



Comunicação Ambiental: Projeto de sensibilidade ambiental para o CCHLA-UFPB¹

Olga Tavares/Norma Meireles²

Resumo: O século 21 traz como uma das suas principais discussões o meio ambiente. Na “sociedade da informação e da comunicação”, a universidade não pode mais se furtar a estabelecer um diálogo profícuo com a comunidade acadêmica para que ela promova a interdisciplinaridade interpares, com o propósito de desenvolver projetos e produtos que introduzam a preocupação com a sustentabilidade ambiental. O Grupo de Estudos de Divulgação Científica – GEDIC, do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba, apresenta neste trabalho algumas iniciativas educacionais científico-ambientais nas áreas de jornalismo e rádio e TV que estão sendo estudadas na Instituição para se criar uma sensibilização ambiental que resulte em bem-estar comum e possa também contribuir para a sustentabilidade intelectual dos novos desafios deste terceiro milênio.

Palavras-chave: comunicação ambiental; educação científica; sensibilidade ambiental; cidadania.

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 jornalística 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

¹ Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação Científica, no XXXI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, Natal/RN, 2008.

² Olga Tavares – professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba, doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), coordenadora do Grupo de Estudos em Divulgação Científica – GEDIC. olgatavares@cchla.ufpb.br

Norma Meireles – professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba, mestre em Educação (CE-UFPB), pesquisadora do GEDIC. norma.meireles@gmail.com



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 universitária 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 focado 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.

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

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 a florado das interações entre comunicação e educação, as relações são complexas e “o ecossistema comunicativo estará sempre, e necessariamente, em construção”, 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.



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: focar 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.



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 educacionais 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.

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

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 torno 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.

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><u>TEC: TOCA MÚSICA POR 3” E VAI A BG</u></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><u>TEC: ELEVA MÚSICA POR 5” VAI A BG E CORTA</u></p> | <p>LOCUTOR(A): Se você prefere este som...</p> <p><u>TÉCNICA: SOM DE MADEIRA SENDO SERRADA POR 2”</u> <u>EMENDA COM SOM DE FLORESTA QUEIMANDO POR 2” E CORTA SILÊNCIO 2”</u></p> <p>LOCUTOR(A): Parabéns! Você está no caminho certo. Mas se você quer voltar a ouvir este ...</p> <p><u>TÉCNICA: SOM DE RIACHO/ SAPOS/PÁSSAROS</u></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

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 educacionais 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 al, 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 profícuas 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.

CCHLA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS,
LETRAS E ARTES

RECICLE

Você sabia que cada brasileiro produz entre 800g a 1Kg de lixo por dia?

As árvores são poemas que a terra escreve para o céu. Nós as derrubamos e as transformamos em papel para registrar todo o nosso vazio.

Kahlil Gibran

Coleta Seletiva

PRODUTOS RECICLÁVEIS

Garrafas, copos, e outros recipientes de vidro; garrafa PETE; embalagens de material de limpeza; copinho de água e café; embalagens de margarina; canos e tubos; sacos plásticos em geral; papel e papelão; latas; clipes; grampos; restos de comida, entre outros.

PRODUTOS NÃO RECICLÁVEIS

Espelhos; vidros planos; lâmpadas; cabo de panela; tomadas; embalagens de biscoito, macarrão, arroz ou similares; papel carbono; papel plastificado; esponja de aço; tubos de TV; etiqueta adesiva; fita crepe; papéis sujos; fotografias, entre outros.

projeto
REVIVA

CCHLA

Preservar o meio ambiente também é um dever acadêmico

REVITALIZE SEU DEPARTAMENTO

Informações:
8817-8627
ou **3216-7466**

O CCHLA
preisa de você
PARTICIPE!

CODISIMA

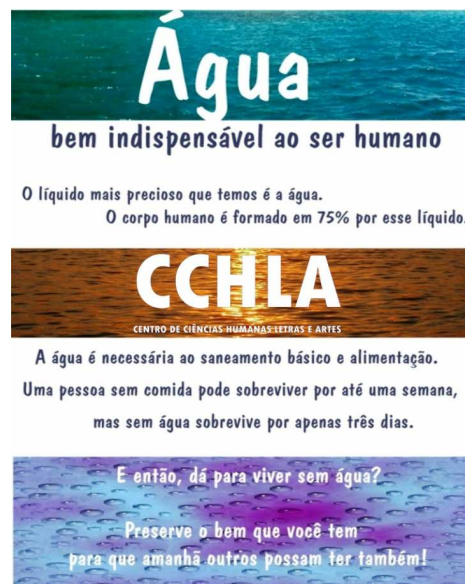
UFPA

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 inter-relações 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.

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 inter pares, 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 BIBLIOGRÁFICAS:

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. **Teoría de la acción comunicativa: racionalidad de la acción y racionalización social**. Vol. 1. Madrid: Taurus, 1999.

_____. **Teoría 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 Ambiental**, 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.