplinaridade deve ser observada como a superação de uma visão fragmentada sobre o processo de produção e compartilhamento do conhecimento.

MÉTODO DA PESQUISA

Para que o trabalho fosse desenvolvido, a primeira etapa foi dedicada ao planejamento. Para Kunsch (2003, p. 203), planejar é

[...] um ato de inteligência, um modo de pensar sobre determinada situação ou realidade, enfim, como um processo racional-lógico, que pressupõe estudos, questionamentos, diagnósticos, tomadas de decisões, estabelecimento de objetivos, estratégias, alocação de recursos, curso de ações, etc.

Para a autora, dentre as fases do planejamento têm-se a identificação da realidade, levantamento de informações, análise dos dados e construção do diagnóstico, identificação dos públicos envolvidos, determinação de objetivos, metas e estratégias, estabelecimento de ações, definição de recursos e métodos de controle, implementação e avaliação dos resultados. O processo foi dividido em 4 etapas: pesquisa, planejamento, implantação e avaliação.

Como parte do diagnóstico, os alunos e alunas foram convidados, inicialmente, a analisar as edições anteriores dos programas *Foca Talk*, disponíveis no *Youtube* e *Spotify*, e da divulgação feita nas diferentes redes sociais, como o *Instagram*, e o site existente. Foi utilizada a matriz *SWOT* (Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades, em português), a qual permite identificar a situação a partir de pontos internos do projeto e externos, para isso. A ideia foi de elencar os pontos positivos do programa e sua campanha de divulgação anterior, os quais poderiam ser mantidos, e destacar os pontos de fragilidade a serem aprimorados.

As turmas foram divididas em equipes a partir das habilidades e competências inerentes a cada curso, sendo: 1) os discentes de Publicidade e Propaganda, observaram a divulgação do programa, suas ferramentas de comunicação com o público e identidade visual; e 2) os discentes de Jornalismo, avaliaram o conteúdo dos *videocasts* e o modo como o mesmo foi transmitido, a linguagem, tempo de duração, entre outros aspectos. Neste momento, os alunos e alunas puderam propor como o programa seria construído nesta nova temporada, a fim de atrair maior público e dialogar com a sociedade de forma efetiva. As duas turmas definiram ainda de que forma essa nova fase seria refletida na identidade visual.

Foi decidido que os programas seriam menores, com a divisão em blocos que contassem com entrevistas, gravações externas e tornasse o conteúdo mais dinâmico. Além disso, a rede social escolhida para divulgação, a partir da definição do público, foi o *Instagram*. As plataformas que receberam os programas prontos foram: *Youtube*, sendo a conta do próprio *Foca Talk*, e *Spotify*, por meio da conta institucional *UNIVALE Podcasts*. A ideia de blog foi abandonada com a justificativa de que o conteúdo presente nele não seria acessado pelo público. Definiu-se como público-alvo

estudantes universitários da UNIVALE, os quais se preocupam com as questões ambientais e climáticas, bem como a comunidade do entorno.

Ao agregar os conhecimentos aprendidos na disciplina de “Sustentabilidade, meio ambiente e mídia” e as ferramentas da comunicação, o projeto se caracteriza enquanto interdisciplinar. O tema norteador para esta temporada foi “Meio Ambiente” e, a partir do tema guarda-chuva, os discentes e professores orientadores desenvolveram os roteiros direcionados a 4 subtemas, sendo eles: Reciclagem, Ciência Cidadã, Pico do Ibituruna e Enchentes, todos com abordagem local. Definida as temáticas, 4 grupos foram formados a fim de desenvolver as pautas propostas.

Em seguida, a turma foi redistribuída em equipes de trabalho conforme as habilidades de cada discente. A equipe de roteiro e reportagem contou com a participação de 11 alunos e ficou responsável pela elaboração dos roteiros dos programas, apuração e verificação das pautas; apresentação dos programas; quando necessário, gravação de externas.

A equipe de gravação, formada por 5 alunos, atuou acompanhando a gravação dos programas em estúdio e suporte, quando necessário, externo; auxiliou na organização dos equipamentos e estúdio, bem como, direção ao longo das gravações e upload semanal dos programas no YouTube. A equipe de edição, formada por 4 alunos, ficou responsável pela decupagem do material de áudio e vídeo.

Por fim, a equipe de desenvolvimento de campanha e redes sociais, composta por 10 estudantes, realizou a pesquisa prévia, diagnóstico e elaboração do plano de ação para as redes sociais do programa, reelaborou a marca e identidade visual do *Foca Talk*, a partir do Manual da Marca; fez a gestão da marca nas redes sociais do programa, desenvolveu todo texto e material audiovisual para as redes sociais a serem publicados em formato de *posts*, *reels*, *stories*, entre outros, bem como, foram responsáveis pela conversão do conteúdo para diferentes formatos, em parceria com a equipe de edição. Os integrantes ainda realizaram o monitoramento das redes sociais, interagindo com os seguidores e criaram o “Minuto animal”, vídeo curto para *Instagram* no qual animais em risco de extinção são apresentados ao público.

A gravação dos programas aconteceu ao longo do mês de outubro, no laboratório de rádio da UNIVALE, e contou com o apoio da UNIVALE TV, a qual cedeu equipamentos de gravação e imagens de arquivo, quando solicitados. Para a gravação dos programas, diferentes cursos, projetos, professores, pesquisadores e instituições foram acionadas como, por exemplo, a Associação de Catadores de Materiais Recicláveis Natureza Viva (ASCANAVI), a qual participou do primeiro programa trazendo a importância da reciclagem e coleta seletiva do lixo.

Para que os alunos e alunas fossem preparados para a gravação dos programas, outra disciplina foi envolvida: “Fonoaudiologia e voz profissional”. Foram promovidas oficinas que auxiliaram no preparo dos alunos para as entrevistas e uso da voz. Os exercícios aprendidos ao longo das oficinas foram repetidos antes de cada gravação e a professora responsável acompanhou todo o processo, oferecendo o suporte necessário, em especial, aos apresentadores e repórteres.

RESULTADOS

Como resultados da iniciativa, pode-se elencar:

- a) 4 *videocasts*, disponíveis no *Youtube*⁵, adaptados em 4 *podcasts*, disponíveis no *Spotify*⁶, com centenas de visualizações. Os episódios são “Você separa seu lixo para reciclagem?”, “Você sabe o que é Ciência Cidadã?”, “Você conhece ou já visitou o famoso Pico da Ibituruna?” e “Você já vivenciou alguma das enchentes que aconteceram em Governador Valadares?”;
- b) Nova logo e identidade visual para o programa;
- c) 18 publicações no *feed* e *reels* e diversos *stories* no *Instagram*⁷ (@focataalkunivale). A página alcançou 120 seguidores e os vídeos

⁵ Canal *Foca Talk*, disponível em: <https://www.youtube.com/@focataalk9033>. Acesso em: 20 maio 2023.

⁶ Conta *Univale Podcasts*. Disponível em:

<https://open.spotify.com/episode/1K1tt1PQAb72vM0LH7ioUc?si=c698f548fe014aab&nd=1>. Acesso em: 20 maio 2023.

⁷ Perfil do *Instagram* do *Foca Talk*. Disponível em: <https://www.instagram.com/focataalkunivale/>. Acesso em 20 mai. 2023.

publicados chegaram a mais de 3300 visualizações⁸, com 813 apenas no *Reels* do dia 25 de novembro de 2022.

Sem contar os roteiros desenvolvidos, apuração prévia dos dados e temas de cada programa, bem como um plano de comunicação e manual da marca desenvolvidos para nortear as ações de comunicação. Além disso, os discentes puderam trabalhar em grupo, de forma multidisciplinar, a fim de explorar habilidades como a capacidade de inovar, trabalhar em equipe, por em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso e promover a interação entre universidade e comunidade local.

DISCUSSÃO

Ao longo do processo, foi possível observar o caráter extensionista da ação, proposta por Freire (2014), capaz de envolver discentes e comunidade, ao transmitir conhecimentos e estabelecer o diálogo entre as partes. Uma importante fonte de aprendizado para os alunos e alunas envolvidos, mas também para a comunidade.

Por meio da divulgação do conhecimento científico e a relação dos temas com o meio ambiente foi possível desenvolver nos discentes o senso de pertencimento ao espaço que vivem e a compreensão da complexidade e amplitude do termo “meio ambiente” (BUENO, 2007; TRIGUEIRO, 2008). Ainda, houve uma preocupação em tornar os conteúdos palpáveis e parte da realidade dos receptores (MASSARANI; ALVES, 2019), tendo o envolvimento de atores sociais locais, como membros da sociedade civil, professores e pesquisadores, para a discussão dos temas que envolvem a questão ambiental valadarense. Ainda, ao unir comunicação e meio ambiente, a prática se torna interdisciplinar, promovendo uma educação que abarque a complexidade da realidade na qual a turma e cada discente se insere (SANTOS; SOUZA; ROSA, 2020).

Todas as ações norteadas por técnicas de planejamento (KUNSCH, 2003), capazes de desenvolver técnicas de diagnóstico situacional, desenvolvimento de

⁸ Dados referentes à coleta de informações obtidas no dia 20 de maio de 2023.

propostas de ação para atingir as metas e objetivos pensados, como também formas de se avaliar os processos e propor ajustes, ao longo do processo de construção dos episódios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo o processo de produção da terceira temporada do *Foca Talk* foi marcada pela inovação, extensão e interdisciplinaridade, desde sua concepção, uma vez que os alunos e alunas trouxeram novas propostas, a partir de um projeto já existente, ao mesmo tempo em que propuseram debates acerca do tema meio ambiente, tão presente na sociedade atual, sendo uma preocupação desta e das próximas gerações. Desde a mudança na identidade e marca do programa, até sua linguagem e tema, tudo foi adaptado à nova temporada, em uma versão que fosse de encontro às pesquisas elaboradas pela turma e a concepção de projeto do que funcionaria nessa nova etapa, levando em consideração as mudanças comunicacionais vivenciadas atualmente.

O objetivo dos episódios da temporada de 2022 foi alcançado, de um modo geral. Como desafios a serem enfrentados nas próximas produções podem ser elencados a otimização do tempo para desenvolvimento das atividades; maior envolvimento da turma como um todo, visto que alguns alunos se envolveram mais do que outros; por fim, a otimização dos recursos materiais, como equipamentos para gravação e laboratórios. Com a ascensão de novas mídias digitais, torna-se importante que as próximas turmas observem as linguagens e as redes sociais de maior relevância para o público, o que possibilitará que o conteúdo chegue a mais pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação e Meio Ambiente; Jornalismo; Publicidade e Propaganda; videocast; prática extensionista.

AGRADECIMENTOS: Agradecemos à UNIVALE pelo apoio no desenvolvimento do projeto por meio de seus setores e laboratórios. Dentre eles, destacam-se o laboratório de rádio, com o suporte na gravação e tratamento do áudio pelo profissional técnico responsável, Jonathan Reis; e a UNIVALE TV, responsável por auxiliar no processo de gravação dos vídeos, dentro e fora do estúdio. O videocast jamais seria possível sem o suporte dos profissionais e instalações da instituição. Ainda, um agradecimento especial aos alunos e alunas envolvidos que se dedicaram na produção e participaram ativamente na realização dos programas e campanhas de divulgação.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Desenvolvimento e Meio ambiente**, n.15, p. 33-44, 2007.

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2014.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MASSARANI, Luisa Medeiros; ALVES, Juliana Passos. A visão de divulgação científica de José Reis. **Ciência e cultura**, v. 71, n. 1, p. 56-59, 2019.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. *In*: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: Da forma ao sentido**. Brasília, DF: Editora UNB, 2002. p. 217-233.



RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação—Questão comunicacional e formas de sociabilidade**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

SANTOS, Davilene Souza; DE SOUZA, Adriana Serafim; ROSA, Flávia Goulart Mota Garcia. A comunicação científica das práticas interdisciplinares em processos de aprendizagem. **Informação em Pauta**, v. 5, n. 2, p. 56-70, 2020.

TRIGUEIRO, André. **Meio ambiente no século 21**. Campinas: Editora Autores Associados LTDA, 2008.