

---

## **A Divulgação de Ciências em Vídeos nas Redes Sociais: O Conhecimento se Multiplica e se Estende pelas Comunidades<sup>1</sup>**

Giovana PERINE<sup>2</sup>

Marizete Bortolanza SPESSATTO<sup>3</sup>  
Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC

### **RESUMO**

O fluxo de informações no mundo contemporâneo apresenta novas possibilidades para se compartilhar conhecimento. A escola precisa estar inserida nesse cenário, precisa dialogar com as comunidades. E falar sobre ciências é uma das formas de se construir esse relacionamento. Nesse texto, é apresentada a experiência do canal de vídeos do Instituto Federal de Santa Catarina, a IFSC TV, que utiliza as redes sociais Facebook e Youtube. Com a divulgação dos vídeos sobre ciências nestes meios, o conhecimento se multiplica, é compartilhado por comunidades e possibilita maior interação entre instituição de ensino e sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Educação; Ciências; redes sociais.

### **Introdução**

Vivemos em um mundo conectado, convergente e, ao mesmo tempo, especializado. O ritmo de informações que recebemos todos os dias ganhou uma velocidade surpreendente. Cercados de tecnologias disponíveis em alguns toques no celular, no computador pessoal ou no tablet, com plataformas amigáveis e interativas, temos condições de compartilhar conhecimento de forma facilitada, sem a dependência da grande mídia e com liberdade de

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Pesquisa Comunicação e Educação da Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, no XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Mestrado Profissional em Rede em Educação Profissional e Tecnológica-Polo IFSC, com Graduação em Comunicação Social-Jornalismo. Jornalista da IFSC TV - canal de vídeos do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC).

<sup>3</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina (2011), com estágio de doutoramento na *Università Degli Studi di Padova-Italia* (2010). Mestre em Linguística pela UFSC (2001). Professora do Centro de Referência em Formação e EaD do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC). Integra o Colegiado do Curso de Mestrado Profissional em Rede em Educação Profissional e Tecnológica-Polo IFSC. Bolsista PNP/CAPEX em estágio de Pós-Doutoramento junto à Universidade do Estado de Santa Catarina-UDESC, na linha de pesquisa Pesquisa Políticas Educacionais, Ensino e Formação.

---

criação. Se é nesse mundo que vivemos, é nele que a escola está inserida. E é papel da escola se relacionar com seus públicos e promover a comunicação entre eles.

Dessa forma, aumentam tanto as possibilidades quanto as responsabilidades da escola frente a esse novo cenário: ao mesmo tempo em que os usuários, crianças e jovens em idade escolar, precisam da mediação da escola para se tornarem críticos diante das mídias e das informações por elas divulgadas, as tecnologias que se propagam podem incorporar as possibilidades metodológicas em sala de aula e servir para a difusão do conhecimento produzido nessas instituições.

O desafio que se coloca nesse sentido, como pontua Pretto (2002), é o de viabilizar uma política que considere a escola como sendo um novo espaço, aberto às interações.

O momento exige que tenhamos uma maior integração entre aquelas áreas que antes eram chamadas apenas de áreas meios com aquelas chamadas de áreas de conteúdo. Instala-se assim, obrigatoriamente, um processo de negociação permanente entre as mais diversas áreas, com especial ênfase à Internet, e à toda uma formação da comunidade escolar (estudantes, professores, direção, comunidade vizinha) para o uso pleno das tecnologias. (PRETTO, 2002, s.p.)

Fazer uso das tecnologias em um ambiente em que se produz conhecimento é a oportunidade de a escola ampliar seu papel social, atuando não apenas na formação dos seus educandos, mas informando as comunidades sobre o que se discute, se aprende e se produz dentro dela. É nesse contexto que se insere a divulgação científica e tecnológica, como forma de ampliar a comunicação entre professores, pesquisadores, estudantes e sociedade.

Com a disseminação da internet e a convergência das mídias, a interação entre os públicos ganha força e assume um papel vital nessas relações. As estruturas de Comunicação das instituições, incluindo os profissionais que trabalham nelas, precisam se adaptar e se reinventar diante de públicos cada vez mais conectados e com mais acesso a informações. “Com isso, o processo de interação especialmente com as novas gerações exige qualificação para dar conta das novas demandas oriundas da explosão das novas tecnologias e da emergência de formas múltiplas e criativas de circulação de dados.” (PORTO, 2009, p.15).

Como contribuição nesse cenário, apresentamos neste texto a experiência da IFSCTV – o canal de vídeos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina

---

– IFSC. Os objetivos deste trabalho são mostrar como ocorre a divulgação de ciências por um setor de Comunicação de uma instituição de ensino e analisar como as redes sociais podem ser utilizadas para disseminar conhecimentos. Os vídeos produzidos pela IFSC TV são uma forma de compartilhar experiências de docentes e estudantes nas mais diversas áreas, desde pesquisas em Gastronomia até as mais recentes descobertas da Física. Sempre com uma linguagem acessível e uma identidade visual moderna, o objetivo é aproximar a comunidade da ciência.

### **A Rede Federal de Educação e a Produção e Divulgação de Ciência e Tecnologia**

As instituições de ensino que desenvolvem pesquisas têm o dever de socializá-las – algo definido em legislações e implícito como obrigação no mundo atual, em que não se pode almejar o aprisionamento das informações. Como define Albagli (1996), a afirmação social da ciência e da tecnologia no mundo contemporâneo recoloca, em um novo patamar, a relação entre ciência, poder e sociedade.

Essa crescente inserção socioeconômica da ciência supõe, por sua vez, a aceitação, pela sociedade, do caráter benéfico da atividade científica e de suas aplicações. Do mesmo modo, implica uma rápida assimilação, na vida cotidiana dos indivíduos (...) A própria sociedade amplia seu interesse e preocupação em melhor conhecer - e também controlar - o que se faz em ciência e o que dela resulta. Nesse contexto, torna-se crucial o modo pelo qual a sociedade percebe a atividade científica e absorve seus resultados, bem como os tipos e canais de informação científica a que tem acesso. (ALBAGLI, 1996, p. 396).

A produção científica e tecnológica é um importante meio para transformações na sociedade, na medida em que contribui com o desenvolvimento social, político e econômico de uma nação. A missão de compartilhar com a sociedade esses conhecimentos está explícita na Lei nº 11.892/2008, de criação da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT). O artigo 6º estabelece como uma das finalidades: “desenvolver programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica” (BRASIL, 2008).

Os servidores da Rede Federal, portanto, são agentes dessa democratização, sejam eles os pesquisadores – docentes e estudantes das diversas modalidades e níveis de ensino, que devem divulgar os resultados de suas pesquisas – sejam os servidores técnicos responsáveis

---

pela Comunicação e que têm como função informar a população sobre uma série de ações desenvolvidas nessas instituições.

A divulgação científica pode ser entendida como a veiculação de informações científicas e tecnológicas em uma linguagem que seja inteligível para o público leigo (BUENO, 1985; CAPOZOLI, 2002; OLIVEIRA, 2005). Para isso, são utilizadas diversas técnicas de Comunicação para que os assuntos sejam compreendidos. Compartilhar o saber das instituições de ensino, levando-o para fora de seus muros, exige uma série de conhecimentos técnicos de linguagem, de formatos e de meios de divulgação.

Como afirma Porto (2009), essa interação com o público leigo é uma tarefa que implica adequação de discurso, simplificação de temas complexos e inclusive a disposição para se colocar no lugar de pessoas que exibem perfis socioculturais e econômicos distintos. Importante também diferenciar a divulgação da comunicação científica. Segundo Bueno (2009, p.162) a divulgação científica compreende a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo”. Já a comunicação científica diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento.

Mostrar à sociedade que o resultado das pesquisas não é fruto de algo individual ou de um surto de inspiração, mas que envolve parcerias, trabalhos continuados, equipes multidisciplinares também é missão do comunicador, pois retrata a realidade da ciência. E é necessário desmistificar alguns conceitos enraizados na sociedade atual, entre eles, o de que a ciência é pertencente a um grupo seletivo e que está afastada das atividades cotidianas.

Pelo contrário, nos Institutos Federais, a pesquisa aplicada a resolver problemas da sociedade, a melhorar a qualidade de vida das pessoas tem prioridade. Conforme consta na Lei 11.892/2008 (BRASIL, 2008), a Rede Federal tem como um dos objetivos estimular as pesquisas com foco no desenvolvimento científico e tecnológico: “realizar pesquisas aplicadas, estimulando o desenvolvimento de soluções técnicas e tecnológicas, estendendo seus benefícios à comunidade”. O que se produz em uma instituição federal de educação é de domínio público e à sociedade cabe entender que esses conhecimentos também lhe pertencem.

---

Entre as possibilidades de divulgação científica, o foco deste texto está no Jornalismo Científico – um ramo do Jornalismo especializado na cobertura de assuntos relacionados à ciência e tecnologia. Como afirma Bueno (1985), o jornalista científico e o pesquisador, na função de divulgador científico, têm objetivos semelhantes. Ambos atuam na transmissão de informações especializadas da área de ciência e tecnologia à população: “Na prática, o que distingue as duas atividades não é o objetivo do comunicador ou mesmo o tipo de veículo utilizado, mas, sobretudo, as características particulares do código utilizado e do profissional que o manipula” (BUENO, 1985, p. 1421).

Além das técnicas específicas para entrevistas e escrita de modo a facilitar o acesso à informação, o jornalista que atua como servidor de instituição de ensino tem outro facilitador para poder falar sobre ciência: a proximidade com suas fontes. Pesquisador e jornalista passam a atuar como colegas de trabalho, diferente da relação entre jornalista e fonte/pesquisador que ocorre nas coberturas feitas pela mídia em geral. Fazem parte de equipes fim e meio de uma mesma instituição e têm a oportunidade de construir de forma convergente um material com informação especializada. Como pontua Oliveira (2005, p. 43):

O casamento maior da ciência e do jornalismo se realiza quando a primeira, que busca conhecer a realidade por meio do entendimento da natureza das coisas, encontra no segundo fiel tradutor, isto é, o jornalismo que usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade.

A atividade ganha espaço no cenário atual. Com ambientes virtuais de divulgação, jornalistas que atuam nos IFs não estão mais “presos” à grande imprensa para divulgar as pesquisas. Os jornalistas deixam de ser apenas assessores de imprensa para atuarem diretamente com seus públicos, seja com textos, áudios ou vídeos. É possível direcionar a pauta de acordo com o meio, o formato e o público a que se destina. As mídias sociais - especialmente Youtube, Facebook e Instagram - permitem compartilhar vídeos em formato digital e, no caso da ciência, explicar com o auxílio de imagens assuntos e termos que por muitos anos ficaram marginalizados.

Com a missão de mostrar à sociedade o que se tem produzido nos Institutos Federais, as áreas de Comunicação dessas instituições têm se utilizado das redes sociais. O Instituto Federal de Santa Catarina, por exemplo, desde 2010 utiliza o Youtube para armazenamento de

---

vídeos, o que assegura a ampliação das possibilidades de divulgação de suas ações. Machado e Palacios (2003, p. 24) consideram que “a possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é, a nosso ver, a maior ruptura a ter lugar com o advento da Web como suporte midiático para o jornalismo.”

Com a internet, a possibilidade de produções próprias serem veiculadas diretamente pelos jornalistas das instituições de ensino, sem ter que participar da acirrada concorrência de assuntos nas TVs tradicionais, traz uma nova forma de fazer Jornalismo. Sem custo de publicação, com espaço de armazenamento disponível e sistema de busca facilitado, os assuntos relacionados a ciências podem ser personalizados de acordo com o perfil da instituição e os públicos a que se destina o conteúdo.

Personalização e memória estão entre as características apontadas por Palacios (1999) para o jornalismo desenvolvido na web. A instantaneidade do acesso, possibilitando atualização contínua do material publicado, a Multimídia/Convergência de meios e a Interatividade entre os sujeitos são outros aspectos considerados no jornalismo online.

### **As experiências de divulgação de ciência e tecnologia no IFSC**

Diante da necessidade de a escola conversar com a comunidade, a interatividade toma uma relevância ainda maior, considerando o potencial de intervenção social das instituições de ensino. No caso específico do Instituto Federal de Santa Catarina, a Diretoria de Comunicação (Dircom) busca em seus canais de relacionamento a interação com os públicos estratégicos. Entre os canais, estão a sessão de notícias no site da instituição<sup>4</sup>, o Link Digital - página na intranet voltada para os servidores da instituição, página no Youtube<sup>5</sup>, página no Facebook<sup>6</sup> e contas no Instagram<sup>7</sup> e no Twitter<sup>8</sup>. Os diversos canais se mostram importantes diante dos diferentes públicos internos e externos - são 21, segundo mapeamento realizado para a construção da Política de Comunicação do IFSC (IFSC, 2013). Entre eles, alunos, servidores, terceirizados, egressos, empresários, etc.

<sup>4</sup>[www.ifsc.edu.br](http://www.ifsc.edu.br)

<sup>5</sup>[www.youtube.com/ifsccomunicacao](http://www.youtube.com/ifsccomunicacao)

<sup>6</sup>[www.facebook.com/ifsantacatarina](http://www.facebook.com/ifsantacatarina)

<sup>7</sup>[www.instagram.com/ifsc](http://www.instagram.com/ifsc)

<sup>8</sup><https://twitter.com/ifsc>

---

A IFSC TV faz parte da Coordenação de Jornalismo e, desde 2014, atua com a produção de vídeos de toda Santa Catarina, já que o IFSC possui 22 campi espalhados pelo estado. As atividades do canal são institucionalmente consideradas como de extensão, na medida em que compõe as estratégias de relacionamento de seus estudantes e educadores com a comunidade externa, sendo uma das estratégias do IFSC para o relacionamento de seus estudantes e educadores com a comunidade externa<sup>9</sup>.

Com base nessas características, Nogueira (2004) aponta que, quando o jornalismo audiovisual chega à internet, a tendência é a de que ele passe a se estruturar de forma diferente da que apresentava na televisão. Vai sofrer uma espécie de ‘reforma’ na tentativa de se adaptar ao novo meio. E nesse processo, novos formatos jornalísticos devem aparecer.

É neste sentido que atua a IFSC TV, valendo-se das possibilidades já apontadas do jornalismo online e tendo a necessidade de dialogar com a comunidade. A partir de 2014, consolidou sua missão de compartilhar conhecimento científico, tecnológico, social e humanístico como forma de promover a comunicação entre os públicos internos e externos do IFSC e democratizar o conhecimento discutido e produzido na instituição.

O canal possuía 3.885 inscritos em abril de 2018, sendo que o maior número de seguidores foi conquistado entre 2016 (1.291 inscritos) e 2017 (1.816 inscritos). Foi a partir de 2016 que o canal passou a priorizar os assuntos de ciência e tecnologia. Antes disso, também tinham espaço considerável de produção pautas de gestão e de educação a distância. São divulgados, em média, cinco vídeos por mês, publicados concomitantemente no Facebook, no Youtube e no site institucional do câmpus.

Os vídeos produzidos pela IFSC TV tratam dos mais diversos assuntos, de acordo com a grade de programas. As playlists são organizadas de acordo com essa grade, entre eles estão o Em Ação, que foca nas pesquisas de produtos e serviços; o Movimento Cultura, sobre atividades artístico culturais; o #Partiu, em que alunos do Curso de Turismo mostram roteiros turísticos; o Pelo Mundo, com alunos e egressos que contam suas experiências em

<sup>9</sup>Uma das diretrizes da instituição é a indissociabilidade Ensino, Pesquisa e Extensão, reafirmando a relação com a comunidade como processo acadêmico. Nessa perspectiva, as atividades de extensão adquirem maior efetividade ao serem vinculadas ao processo de formação e de geração de conhecimento. A relação entre Extensão e Ensino busca ainda colocar o estudante como protagonista de sua formação técnica e cidadã. Na relação entre Extensão e Pesquisa, o objetivo é que se priorize o diálogo com a comunidade, o conhecimento das necessidades regionais e a realização de atividades que busquem a intervenção social.

---

intercâmbio, e o Minuto da Sustentabilidade, que traz práticas sustentáveis aplicadas na instituição.

Um dos primeiros vídeos de grande audiência do canal foi o divulgado em fevereiro de 2016: Viagem ao Cern<sup>10</sup>. A produção do documentário teve início assim que dois professores de Física do IFSC - Vinicius Jacques e Diogo Chitolina<sup>11</sup> - foram selecionados pela Sociedade Brasileira de Física (SBF) para irem até a Suíça conhecer o maior acelerador de partículas do mundo: um túnel de 27 quilômetros de extensão no qual se busca detectar as partículas mais fundamentais do Universo. O que era para ser apenas um curso de formação se transformou em um produto de divulgação científica que chegou a diferentes públicos em todo Brasil.

Antes de embarcarem para a Escola de Física do Cern para Professores de Língua Portuguesa, um dos professores recebeu da IFSC TV capacitação para operar os equipamentos de gravação da TV e para obter as informações necessárias para compor um vídeo a ser divulgado ao público leigo no assunto. Em contato da equipe de jornalismo da IFSC TV com os assessores de imprensa do Cern, a instituição europeia cedeu o uso de imagens, infográficos e simulações para o vídeo que estava sendo produzido, por se tratar de uma publicação com fins educacionais e ser disponibilizada em plataformas de livre acesso. No retorno ao Brasil, a equipe da IFSC TV editou o vídeo "Viagem ao Cern".

A estratégia de divulgação foi utilizar duas importantes redes sociais, o Facebook e o Youtube, possibilitando o compartilhamento por centenas de pessoas, sendo imediato o retorno desse trabalho para o IFSC. Além do grande número de visualizações - cerca de 57 mil na página da instituição no Facebook<sup>12</sup> e 5 mil no canal no Youtube<sup>13</sup>, vale destacar o reconhecimento de profissionais, estudantes e instituições do país e também internacionais.

Com a postagem nas duas principais redes sociais, também foi garantido o acesso em sistemas de busca e a repostagem do vídeo em outros canais. O Ministério da Educação, o Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF), o Instituto de Física da UFRJ, o Instituto de

<sup>10</sup>Cern é a Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear. Em [francês](#): *Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire*. A sigla se refere ao primeiro nome da entidade: *Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire*. O Cern é o maior [laboratório de física de partículas](#) do mundo, localizado em [Genebra](#), na fronteira [Franco-Suíça](#).

<sup>11</sup>A divulgação dos nomes foi autorizada pelos docentes.

<sup>12</sup><https://www.facebook.com/ifsantacatarina/videos/1173960999311009/>

<sup>13</sup><https://youtu.be/OW1dL6EYKDA>



---

Física da USP e o Laboratório de Instrumentação e Física Experimental de Partículas de Portugal estão entre os meios que divulgaram o documentário.

A exibição do vídeo pode ser considerada como uma marco na divulgação científica da instituição. O tempo de duração, de 16 minutos, inviabilizaria a conquista de espaço em uma TV comercial, assim como a linguagem, em que professores são os condutores da narrativa. Com o uso de infográficos, ilustrações e simulações, consagrou-se o caráter convergente do material.

A disseminação do conteúdo a partir do compartilhamento por outros perfis e páginas ampliou as visualizações do vídeo. Só no canal Universo Racionalista no Facebook<sup>14</sup> foram mais de 3,7 mil compartilhamentos e 185 mil visualizações até abril de 2018.

Essa interatividade tão facilitada pela web evoca o grande educador brasileiro Paulo Freire, que na obra *Extensão ou Comunicação?* eterniza o pensamento “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 dos significados” (FREIRE, 1979, p. 69).

Ainda na defesa presente na perspectiva freireana, é possível dizer que esse encontro de sujeitos promovido pelo ensino, pela pesquisa e pela extensão oportuniza a criação de uma rede para compartilhar conhecimentos. Situação que se evidencia não apenas no exemplo citado, mas também nos mais de 270 vídeos jornalísticos publicados entre janeiro de 2014 e abril de 2018 pela IFSCTV.

É essa rede de sujeitos que garante a apropriação da importância de se compartilhar os conhecimentos. Isso ficou evidente em outra experiência, uma reportagem sobre uma pesquisa na produção de uma cerveja feita no campus Urupema do IFSC. O vídeo<sup>15</sup> mostrou o processo que substitui a cevada pelo pinhão – uma semente comestível típica do Sul do Brasil. A exibição evidenciou como a informação circula em grupos específicos.

O vídeo foi disseminado entre apreciadores de cerveja e grupos de cervejeiros – tendência em alta no país com o aumento de consumo de cervejas artesanais – e também

<sup>14</sup><https://www.facebook.com/UniversoRacionalista/videos/1402960209820865/>

<sup>15</sup>Vídeo disponível em <https://www.facebook.com/ifsantacatarina/videos/1424519174255189/> e em <https://youtu.be/AxB9931RUMA>

---

conquistou um grupo bastante específico, o de celíacos – pessoas que têm intolerância ao glúten e, por isso, geralmente não consomem as cervejas tradicionais.

Com a utilização do pinhão, a bebida ficou livre de glúten. A pesquisa do grupo do IFSC ampliou a oportunidade para celíacos consumirem uma bebida tão popular no país, gerando uma rede de compartilhamentos em todo país. Em abril de 2008, a postagem do vídeo no Facebook da instituição contava com quase cinco mil partilhas e 292 mil visualizações.

Outros vídeos produzidos pela IFSC TV demonstram essa busca por informação e o uso feito dela por seus usuários<sup>16</sup>. É essa forma interativa de disponibilizar conhecimentos, com todas as facilidades da Internet, que marca um novo jeito de se comunicar. Como afirma Porto (2009, p. 151), “acredita-se que a divulgação científica on-line poderá viabilizar uma maior proximidade entre a ciência e o senso comum”.

Diante desses exemplos, fica evidente que a disseminação da informação não depende apenas da instituição que a gerou, pelo contrário, seus públicos contribuem com o trabalho de divulgadores. Como o ciber teórico Pierre Lévy e o pesquisador que cunhou o termo “Cultura da Convergência”, Henry Jenkins, colocam, o consumo tornou-se um processo coletivo:

A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (...) ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (JENKINS, 2009 p. 29-30).

Na busca por informações, as instituições de ensino têm condições de suprir essa demanda oferecendo explicações qualificadas ao público, inclusive em assuntos factuais. Um exemplo da IFSC TV nesse aspecto é a reportagem sobre um ciclone que atingiu a Grande Florianópolis, em dezembro de 2016. O evento ocorreu num domingo e no dia seguinte, junto

<sup>16</sup>Exemplos: um curso de robótica voltado para meninas (<https://youtu.be/wwcW-dik7g>), uma pesquisa em Gastronomia que resgatou pratos típicos de Florianópolis e que estavam se perdendo em meio à onda de “gourmetização” ([https://youtu.be/PC15NppQ\\_Mw](https://youtu.be/PC15NppQ_Mw)), outra pesquisa para produção em cativeiros de peixes orgânicos (<https://youtu.be/FexmMS7uU9g>), uma competição de foguetes feitos com garrafas PET (<https://youtu.be/NyCrj3sAco>), outra competição de pontes feitas com espaguete (<https://youtu.be/hnswUkGmsBU>), rotas turísticas diferenciadas em Florianópolis (<https://youtu.be/Iz7ZDhfTDE>) e (<https://youtu.be/1nPpCPa0dOc>), possibilidades das Plantas Alimentícias Não-convencionais (PANCs) (<https://youtu.be/f9wtwLtdHTQ>) e (<https://youtu.be/YnmFxUJD6us>), ou ainda vídeos que extrapolam as Ciências duras e permitem socializar pesquisas nas Ciências Sociais e Humanas, como os debates em torno do preconceito racial (<https://youtu.be/IrEu8bM6K1M>) e da diversidade de gêneros (<https://youtu.be/bd1Af5GHwUU>).

---

com grandes veículos de comunicação do estado, a IFSC TV divulgou o vídeo<sup>17</sup> com imagens dos estragos provocados pelos ventos de mais de 100km/h e com entrevistas de professores da instituição, dos cursos de Meteorologia e de Telecomunicações, explicando o fenômeno e suas consequências.

A produção do vídeo foi um trabalho colaborativo. A equipe da IFSC TV pesquisou entre seguidores da página do IFSC no Facebook e no Youtube, assim como em grupos de Whatsapp de gestores da instituição, pessoas que tivessem feito imagens dos estragos. Fotos e vídeos de oito pessoas foram utilizados no material, além das imagens próprias da IFSC TV.

O ciclone foi um dos principais assuntos na mídia e nas redes sociais nas semanas seguintes, o que contribuiu para o vídeo da IFSC TV ser disseminado entre seus públicos. Foram mais de 36 mil visualizações no Facebook em cerca de três semanas. A instituição aproveitou um momento oportuno para novamente cumprir seu papel social de informar a população de forma científica, ou seja, com propriedade sobre o que se estava falando.

### **Pesquisa como parte do processo de produção**

Para a produção dos vídeos, a equipe da IFSC TV desenvolveu uma rotina e um processo de trabalho que envolve pesquisa, tanto nas linguagens para interpretação dos assuntos relacionados à ciência e tecnologia como nas técnicas de produção jornalística, nos formatos dos vídeos, nas formas de divulgação e nos públicos de interesse. São aspectos avaliados permanentemente diante das configurações da sociedade atual interconectada, em que a segmentação e a personalização são características marcantes. Como definem Machado Filho e Ferreira (2012), a lógica dos aspectos comunicacionais passa a ser a lógica das redes e não mais a de uma comunicação que foi projetada para se comunicar com uma massa indistinta de indivíduos ou classificada em características sociais e demográficas semelhantes, característica da sociedade da Era Industrial.

Dessa forma, produzir e disponibilizar informação na rede não podem de forma alguma ter a mesma estrutura de um produto audiovisual do sistema analógico de produção, ou mesmo no ambiente de transmissão digital na TV aberta. (...) Seja em jornais, revistas, programas de rádio ou TV ou em sites e agora nas redes sociais, o jornalismo enfrenta problematizações para serem

<sup>17</sup>Disponível em: <https://youtu.be/VICIPitvM-8> e em <https://www.facebook.com/ifsantacatarina/videos/1474736232566816/>

---

atuais, universais, periódicos e difusos, ou seja, os meios precisam se reconfigurar constantemente para buscarem sempre o novo em suas pautas. (MACHADO FILHO; FERREIRA, 2012, p.140).

Por acreditar no Jornalismo Científico como possível de reconfigurar as informações e democratizar o conhecimento, a equipe da IFSCTV desenvolve pesquisas sobre os meios utilizados pelos usuários para acessar os vídeos. Ao analisar as métricas de resultados disponibilizadas pelo Youtube e pelo Facebook, comprovou-se, em 2016, uma curva crescente de visualizações por dispositivos móveis.

Canavilhas e Santana (2011, p.54) ressaltam que, “diante dos constantes investimentos e aceitação, as plataformas móveis se constituem, hoje, como uma das tecnologias mais promissoras e adequadas para a difusão de conteúdos jornalísticos”. A IFSCTV é reflexo desse entendimento e tem na sua missão deixar os vídeos acessíveis a seus públicos. Por isso, diante do crescimento da utilização dos dispositivos móveis e da percepção de que seus públicos se relacionam através de mais de uma rede social ao mesmo tempo, os vídeos são publicados simultaneamente no Facebook e no Youtube. O público nas duas redes é bastante similar – maioria entre 18 e 35 anos.

Por conta principalmente de ser um público jovem – e reflexo da média de idade dos alunos da instituição – a linguagem do canal IFSCTV foi reformulada em 2016 com o propósito de atender a esses requisitos. A identidade visual do canal possui características específicas que o diferencia das televisões comerciais de sinal aberto.

A equipe da IFSCTV, formada por jornalistas, cineasta, designer e publicitária, teve como inspiração para a linguagem visual grandes agências de notícias mundiais que têm atuação nas redes sociais, como Deutsche Welle (DW), Al Jazeera (AJ+), HuffPost e BBC. Os vídeos produzidos contam com uma identidade visual que foca em elementos gráficos da web, como tiras e ilustrações, além de possibilitar a utilização de GIFs, fotos, artes e vídeos gravados por amadores. Essa abertura a múltiplos recursos visuais traz dinamismo aos vídeos e os aproxima do público, por utilizar no Jornalismo recursos que são corriqueiros nas redes sociais.

---

As cores são outra característica: para cada programa da grade proposta, foi eleita uma cor padrão, como forma de diferenciar os vídeos e trazer mais ritmo ao material. Além de um estilo mais moderno, a linguagem visual busca garantir acesso às informações por meio de dispositivos móveis sem a necessidade de ter áudio. Os vídeos deixam para trás o tradicional “off + passagem + sonora” - principal modelo disseminado nas televisões comerciais brasileiras, em que as reportagens se dividem entre locuções do jornalista cobertas por imagens (off), uma participação do profissional no vídeo (passagem) e um ou mais trechos de entrevistas (sonoras).

### **Considerações finais**

A possibilidade de interação entre instituição e público é uma das marcas das redes sociais. É ela que fortalece a comunicação atual. Como define Porto (2009, p.151), ela marca um novo “desenho de comunicação”, em que se viabiliza uma maior proximidade entre emissor e receptor das informações a ponto destes papéis se misturarem. O público não é mais passivo, ele participa da produção. E em se tratando de assuntos relacionados a ciências, as dúvidas e questionamentos contribuem para a construção de um conhecimento coletivo.

A linguagem acessível e uma identidade visual dinâmica colaboram com esse processo. Na web, o modelo tradicional de vídeos jornalísticos está superado, pois é um meio que exige mais ritmo, mais dinamismo. Ao passar pelo feed de notícias do Facebook, o vídeo precisa chamar a atenção do usuário. As tiras coloridas com palavras-chave, por exemplo, utilizadas no material da IFSCTV contribuem para isso.

O engajamento dos públicos é outra busca constante do canal. Por isso, todos os participantes dos vídeos produzidos – sejam eles entrevistados ou colaboradores – são marcados nas postagens feitas no Facebook. Acredita-se que a partir deles se pode ampliar a rede de compartilhamentos.

É bastante comum nas postagens, haver comentários de pessoas de outro estado brasileiro citando o vídeo como exemplo e de como determinado projeto, técnica ou atividade poderia ser replicada em sua comunidade. Isso evidencia a força das redes sociais: não há barreiras geográficas ou culturais. Como afirma Lévy (1999, p.164), assim, contrariamente ao

---

que nos leva crer a vulgata midiática sobre a pretensa “frieza” do ciberespaço, as redes digitais interativas são fatores potentes de personalização ou de encarnação do conhecimento.

A experiência da IFSCTV mostra o quanto é possível fazer o conhecimento circular ao se utilizar os meios online disponíveis. Como afirma Costa (2002, p.154), pesquisar é uma tarefa social: “Divulgue sua pesquisa e procure conhecer as dos outros.” A IFSCTV procura contribuir para a criação de uma rede de compartilhamento de conhecimentos científicos, de maneira a incentivar que professores e estudantes socializem suas pesquisas e que os mais diversos públicos se interessem por elas como forma de aproximar a ciência da sociedade.

### Referências bibliográficas

ALBAGLI, Sarita. Divulgação Científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n.3: 396-404, 1996.

BRASIL. **Lei 11.892**, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. D.O.U. Seção 1, de 30 de dezembro de 2008. Brasília, DF, 2008. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm)> Acesso em: 5 out. 2017.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico: conceito e funções. **Ciência e Cultura**, SP, 37(9), 1420-27, set. 1985.

\_\_\_\_\_. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009.

CANAVILHAS, João; SANTANA, Douglas Cavallari. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 53-66, dez. de 2011. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/688/1/jornalismoparaplataformasmoveis.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

CAPOZOLI, Ulisses. A divulgação e o pulo do gato. In: MASSARANI, L. et al. (Org.) **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência - Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002, p. 120-131.

---

COSTA, M. V. Uma agenda para jovens pesquisadores. In: COSTA, M. V. (et.al.). **Caminhos investigativos II: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.

IFSC, Instituto Federal de Santa Catarina. **Política de Comunicação do IFSC**. Florianópolis: IFSC, 2013. Disponível em: <[http://www.ifsc.edu.br/documents/23567/0/politica\\_comunicacao\\_IFSC\\_edicao1.pdf/ae3a7c94-089a-69a5-a693-842e8e9ae1bb](http://www.ifsc.edu.br/documents/23567/0/politica_comunicacao_IFSC_edicao1.pdf/ae3a7c94-089a-69a5-a693-842e8e9ae1bb)>. Acesso em: 25 abr. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: GJOL e Calandra, 2003.

MACHADO FILHO, Francisco.; FERREIRA, Mayra Fernanda. Jornalismo Audiovisual: Da Tela da TV para Outras Telas. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/421>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

NOGUEIRA, Leila. O Jornalismo Audiovisual on-line e suas fases na Web. In: V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet - la enseñanza del periodismo en Iberoamérica, 2004, Salvador. **Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet - la enseñanza del periodismo en Iberoamérica**, AIAPI, 2004.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2.ed, 2005.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999.

PORTO, Cristiane de Magalhães (org). **Difusão e cultura científica: alguns recortes**. Salvador: EDUFBA, 2009.

PRETTO, Nelson de Lucca, Desafios da educação na sociedade do conhecimento. **Revista Presente!** n. 38, Set. 2002. Disponível em: <[https://blog.ufba.br/nlpretto/?page\\_id=395](https://blog.ufba.br/nlpretto/?page_id=395)>. Acesso em: 30 mar. 2018.

TEIXEIRA, M. Pressupostos do jornalismo de ciência no Brasil. In: MASSARANI, L. et al. (Org.) **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência - Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002, p. 133-142.