

Diálogo e Discurso na Produção de Spots Radiofônicos com a finalidade de Educomunicação Científica¹

Vânia Beatriz Vasconcelos de Oliveira
Comunicóloga, Mestre em Extensão Rural, Pesquisadora da Embrapa Rondônia
vania@cpafrro.embrapa.br

Resumo

Este estudo aborda o processo de elaboração coletiva de *spots* radiofônicos destinados à divulgação científica da pesquisa agroflorestal. A demanda por divulgar ao público leigo os resultados de pesquisas financiadas pelo Programa Piloto para a proteção das Florestas Tropicais (PPG-7) na Amazônia deu origem ao projeto “Com.Ciência Florestal”, coordenado pela Embrapa Rondônia (2007-2008), com a finalidade de desenvolver estratégias de comunicação para promover a popularização da ciência florestal, pela via midiática, bem como em atividades grupais comunitárias. O objeto de análise é a interação dos atores sociais (pesquisadores, comunicadores e acadêmicos de Comunicação Social) no processo de reformulação do discurso científico (DC) e de construção do discurso da divulgação científica (DDC) enunciado nos textos produzidos para a mídia radiofônica (*spots*). A questão que se buscou responder foi: como se construiu o discurso da divulgação científica da pesquisa agroflorestal, no processo de produção de *spots* radiofônicos. Para isso, com suporte teórico no dialogismo de Bakhtin, fez-se a descrição e análise do processo de produção do discurso ambiental, a partir da análise textual de dez *spots* produzidos com a finalidade de divulgar soluções tecnológicas para a conservação florestal. A reflexão, quer oferecer uma contribuição à discussão sobre as relações mídia e meio ambiente, e se desenvolve sobre a produção do discurso ambiental, a ação-cidadã e a produção de *spots* radiofônicos em oficina, como prática pedagógica educacional auxiliar na popularização da ciência.

Palavras-chave

Discurso ambiental, popularização da ciência, mídia radiofônica

¹ Aprovado para apresentação oral no GT 8 – Mídia e Meio Ambiente

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Introdução

A sociedade, o público leigo em particular, têm convivido diariamente com o discurso científico na mídia. Elaboraões jornalísticas e publicitárias têm sido veiculadas com o propósito de informar, sensibilizar, conscientizar sobre os problemas ambientais e, ao mesmo tempo, promover a participação da sociedade, na viabilização de soluções. Tais informações, na maioria das vezes, não despertam o interesse do público-alvo, seja por sua complexidade, seja por que o cidadão não encontra nessas mensagens uma relação com o seu cotidiano.

As mudanças climáticas, o sequestro de carbono, a destruição da camada de ozônio, a extinção das florestas em razão das queimadas e desmatamento, são alguns dos assuntos, que passaram a ser veiculados com mais frequência na mídia e debatidos fora dela, a exemplo das conferências e audiências públicas que tratam das questões ambientais, como a Rio+20.

A demanda por divulgar ao público leigo os resultados de pesquisas financiadas pelo Programa Piloto para a proteção das Florestas Tropicais (PPG-7) na Amazônia deu origem ao projeto “Estratégias de comunicação para a divulgação científica de resultados de pesquisa florestal desenvolvida pela Embrapa na Amazônia Ocidental” (Com.Ciência Florestal), coordenado pela Embrapa Rondônia, no período de 2007-2008.

A elaboração coletiva de spots radiofônicos destinados à divulgação científica, fez parte das estratégias adotadas na execução do Com.Ciência Florestal, que por sua vez, representa mais uma prática educacional, dentre aquelas que, ao longo de quase uma década de experiências em campo, vem sendo desenvolvidas e aplicadas como recursos pedagógicos, para uso em atividades de educação e comunicação na mídia com fins de popularização da ciência. Com este propósito, a produção da informação parte de uma questão dual: “o que a Ciência faz?” e “o que a sociedade pode fazer?” para minimizar os impactos ambientais sobre os recursos naturais (OLIVEIRA, 2009).

A resposta a essas questões está relacionada por um lado com a divulgação científica, respondendo à questão sobre “o que faz a Ciência” e por outro lado, com a percepção ambiental / sensibilização do cidadão comum, representando a sociedade leiga. A divulgação promovida pelo PPG-7 visou aumentar a consciência do cidadão comum, sobre o papel da ciência no seu cotidiano e, em particular, sobre a importância da pesquisa para minimizar os impactos ambientais sobre as florestas naturais.

VI Encontro Nacional da Anppas 18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

As ações de divulgação científica foram sobre os resultados de dois projetos de pesquisa do campo da ciência florestal na Amazônia: (1) Zoneamento edafoclimático para plantio de espécies florestais de rápido crescimento e (2) Sistemas agroflorestais e alternativos para a recuperação de áreas degradadas. Ambos enfocam atividades desenvolvidas nas unidades da Embrapa na Amazônia Ocidental; cujos resultados aportam, em síntese, duas grandes contribuições para a sociedade: a indicação de espécies florestais de crescimento rápido, para plantios de florestamento ou reflorestamento; e a recuperação de áreas degradadas, com sistemas agroflorestais (SAFs), para a redução do desmatamento de novas áreas de floresta primária e recuperação dos solos.

No que diz respeito à comunicação da ciência florestal, tais contribuições são exemplos de informações que, a partir do desenvolvimento de estratégias de comunicação para a divulgação científica, são passíveis de despertar o interesse e aumentar a consciência do cidadão comum sobre o papel e a importância da ciência florestal no seu dia-a-dia. O conjunto de iniciativas dirigidas aos cidadãos, visando reflexão e ação diante dos problemas ambientais é denominado genericamente de educação ambiental (EA), que nas escolas é desenvolvida como um tema transversal.

A relação entre meio ambiente e educação para a cidadania assume um papel cada vez mais desafiador, sendo atribuído à escola o papel de formadora da consciência ambiental. Jacobi (2008, p. 134) destaca a função transformadora da educação ambiental, em que a corresponsabilidade dos indivíduos se torna objeto essencial para promover o desenvolvimento sustentável.

No contexto comunicacional, no qual as mediações tecnológicas passam a interferir na percepção que o ser humano tem de si mesmo e do mundo, vislumbramos o desafio de produzir informação, em interação com os diversos atores da vida social.

Este artigo, extraído de estudo elaborado para conclusão de curso de especialização em jornalismo científico (OLIVEIRA, 2011), quer contribuir para ampliar a reflexão crítica sobre a produção de informação com fins de divulgação científica e educação ambiental num processo convergente para uma prática que denominamos de educomunicação científica. Esta reflexão, recortada do amplo cenário no qual se insere a inter-relação entre Comunicação/Educação, se desenvolve sobre a produção do discurso ambiental, a ação-cidadã e a produção de *spots* radiofônicos em um processo participativo que envolveu pesquisadores e acadêmicos de Comunicação Social na reformulação do discurso científico (DC) e de construção do discurso da divulgação científica (DDC) enunciado em textos produzidos para a mídia radiofônica (*spots*).

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Aspectos conceituais da divulgação científica na mídia

A divulgação científica e o jornalismo científico são conceitos discutidos nos meios acadêmicos, apresentando confrontos e consensos de pontos de vista. Bialski (2004) em ampla revisão conceitual sobre o jornalismo científico cita Wilson Bueno, que sistematizou os deveres do Jornalismo Científico em seis funções básicas: informativa, educativa, cultural, social, econômica e político-ideológica; e Marques de Melo, que ao se referir à função que mais tem recebido atenção do Jornalismo Científico (a educativa), afirma que o jornalismo deve na sociedade:

cumprir a atividade educativa dirigida à grande massa, popularizar o conhecimento produzido nas universidades e institutos de pesquisa; usar linguagem acessível ao cidadão comum; despertar o interesse pelos processos científicos no público; conscientizar a população que paga impostos; e realizar um trabalho de iniciação dos jovens ao mundo do conhecimento e da educação continuada dos adultos. (MELO, apud BIALSKI, 2004).

A conscientização da sociedade através da mídia aproxima as modalidades jornalismo científico e jornalismo ambiental. A realização da segunda Conferência Internacional sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco 92 ou Rio 92) é considerada como o marco das discussões internacionais sobre meio ambiente e da inserção mais ostensiva do assunto nas pautas das diversas mídias.

A importância da mídia na conscientização ambiental é reconhecida por Lima (2010) que em artigo aponta deficiências na informação científica veiculada na imprensa e os fatores mais frequentes e de maior impacto que concorrem para isso:

- 1) Má formação humanística e falta de cultura geral dos formados em cursos de comunicação social;
- 2) Informação incorreta das fontes;
- 3) Auto-censura da informação científica;
- 4) Falta de preocupação pela informação científica.

Além disso, considera que é “... *necessário e urgente dar novo tratamento a tudo o que se refere a conceitos científicos em órgão de divulgação*”, principalmente para que a informação científica [...] tenha o objetivo de “... *formar e colaborar com a melhoria da qualidade de vida da sociedade*”.

A visão de que a divulgação científica é uma atribuição exclusiva do pesquisador/cientista, já foi há muito suplantada, dando lugar a ideia de que pesquisadores e comunicadores devem atuar em interação.

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Para isso, faz-se necessário superar o “cenário de conflitos”² observado na relação imprensa e cientistas, na divulgação jornalística da ciência. Quanto ao especialista da comunicação científica, seu papel ultrapassa os limites da notícia, assumindo a tarefa “traduzir ciência” com o uso de uma linguagem mais acessível ao leigo, educando-o ambientalmente e proporcionando uma comunicação que produza sentido e impulse a ação, pois se espera que pela mobilização social se alcance a sustentabilidade almejada.

A sustentabilidade ambiental, a preservação de recursos para gerações futuras e a conquista ou a manutenção do bem estar social são argumentos recorrentes nas mensagens veiculadas na mídia, não só com a finalidade de conscientização, mas também de comercialização. Em estudo sobre o discurso ambiental na mídia, Pereira (2008) analisa o chamado “marketing verde” utilizado por grandes empresas, que utilizam o discurso ambiental em seus anúncios publicitários. A autora chama a atenção para a necessidade de um olhar mais crítico na leitura das mensagens ambientais veiculadas na mídia e considera que as propagandas “... podem e devem ser utilizadas não só como uma ferramenta de venda, mas também, como um modo de se promover mudanças no comportamento e nos valores instituídos na nossa sociedade” (PEREIRA, 2008, p. 45).

No Brasil, o uso da mídia rádio para a divulgação científica, tem sido mais frequentemente explorado por Instituições de Ensino Superior (IES) , que por força das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Comunicação Social são obrigadas a manter laboratórios de radiojornalismo, possibilitando o ensino-aprendizagem dos alunos, além de, em alguns casos, tornarem-se espaços de divulgação das atividades científicas das próprias escolas e de comunicação e educação ambiental. Dentre as instituições de pesquisa mencionamos a Embrapa, que produz e distribui o “Prosa Rural”. O programa é construído coletivamente de forma participativa, onde todos os integrantes da equipe têm voz e vez. (ARAÚJO; MIURA, 2005).

Objetivos

O principal objetivo deste estudo é analisar como os atores sociais envolvidos no processo de produção de textos para a mídia radiofônica (spots), no projeto Com.Ciência Florestal, interagiram para construir o discurso da divulgação científica da pesquisa agroflorestal. Mais especificamente, objetiva-se analisar os textos produzidos, enfocando a construção de sentidos e os argumentos utilizados pelos enunciadores, em relação à temática ambiental;

² SOARES, Maria Suzana. **Jornalistas e pesquisadores: aliados ou inimigos?** *Biológico*, São Paulo, v.64, n.2, p.169-170, jul./dez., 2002. In: http://www.biologico.sp.gov.br/docs/bio/v64_2/soares.pdf

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Referencial teórico e metodológico, e informações utilizadas

Os spots radiofônicos em análise foram produzidos em uma Oficina, caracterizada como prática educativa e lugar de contrato de comunicação, de parceiros em interação na reformulação do discurso fonte, neste caso o discurso dos pesquisadores (enunciadores), reformulado por acadêmicos de comunicação social (enunciatários), mas, ao mesmo tempo locutores/ enunciadores /reformuladores e produtores de um segundo discurso.

Com estas análises, a questão que buscamos responder foi: *como os atores sociais (pesquisadores, comunicadores e acadêmicos) envolvidos no processo de produção de spots radiofônicos, no projeto Com.Ciência Florestal, construíram o discurso da divulgação científica da pesquisa agroflorestal?*

Para alcançar esse objetivo, analisamos dez spots produzidos por dois grupos de estudantes, visando divulgar soluções tecnológicas para a conservação florestal. Com suporte teórico no dialogismo de Bakhtin, para a discussão da questão, anteriormente enunciada, fez-se revisão de literatura sobre comunicação da ciência em seu aspecto conceitual e sobre a produção de spots radiofônicos em laboratório de instituições de ensino. Fez-se a descrição e análise do referido processo, sob a perspectiva de produção do discurso ambiental produzido coletivamente em sala de aula/oficina.

Diante da existência empírica do objeto de análise (spots radiofônicos) resultante de uma produção coletiva, o estudo da construção/reformulação do discurso da divulgação científica ora proposto, tem como instrumental de análise a teoria do Dialogismo de Mikhail Bakhtin (1895-1975), que contribui para a compreensão sobre os gêneros discursivos e suas análises. Dentre os diversos conceitos formulados pelo autor, lançamos mão da noção de contrato de comunicação³ no qual situamos a Sala de Aula/Oficina como lugar de interação social, através do uso da linguagem. O dialogismo, colocado em evidência por Bakhtin, refere-se às relações que todo enunciado mantém com os enunciados produzidos anteriormente, bem como com os enunciados futuros que os destinatários poderão produzir: “Todo enunciado retoma e responde necessariamente à palavra do outro, que está inscrito nele; ele se constrói sobre o já-dito e o já-pensado que ele modula e, eventualmente, transforma (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008:216). Desta forma, trata da palavra como “...uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros” (BAKHTIN, 1997, p. 113).

Outra abordagem que orienta nossa discussão é o da educomunicação, campo do conhecimento onde situamos a relação educação/comunicação voltada para a divulgação científica.

³ “... parceiros em interação co-construindo o sentido.”

VI Encontro Nacional da Anppas 18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Educomunicação científica

A educomunicação é o campo do conhecimento onde situamos a relação educação/comunicação voltada para a divulgação científica. Enquanto conceito e enquanto prática social, a educomunicação vem ganhando legitimidade, especialmente no Brasil e nos países da América Latina, como uma opção para promover a melhoria das relações nos espaços educativos, bem como para a eficácia dos programas que utilizam a mídia no ensino.

Ela é a principal linha de pesquisa desenvolvida pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (NCE-ECA/USP), que inicialmente, sistematizou o campo de intervenção da educomunicação, em quatro áreas, dentre elas a mediação tecnológica na educação, que compreende os procedimentos e as reflexões em torno da presença e dos múltiplos usos das tecnologias da informação na educação. Em 1999, ao final de uma etapa de pesquisas do NCE, o termo Educomunicação, anteriormente restrito aos estudos dos efeitos da mídia na educação, foi ressemantizado para designar:

[...] o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos comunicativos, assim como de programas e produtos com intencionalidade educativa, destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos, criativos, sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática dos recursos da informação. (SOARES, 2009, p. 162).

Com o avanço dos estudos do NCE o conceito de educomunicação ganha outras abordagens teóricas e aplicações práticas, alcançando o status de política pública educacional, a exemplo da educomunicação ambiental e sua inserção como fórum de cidadania e de popularização da ciência.

A partir da experiência com o projeto Com.Ciência Florestal, identificamos a possibilidade de ampliar a aplicação dos princípios da educomunicação, para a divulgação da ciência, pautada pela inclusão social e percepção ambiental, conceitos estreitamente ligados a educomunicação e que deram base para a formulação de uma proposta metodológica de educomunicação para a divulgação científica, que se apoia no princípio de produzir e desenvolver ecossistemas educacionais e comunicativos, com base na comunicação grupal e na linguagem audiovisual; e na organização e disseminação de informações, em linguagem acessível, sobre questões socioambientais, a partir da compreensão de como e para que “se faz ciência”, e qual a sua aplicabilidade no dia-a-dia do cidadão comum. (OLIVEIRA, 2008).

VI Encontro Nacional da Anppas 18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Os estudos sobre a inter-relação comunicação educação, que por muito tempo estiveram restritos ao campo da educação formal, passaram a partilhar experiências no campo da educomunicação socioambiental e elaborar reflexões sobre os desafios que o meio ambiente e sua preservação apresentam para a mídia, para o ensino e para as práticas das organizações sociais.

A educomunicação como política pública foi o tema do I Simpósio Brasileiro em Educomunicação, realizado em novembro de 2003 em São Paulo, pelo Programa Educom Rádio, do Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP, e pelo Projeto Vida, ligado a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. Desde então referido simpósio, que está em sua VII edição (2011), tem reunido professores, membros de comunidades escolares, estudantes, pesquisadores, ativista e pessoal de rádios comunitárias, que partilham suas experiências, não mais só focadas no rádio, mas apresentações de projetos de educomunicação e atividades culturais e multimidiáticas.

Em setembro de 2011, com o intuito de fortalecer o grupo de especialistas que atuam na interface Comunicação/Educação, foi realizado, em Recife-PE, o I Colóquio de Professores, Pesquisadores e Estudantes de Educomunicação, e criada a Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Educomunicação (ABPPED). O objetivo da proposta, segundo o Professor Ismar de Oliveira Soares, promotor da ideia, é a de congregar as pessoas que implementam ou pesquisam as práticas educacionais no país, tanto no espaço público quanto no espaço privado, nas áreas da educação formal (escolas), do terceiro setor (ONGs) ou da produção midiática, articulando ações que deem visibilidade às práticas, além de oferecer subsídios que permitam o fortalecimento dos programas na área, em todo o país.

Desta forma, sob o ponto de vista metodológico, o enfoque da análise é predominantemente descritivo e qualitativo, aplicado somente à produção textual. Buscamos identificar as características do discurso ambiental apropriadas pela ciência florestal, quanto as diferentes representações dos atores sociais envolvidos na reformulação do discurso fonte.

Trata-se de uma produção de textos na qual se opera um processo de reformulação do discurso primeiro, do qual participaram: 02 (dois) pesquisadores responsáveis pelos projetos alvos da divulgação científica, como enunciadores do discurso fonte; 02 (dois) comunicadores como intermediários da interação entre os pesquisadores e os acadêmicos; e 11 (onze) acadêmicos, 10 de Comunicação Social e 1 (um) de Engenharia Florestal, como enunciatários/locutores/reformuladores e enunciadores de um segundo discurso e ao mesmo tempo mediadores entre o mundo científico e a sociedade. Os spots radiofônicos, produto final de uma rede de gêneros particulares do discurso midiático, constituem o quarto elemento deste processo que nos propusemos a analisar (Figura 1).



Figura 1 – Fluxograma dos discursos e atividades componentes da pesquisa.

A definição de conceitos-chaves constituiu-se em uma etapa intermediária entre o cientista e os comunicadores, neste caso, representados pelos acadêmicos de comunicação. O pesquisador da área de comunicação social, como portador de um discurso intermediário definiu as palavras-chaves, que representariam a tecnologia, evidenciando os seguintes aspectos: a velocidade com que as florestas são derrubadas, é muito maior do que a velocidade com que as árvores crescem, portanto a vantagem competitiva oferecida pela tecnologia de um projeto (PJ1) é o “crescimento rápido” que pode vir a dar um equilíbrio entre os participantes dessa “corrida”; o potencial de “recuperação” dos solos com o uso dos SAFs é a principal vantagem oferecida pelo segundo projeto (PJ2).

O processo de reformulação do discurso científico situa-se num dado contexto sócio-histórico (de crise/degradação ambiental) e neste caso, diante da existência empírica do objeto de análise (spots radiofônicos) resultante de uma produção grupal, cujo teor deverá produzir efeito sobre a ação do público-alvo, uma vez que, diante dos problemas e conflitos ambientais, há um apelo à mobilização global da sociedade para “salvar o Planeta”.

O agir humano é o determinante das mudanças que se espera no comportamento da sociedade. Sob o ponto de vista filosófico, Arendt (1991, p. 189) nos remete à reflexão quanto ao falar e ao agir que dão visibilidade ao homem, ao afirmar que “... a ação e o discurso são os modos pelos quais os seres humanos se manifestam uns aos outros”.

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Resultados

O discurso ambiental nos spots produzidos

Alguns argumentos, expressos nos 10 spots (Anexo 1) produzidos coletivamente, caracterizam o discurso elaborado como um discursos de transmissão de conhecimento, com características didáticas, identificadas claramente em expressões como “aprenda a fazer” (spot 4) , que revela a intenção de fazer saber, de dividir saberes, ou de fazer com que o outro aprenda. O estímulo ao agir apresenta-se de forma imperativa: “plante”, “faça a sua parte”, “abraça essa ideia”; bem como pelo destaque às atitudes (ação-cidadã) como um “exemplo” a ser seguido (spot 4).

Identifica-se também o discurso institucional, que objetiva deixar marcada a importância da pesquisa, reforçado no texto “deposite confiança na pesquisa florestal” (spot 2) e nos spots (8 e 9) que deixam claro a aquisição de um conhecimento, transmitido em palestras ministradas na instituição de pesquisa, nas frases, “eu não sabia, agora eu sei”, “eu nunca pensei... agora eu sei” .

As palavras “reflorestamento” e “recuperação” sínteses das soluções tecnológicas propostas pelos projetos de DC, estão fortemente ligados às ações em prol da minimização dos problemas ambientais. As tecnologias geradas pela ciência florestal, neste caso, apresentam-se como muito importantes para a sociedade, já que o desmatamento é apontado como um dos principais problemas ambientais, com repercussão na questão climática (aquecimento global) da mesma forma que os sistemas agroflorestais, que, conforme as vantagens apontadas pelo pesquisador no texto de referência embutem estes conceitos.

Quando pensadas como ação efetiva do homem em interação com a natureza, reflorestar e recuperar são verbos que traduzem o mesmo princípio de “cuidar” do meio ambiente. “Vamos cuidar do nosso planeta” é um dos jargões mais frequentes nos discursos ambientais , sejam em campanhas midiáticas, sejam em ações educativas na comunidade escolar.

Não obstante a forte presença na mídia do discurso ideológico maniqueísta, que coloca em oposição as boas e as más relações do homem com a natureza; não se verificou o uso desses argumentos, tampouco o uso do signo “verde”, incisivamente associado à floresta, à atitudes ecológicas “saudáveis”. Entretanto, o discurso dos acadêmicos é permeado de “lugar comum” representado por expressões tais como: “ ar puro para respirar”, “qualidade de vida” (spots 4.5.7).

A disseminação de uma consciência ecológica, que advém da necessidade de usar racionalmente os recursos naturais, foi o argumento mais frequentemente utilizado, enfocando as possibilidades de reflorestamento com espécies de crescimento rápido e de utilização dos SAFs.

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Conclusões, reflexões sobre os resultados, propostas ao debate

A proposta deste trabalho é oferecer uma contribuição à discussão sobre as relações mídia-meio ambiente. As atividades realizadas durante o processo de produção dos spots introduziram aspectos relacionados a produção do discurso de vulgarização da ciência, que tem sua relevância por produzir reflexões e indicar procedimentos para que se busque elaborar discursos de popularização da ciência, que produzam sentido, no cotidiano do cidadão comum, o chamado público leigo.

Na análise textual dos spots, verificou-se que os enunciados caracterizam-se como discursos de transmissão do conhecimento; e que os principais argumentos foram os benefícios econômicos e o bem-estar social. De modo geral, evidencia-se no discurso dos acadêmicos (comunicadores) e nas “falas” dos pesquisadores o conflito entre o interesse da comunicação de ambos.

O discurso interior dos acadêmicos dialoga, com suas referências familiares: “...na casa do meu avô” (spot 5); com a influência da mídia (a árvore teca, com a voz sensual, remete a imagem de mulher, “a boa”, a mesma que vende cerveja), spot 10; com a vida cotidiana, onde se tem um menino⁴ voltando da escola e contando para a mãe as novidades, o aprendizado da aula (spot 6).

Enquanto laboratório experimental de rádio, a oficina pode ser considerada “o espaço físico e social do ato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2009, p. 69) onde se processou a transformação do discurso fonte e se obteve um produto: os spots expressando um discurso que se pretendia de sensibilização ambiental, mas que se revelou, muito mais dirigido ao beneficiário direto das tecnologias, sobretudo por evidenciar a oportunidade econômica do investimento em reflorestamento. Mas ao mesmo tempo, a mensagem que faz apelo a ação cidadã é a que argumenta pelo bem estar social.

Considera-se que, ao orientar procedimentos e demonstrar a aplicação da ciência no setor florestal por um viés econômico, imprimiu-se um discurso que porta-se muito mais como canal de transferência de tecnologia do que de sensibilização para questões ambientais.

Destaca-se ainda a possibilidade de contribuição desse trabalho para ampliar a reflexão crítica sobre o processo de produção de informação com fins de divulgação científica e educação ambiental num processo convergente para uma prática que denominamos de educomunicação científica. No contexto histórico de preocupações com as questões ambientais e de novos olhares sobre a emissão e recepção mediática, é necessário e de fundamental importância que as comunicações formuladas, estimulem o estabelecimento de compromisso do cidadão comum com o futuro de suas gerações,

⁴ O texto originalmente criado indica o diálogo com um menino, porém a gravação do áudio foi feita por uma menina.

VI Encontro Nacional da Anppas 18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

desempenhando um papel que - além de levar ao conhecimento da sociedade, as contribuições da ciência - vai despertar nas pessoas a importância da ação para a cidadania, o agir cidadão, reforçando a ênfase que os estudos na linha de comunicação e cultura, colocam nas interações entre os meios de comunicação de massa e as vivências cotidianas, experimentadas pelos indivíduos e grupos.

Não obstante, não se descartam as demais possibilidades que a prática educativa ofereceu e que confirma sua validade como lugar de interação, e de produção. Desta forma, acreditamos ser possível repetir a realização de Oficinas nestes moldes, como prática educativa, de modo a corrigir procedimentos no processo de interação/criação, uma vez que a mesma oferece possibilidades de renovar ou mesmo romper com a concepção do modelo tradicional da educação instaurando outra práxis comunicacional. Em outras palavras, isto significa a possibilidade de exercitar o conceito de educomunicação, e estruturar as condições de produção do discurso de modo a elevar esse procedimento a uma categoria de tecnologia social no campo da educação.

Por fim, destacamos a possibilidade de contribuição desse trabalho para ampliar a reflexão crítica sobre o processo de produção de informação com fins de divulgação científica, bem como estimular o aluno de Comunicação Social a exercitar sua atividade de produção textual, para além da técnica, orientando-os para a leitura do mundo, de modo que, ao iniciar a construção de um discurso de divulgação científica, tenham claro, ou busquem clareza, sobre o porquê, como e para quem fazer ciência? Questões que devem anteceder ao processo de reformulação do discurso científico.

Esta abordagem justifica-se pelo fato de que no contexto sócio-histórico da atualidade, há uma demanda crescente por produtos florestais e, ao mesmo tempo, atribui-se ao agronegócio florestal brasileiro grande parte da responsabilidade sobre os danos ambientais decorrentes do mau uso agropecuário e florestal nos diferentes biomas brasileiros. Daí a importância de comunicar para toda a sociedade, especial na Amazônia, a contribuição da ciência florestal, a partir de um processo reflexivo e dialógico, que leve à ação.

Para além do discurso politicamente correto, urge que a sociedade, para quem devolvemos o “que fazer”? , tenha a reflexão sobre mudanças de hábito, como uma prática cotidiana. Desta forma, podemos pensar, retomando Arendt (op. cit.) e a “reflexão quanto ao falar e ao agir que dão visibilidade ao homem”, que é a ação “... que vem acompanhada do discurso da fala”, que comunica esse agir ao outro e produz novas atitudes, mais condizentes com a demanda por sociedades sustentáveis.

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

Referências bibliográficas:

ARAÚJO, Marluce Freire Lima; MIURA, Juliana. Prosa Rural - Informação científica pelas ondas do rádio. Brasília: INTERCOM, 2005. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R2025-1.pdf>. Acesso em: 05 fevereiro de 2011.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1997.

BIALSKI, Sérgio. Jornalismo científico: uma revisão conceitual. **Ciência & Comunicação**, v. 1, n. 1, 2004. Disponível em: <http://www.jornalismocientifico.com.br/revista1artigosergio_bialski.htm>. Acesso em: 03 fev. 2007

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso: modos de organização. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2009.

JACOBI, Pedro Roberto. Educação, Meio Ambiente e Cultura – transformando as práticas. In: PARENTE, T.G.; MAGALHÃES, H.G. (Orgs.). **Linguagens plurais: cultura e meio ambiente**. Bauru: EDUSC, 2008. p. 131-142.

LIMA, Eliana de Souza. A importância da mídia na conscientização ambiental. Disponível em: <http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_ambien tal/artigo2.php>. Acesso em: 12 jan. 2010.

OLIVEIRA, V.B.V. Programa de educação e comunicação científica para a inclusão social de estudantes do ensino fundamental, de comunidades ribeirinhas do Rio Madeira, Porto Velho, Rondônia: educomunicação científica. In: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Prêmio Professor Samuel Benchimol 2008**. Brasília, 2008.

OLIVEIRA, V. B. V. Comunicação e educação para a popularização da ciência florestal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba, Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009. CD-ROM.

OLIVEIRA, Vânia Beatriz Vasconcelos. Popularização da ciência florestal por meio de spots radiofônicos: diálogo e discurso. SJC-SP. 50F - **Monografia** (Especialização) Jornalismo Científico EAD. Universidade do Vale do Paraíba - UNIVAP, São José dos Campos, 2011. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/78196447/Mono-Vania-Beatriz-v-Oliveira-Univap-Final-31-Out>

PEREIRA, Carina Cerutti. O discurso ambiental como “marketing verde”: um passeio pelo o que é lido e visto nas mídias. 2008. 50 p. Dissertação (Especialização em Educação Ambiental) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

SOARES, Ismar. **Caminhos da gestão comunicativa como prática da Educomunicação**. In: BACCEGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho (Orgs.). **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009b. p. 161-188.

VI Encontro Nacional da Anppas

18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

ANEXO – Réplica dos slides dos 10 spots produzidos

<p>SPOT 1 – Tempo de plantar</p> <p>A árvore bandarra leva 25 anos para alcançar 30 metros e apenas três segundo para tombar</p> <p>Dê um tempo!</p> <p>Comece agora a reflorestar</p> <p>Uma recomendação da pesquisa florestal da Embrapa Rondônia.</p> <p><small>Criação: Grupo 2 – Adilson Miranda, Gleise, Marco, Jaqueline, Juraci, Vânia e Vanessa Locução: Adilson</small></p>	<p>Spot 2 – Árvore dá dinheiro</p> <p>Dizem que dinheiro não dá em árvore, mas árvore pode dar dinheiro!</p> <p>Reflorestamento , uma poupança com rendimento a longo prazo.</p> <p>Deposite confiança na pesquisa florestal Plante, a Embrapa garante!</p> <p><small>Criação: Grupo 2 – Adilson Miranda, Gleise, Marco, Jaqueline, Juraci, Vânia e Vanessa Locução: Adilson</small></p>
<p>SPOT 3 – PLANTE TECA</p> <p>Preciamos de ar para respirar , assim como florestas para nos sustentar.</p> <p>Plante Teca e garanta sua qualidade de vida....</p> <p>Apoio Embrapa Rondônia</p>	<p>SPOT 4 - MUTIRÃO SAFS</p> <p>Loc.: - Alô, amiga do campo, que bom que vc. ligou!</p> <p>- Aqui é a Maria!</p> <p>Loc.: - Olá Maria, hj é um dia especial, vamos falar de REFLORESTAMENTO! E vc. está fazendo a sua parte?</p> <p>- Eu e as minhas vizinhas também !</p> <p>Loc.: - E como vocês estão trabalhando ai Maria?</p> <p>- Estamos fazendo mutirão, plantando castanha, cada semana num sitio Com isso teremos um ar saudável para respirar!</p> <p>Loc.: - Muito bem , abrace essa ideia Maria, um exemplo de cidadania brasileira!</p>
<p>Spot 5 – Casa do Vovô</p> <p>GAROTO – NA CASA DO MEU AVÔ, NÃO TINHA NADA DE ÁRVORE, ERA TÃO CHATO E QUENTE...</p> <p>DAÍ, ELE CONHECEU UM MOÇOLÁ DA EMBRAPA.</p> <p>DEPOIS DISSO MELHOROU MUITO.</p> <p>O CARA MOSTROU PRA GENTE QUE PLANTAR É MELHOR PRA NOSSA VIDA E PRA VIDA DA FLORESTA</p> <p>Embrapa: um Brasil que dá certo</p>	<p>SPOT 6 – Teca na Escola</p> <p>MENINO- MÃE HOJE O PESSOAL DA EMBRAPA FALOU SOBRE A TECA NA ESCOLA.</p> <p>MÃE – TECA, A VIZINHA? O QUE A EMBRAPA FALOU DA VIZINHA?</p> <p>MENINO – NÃO MÃE, A TECA É UMA ESPÉCIE DE MADEIRA QUE A EMBRAPA USOU PARA FAZER O MÓDULO DE ATÉ EM NAVIGAR!</p> <p>MÃE – DE NAVIGAR?</p> <p>MENINO – É O PESSOAL FALOU QUE É UM PEDAÇO DE RONDÔNIA QUE VIAJA O MUNDO!</p> <p>MÃE – UXE, MAS ESSA TECA É CHALUPE!</p> <p><small>Criação: Grupo 1 – Adilson Honorato, Cibiane, Sandra, Judite, Rosângela Locução: Rosângela</small></p>

VI Encontro Nacional da Anppas
18 a 21 de setembro de 2012 - Belém - PA – Brasil

SPOT 7 – Consciência Florestal no campo

Locutor: - Alô amigo do campo, que bom que você ligou.
Caipira – Aqui é o João.

Locutor: - hoje é um dia especial, vamos falar de reflorestamento. E você esta fazendo sua parte?

João – eu , e os meus vizinhos!

Locutor: - E como vocês estão trabalhando seu João?

Caipira: *Tamos fazeno* mutirão, plantando castanha , cada semana num sítio. Com isso teremos um ar saudável para respirar.

Loc. - Muito bem. Abrace essa ideia do seu João. Um exemplo de cidadão brasileiro.

Criação: Grupo 1 – Adilson Honorato, Cristiane, Daniela, Judite, Monique, Rosa Bronzeado.

Spot 08 – Agora eu Sei - Samauma

LOC.1: - E AI (NOME) ? QUAL É A NOVA?

LOC.2: - ACABEI DE SAIR DE UMA PALESTRA LÁ NA EMBRAPA

LOC1.: - PALESTRA SOBRE O QUE ?

LOC2. : SOBRE O RESULTADO DE UMA PESQUISA SOBRE MADEIRAS PARA O REFLORESTAMENTO

LOC1: E AI, O QUE VOCE APRENDEU?

LOC.2: - APRENDI QUE A EMBRAPA ESTÁ RECOMENDANDO A SAMAUMA PARA REFLORESTAR

LOC.1: SAMAUMA ? PORQUE?

LOC.2: PORQUE É LA É UM M ÁRVORE QUE CRESCE RÁPIDO, TEM MADEIRA LEVE E ÓTIMA QUALIDADE PARA PRODUÇÃO DE CAIXAS, COMPENSADOS E MARCENARIA

LOC.1: - QUE LEGAL ESSAS PALESTRAS SÃO MUITO INTERESANTES. EU NUNCA PENSEI QUE A SAMAUMA FOSSE INDICADA PARA O REFLORESTAMENTO! **AGORA EU SEI!**

Criação: Grupo 2 – Adilson Miranda, Gleise, Marco, Jaqueline, Juraci, Vânia e Vanessa
Locução: Adilson

Spot 9 – Agora eu sei – Bandarra

LOC.1: - E AI (NOME) MANINHA? QUAIS SÃO AS NOVIDADES?

LOC.2: MENINA, TU NEM SABE/ ACABEI DE SAIR DE UMA PALESTRA NA EMBRAPA

LOC.1: PALESTRA DE QUE?

LOC2. : SOBRE A BANDARRA

LOC1: BANDARRA? /O QUE É ISSO?

LOC.2: - A BANDARRA É CONHECIDA EM ALGUNS LUGARES COMO PINHO CUIABANO/ É UMA ÁRVORE QUE CRESCE DE 20 A 30 M DE ALTURA/ EM RONDÔNIA ELA FLORESCE NOS MESES DE JULHO E AGOSTO/ A MADEIRA PODE SER USADA PARA FABRICAR BRINQUEDOS, SALTOS PARA CALÇADOS, PALITOS DE FOSFOROS, EMBALAGEM DE FRUTAS, LÁPIS E COMPENSADOS.

LOC.1: QUE LEGAL! / EU GOSTO DESSAS PALESTRAS// A GENTE SEMPRE APRENDE ALGUMA COISA/ EU NUNCA PENSEI QUE BANDARRA FOSSE UMA ÁRVORE !/ . **AGORA EU SEI!**

Criação: Grupo 2 – Adilson Miranda, Gleise, Marco, Jaqueline, Juraci, Vânia e Vanessa
Locução: Adilson

SPOT 10 – TECA Modelo

- Eu sou exótica, robusta e cara (Voz feminina insinuante)

-Quem é você? (Voz masculina)

- sou a Teca, madeira , nobre , usada para a fabricação de móveis e embarcações.

TECA uma árvore testada e aprovada para reflorestamento, pela Embrapa Rondônia.

Criação: Grupo 1 – Adilson Honorato, Cristiane, Daniela, Judite, Monique,
Locução: