



Ciência e meio ambiente:
urgências para o ensino
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

TÍTULO:

COMUNICAÇÃO E CIÊNCIA NA AMAZÔNIA: FACEBOOK COMO ALIADO NO AGENDAMENTO DE TEMAS INVISIBILIZADOS NA E SOBRE REGIÃO AMAZÔNICA.

Autor:

Davi Almeida de Freitas; daviafreitasif30@gmail.com

Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues; allans@ufam.edu.br (orientador)

RESUMO

A presente pesquisa trata-se de um estudo sobre comunicação e ciência na Amazônia utilizando a rede social Facebook. A pesquisa foi aplicada através de estudos e análises feitas para compreender os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e como eles se inter-relacionam com a Disseminação do Conhecimento na internet. Esta pesquisa tem como objetivo geral utilizar-se das ferramentas do Facebook para interpretar estratégias de invisibilização de temáticas amazônicas que estão relacionadas aos ODS específicos. Através desse objetivo, foram analisadas estratégias para serem utilizadas para pôr em circulação conteúdos amazônicos que tenham relação com esses objetivos. Por ora, foram explorados temas relacionados com os ODS, como sua história e importância, além de estudos acerca do Facebook e como pode ser utilizado nessa pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação. Amazônia. ODS. Facebook. Conteúdos.

1. INTRODUÇÃO

A questão orientadora deste projeto de pesquisa é: como disponibilizar conteúdos científicos nas redes sociais buscando fomentar a Comunicação Pública da Ciência (CPC) sobre outros temas importantes para a Amazônia? Para dar respostas, o projeto propõe uma pesquisa teórica e prática, orientada pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que explorará o conhecimento

científico e as potencialidades das redes sociais digitais a partir da pesquisa-ação buscando alterar o fenômeno estudado. No campo teórico, irá analisar o silenciamento nas redes dos ODS e quais temas possuem maior engajamento quando o assunto é a Amazônia. A partir desta análise/diagnóstico, serão implementadas estratégias de intervenção (ação) no fenômeno por meio da CPC, com a produção e disseminação de conteúdos hoje silenciados e que repercutem temas relacionados aos ODS. As contribuições serão inovadoras à área de Disseminação do Conhecimento (DC) e auxiliarão na constituição da cultura científica com laços com a população, buscando a qualidade de vida e redução das desigualdades sociais na Região Norte.

Entendemos a Amazônia como espaços plurais, diversos e repletos de múltiplas formas de vida. Como acervo de conhecimentos essenciais à compreensão da complexidade do mundo atual, a região, centro dos mais diversos interesses, tem passado por abusos contínuos que exploram seus recursos naturais deixando passivos devastadores.

É comum decidirem os destinos dessas diferentes formas de vida sem permitir que essas vozes se coloquem no debate e que o conhecimento científico sobre e do local se torne central nessas decisões. Muitos dos temas e soluções cruciais à qualidade de vida na Amazônia são invisibilizados nacional e internacionalmente. Como exemplos, podemos citar o trabalho escravo, baixo IDH, ou mesmo a produção científica local.

Apesar da agenda política mundial, entendemos que a partir da Comunicação Pública da Ciência (CPC), podemos analisar a dinâmica dos conteúdos online, explorar as potencialidades das redes sociais e promover o engajamento de temas invisibilizados sobre a Amazônia. Assim, a questão orientadora deste projeto de pesquisa é: como disponibilizar conteúdos científicos no Facebook buscando fomentar a CPC sobre outros temas importantes para a Amazônia?

A agenda monotemática sobre o meio ambiente está presente no cenário social e não é diferente nas redes sociais, mas essas ambiências multimodais se constituem como espaços propícios à circulação e engajamento de temas que rompem a bolha e mobilizam milhões de pessoas resultando em ganhos sociais. Aliar redes sociais e conhecimento científico em prol da visibilização de outros

temas da Amazônia é possível e exequível. Diante do exposto, propomos um estudo quanti e qualitativo, caracterizado como misto, utilizará análises de redes sociais e etnográficas para interpretação das estratégias de invisibilização das temáticas amazônicas.

2. METODOLOGIA

O foco do projeto é CPC de temas invisibilizados na Amazônia. Diante disso, trabalhará em uma perspectiva teórico-prática orientando à divulgação desses temas. No campo teórico, irá analisar o silenciamento no Instagram dos ODS e quais temas possuem maior engajamento quando o assunto é a Amazônia. A partir desta análise/diagnóstico, serão implementadas estratégias de intervenção no fenômeno por meio da CPC, com a produção e disseminação de conteúdos hoje silenciados e que repercutem temas relacionados aos ODS.

Pesquisa terá naturezas quanti e qualitativa, caracterizando-se como estudo misto, configurado pelas seguintes etapas metodológicas: i) análise do levantamento realizado com a plataforma BuzzSumo no Instagram, no período de 10/2022 a 01/2023, sobre a Amazônia; ii) estudo qualitativo das estratégias de engajamento e invisibilização dos temas; iii): configuração de temas a serem visibilizados a partir de observação e interrelação com os ODS 1, 3, 4, 6, 8, 10, 14; iv) seleção das redes sociais online; v) produção, testagem, validação e avaliação de estratégias e conteúdos para circulação no Instagram.

As estratégias de intervenção se darão pela produção de materiais utilizando as linguagens multimídia em diferentes formatos, explorando ao máximo as dimensões multimodais do Instagram. Estabeleceremos um ciclo temático, ao longo dos 12 meses do projeto, para visibilizar temáticas importantes observados no cenário amazônico interrelacionando-as com os ODS.

As etapas do projeto serão:

1- Análise quantitativa: a partir do levantamento dos conteúdos sobre a Amazônia, realizado por meio da plataforma BuzzSumo (versão paga), do período de 09/2022 a 01/2023, analisaremos os conteúdos e estratégias que promoveram maior engajamento sobre a Amazônia no Facebook.

2- Análise qualitativa: estudo das estratégias de engajamento e invisibilização dos temas sobre a Amazônia de forma contínua buscando as melhores formas de exploração do Facebook nos ciclos temáticos desenvolvidos.

3- Configuração de temas a serem visibilizados: análise e configuração de temas relativos à Amazônia a partir dos ODS 1, 3, 4, 6, 8, 10, 14.

4- Produção do Ciclo Temático: concepção e elaboração de materiais multimídia para circulação no Facebook. Esse processo possui várias etapas e se dará a partir do resultado das análises científicas das questões emergentes na/da Amazônia relacionando-as com os ODS pertinentes às temáticas exploradas. Os conteúdos produzidos a partir de linguagens multimídias se constituirão em vários formatos buscando o engajamento na referida rede social.

4.1- Mapeamento e seleção dos conteúdos a serem produzidos no Ciclo Temático: com base na configuração dos temas e dos ODS, serão realizados mapeamento e pesquisas para a seleção dos conteúdos para a produção de materiais em diferentes formatos e linguagens multimídia.

4.2- Concepção e avaliação de estratégias para circulação no Facebook: após a validação dos materiais multimídia produzidos, serão delineadas as estratégias de comunicação para circulação. Incluindo nesse processo as ações interacionais e interativas nas ambiências digitais.

4.3- Elaboração dos materiais multimídia do Ciclo Temático: Produção dos conteúdos para circulação no Facebook.

4.4- Testagem do Ciclo Temático: Após a produção dos materiais multimídia, será realizada a testagem para verificar se estão de acordo e em pleno funcionamento do Facebook.

4.5- Validação do Ciclo temático: Os materiais multimídia produzidos passarão por análise e revisão dos pesquisadores que integram o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokanó), de acordo com a temática abordada e a especialidade e atuação de cada pesquisador. Tanto conteúdo, quanto forma passarão pelo processo de validação.

4.6- Circulação do Ciclo Temático: inserção no Facebook (perfil do projeto Portal da Ciência) dos materiais multimídia produzidos no Ciclo Temático.

3. DESENVOLVIMENTO

Para o levantamento de dados realizados no Facebook ser compreendido de maneira eficaz, foram apresentadas a seguir algumas análises sobre os ODS, sua história e importância, além de uma observação acerca da rede social trabalhada.

1. OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

1.1 HISTÓRIA

A partir da segunda metade do século XX, as preocupações de estudiosos e representantes das nações sobre a exploração do meio ambiente pelo ser humano e o futuro da humanidade, culminaram em reuniões e publicações que visavam conscientizar as nações para as consequências no futuro, das ações humanas no meio ambiente (Vianna, 2015).

Nesse contexto, foram adotados os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) durante a Cúpula do Milênio, promovida pelo então secretário geral da ONU, Kofi Annan, em 2000. Os ODMs eram caracterizado por 8 objetivos ambiciosos, mas exequíveis, que foram propostos aos países-membros da ONU, os quais se comprometeram a cumpri-los com a maior brevidade possível. Os objetivos propostos foram:

1. Erradicar a pobreza extrema e a fome;
2. Alcançar o ensino primário universal;
3. Promover a igualdade entre os sexos e autonomização das mulheres;
4. Reduzir a mortalidade de crianças;
5. Melhorar a saúde materna;
6. Combater o VIH/SIDA, malária e outras doenças;

7. Garantir a sustentabilidade ambiental;
8. Criar uma parceria mundial para o desenvolvimento (UN, 2000).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) vieram na esteira dos ODMs. A partir, principalmente da Rio+20, houve unanimidade entre os membros da Organização das Nações Unidas (ONU) na adoção da Agenda 2030 a partir de 2015, dando novos direcionamentos para o desenvolvimento sustentável. Esta agenda não prevê a participação apenas das nações-membro, mas incentiva um envolvimento global intensivo, reunindo governos, setor privado, sociedade civil, sistema das Nações Unidas e outros atores (UN, 2015).

1.2 DESCRIÇÃO DOS ODS E SUA IMPORTÂNCIA

Segundo pesquisa realizada em 2017 pelo Ibope, em parceria com a Rede de Conhecimento Social, quase metade dos brasileiros não conhecem os ODS. O estudo aponta, ainda, que 38% da população brasileira já ouviram falar sobre o tema, mas não sabem dizer o que são os ODS e nem por que foram criados pela ONU, enquanto apenas 1% diz conhecer bem o assunto.

Tal como referido anteriormente, a Agenda 2030 foi criada visando um desenvolvimento sustentável do nosso planeta, ligando as componentes ambientais, sociais e desenvolvimento industrial e tecnológico, de modo a que seja possível garantir um futuro seguro e sustentável para as gerações vindouras (UN WSS, 2017).

Para Menezes e Minillo (2017):

(...) os ODS concebem metas importantes, que permitem criar uma agenda ampla e eficaz, na pretensão de alcançar um patamar revolucionário. Mas, para que essa agenda ocorra de maneira eficiente e obtenha êxito, é imprescindível, ao processo, alinhar os ODS à realidade local e incluir a participação ativa da população.

São 17 objetivos no total, que convergem entre si. Integram temas como consumo sustentável, mudança climática, desigualdade econômica, inovação, diversidade, paz e justiça. Os ODS se desdobram, ainda, em 169 metas que

integram a Agenda 2030. Ou seja, possuem um prazo marcado para serem cumpridos: o ano de 2030 (Ideia Sustentável, 2019).

Figura 1: Ícones oficiais dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável



Fonte: Agência Fiep, 2022

1.3 ODS USADAS NA PESQUISA

No âmbito desta dissertação, os pontos sobre os quais se irá trabalhar com maior intensidade serão os inter-relacionados com a temática amazônica e de redes sociais desta pesquisa (ODS 1, 3, 4, 6, 8, 10 e 14), portanto, para entender com clareza as suas finalidades, irão ser apresentados os ODS estudados a seguir.

De acordo com o IPEA (2018), as metas dos ODS são definidas como:

- ODS 1: Até 2030, erradicar a pobreza extrema para todas as pessoas em todos os lugares, atualmente medida como pessoas vivendo com menos de US\$ 1,25 por dia.

- ODS 3: Até 2030, reduzir a taxa de mortalidade materna global para menos de 70 mortes por 100.000 nascidos vivos.

•ODS 4: Até 2030, garantir que todas as meninas e meninos completem o ensino primário e secundário livre, equitativo e de qualidade, que conduza a resultados de aprendizagem relevantes e eficazes.

•ODS 6: Até 2030, alcançar o acesso universal e equitativo a água potável e segura para todos.

•ODS 8: Sustentar o crescimento econômico per capita, de acordo com as circunstâncias nacionais e, em particular, pelo menos um crescimento anual de 7% do produto interno bruto nos países de menor desenvolvimento relativo.

•ODS 10: Até 2030, progressivamente alcançar e sustentar o crescimento da renda dos 40% da população mais pobre a uma taxa maior que a média nacional.

•ODS 14: Até 2025, prevenir e reduzir significativamente a poluição marinha de todos os tipos, especialmente a advinda de atividades terrestres, incluindo detritos marinhos e a poluição por nutrientes.

2. REDES SOCIAIS

Barbosa, Cappi e Tavares (2010) afirmam que:

(...) as redes sociais constituem um espaço, no qual a interação entre as pessoas permite a construção coletiva, a mútua colaboração, a transformação e o compartilhamento de ideias em torno de interesses mútuos dos atores sociais que as compõem. A Internet potencializa o poder dessas redes, devido à velocidade e à capilaridade com as quais a divulgação e a absorção de ideias acontecem.

Consideramos as redes sociais digitais como um meio de possibilidades, estabelecido a partir dos elementos virtuais e das relações entre os indivíduos usuários. Estão inseridas no ciberespaço (LÉVY, 1999), cujo crescimento é agenciado pela conexão entre computadores e celulares. Por assim dizer, “as redes consistem não apenas em pessoas e grupos sociais, mas também em artefatos, dispositivos e entidades” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 40), ou seja, consistem nas representações dos atores sociais e de suas conexões (Recuero, 2009). Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas.

Podem ser constituídas, por exemplo, de um perfil no Orkut, um weblog¹ ou mesmo um fotolog². As conexões, por outro lado, são os elementos que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais.

2.1 FACEBOOK

Na sua página oficial, o Facebook define-se como um produto/serviço que tem por missão “oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado” (Facebook, 2013). Esta rede social proporciona uma vasta lista de ferramentas e aplicações que permitem aos utilizadores comunicar e partilhar informação, assim como controlar quem pode aceder a informação específica ou realizar determinadas ações (Educause, 2007).

Além disso, Recuero (2009) aponta:

O Facebook pode ser considerada uma rede de filiação. Sua característica principal é definida pelo gerenciamento a partir de um centro de controle, ou sistema, exigindo menos esforços dos atores – usuários – para ser mantida. Característica também presente em redes como o Twitter, LinkedIn, Tumblr, entre outras. Difere, neste sentido, de uma rede do tipo “emergente”, que depende mais dos atores para sua expansão e manutenção.

Provavelmente, a característica que mais diferencia o Facebook das restantes sites redes sociais é a sua plataforma, pois permite que outros websites e aplicações se integrem no Facebook através de uma linguagem aberta, denominada de Open Graph (Gjoka et al., 2008)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pautas acerca da Amazônia que foram amplamente esquecidas ou rejeitadas pela população brasileira e pelos órgãos responsáveis podem ter encontrado espaço nas redes sociais como forma de chamar a atenção para as mais diversas situações. Uma vez que estamos na era digital, não é de estranhar que estes movimentos contra a invisibilização dos temas amazônicos tenham surgido a dada altura, e é graças às redes, em especial o Facebook, que

¹ Weblogs são ferramentas de publicação na Internet, que podem ser apropriadas com funções diversas. (Vide Amaral, Recuero e Montardo, 2009).

² Fotologs são sistemas de publicação de fotografias, semelhantes aos weblogs (Recuero, 2007).

diariamente pessoas atingidas por repetidos descasos e negligência na região Amazônica podem encontrar formas de não aceitar essa realidade e lutar pelos seus direitos.

REFERENCIAS

ALVES, José Eustáquio Diniz. Os 70 anos da ONU e a agenda global para o segundo quinquênio (2015-2030) do século XXI. *Revista Brasileira de Estudos de População*, v. 32, n. 3, p. 587-598, dez. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0102-30982015000000035>. Acesso em: 13 fev. 2023.

BARBOSA, Alexandre; CAPPI, Juliano; TAVARES, Robson. Redes sociais: revolução cultural na Internet. In: *PESQUISA SOBRE O USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL 2005-2009*. São Paulo: [s. n.], 2010. p. 51-57.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa/Portugal: Edições 70 LDA, 2010.

BORTOLOZZI, A. Comunicação, ensino e temática ambiental. *Comunicação & Educação*, n 14, jan./abr., pág. 42-48, 1999.

BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo Científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente*. Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Depto. de Jornalismo e Editoração. Doutorado. São Paulo, 1984.

CASTRO FILHO, Claudio Marcondes de. Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável: uma leitura de política pública na clave da biblioteca escolar. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, v. 16, n. 3, p. 355-372, 14 jun. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/rdbci.v16i3.8650931>. Acesso em: 14 fev. 2023.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Novas formas de comunicação: história do Facebook - Uma história necessariamente breve. *Revista Alceu*, v. 14, n. 28, 2014.

CURRAN, James. *Media and power*. London: Routledge, 2002.

DIAS, G.F. *Educação Ambiental: Princípios e Práticas*. 2 ed. Ver. Ampl. São Paulo: Gaia, 1993.

FIGUEIREDO, Thiago Antônio de Sousa; MOURA, Edila Arnaud Ferreira; NASCIMENTO, Ana Claudeise; NILSONETTE, Marco Lopes. Comunicação Comunitária. In: Seminário Anual de Pesquisa (SAP), 2, Tefé. Anais. Tefé: Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá, 2001.

FREIRE, Brenda A. A INTERLIGAÇÃO DA ERRADICAÇÃO DA POBREZA COM A AGENDA 2030: EFETIVAÇÃO DAS METAS DA ODS 1. 2022. 31 p. Monografia — Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás, 2022.

GAUNTLEET, David. Media, gender & identity. London: Routledge, 2002.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Elementos do Jornalismo. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KRONEMBERGER, Denise Maria Penna. Os desafios da construção dos indicadores ODS globais. Ciência e Cultura, v. 71, n. 1, p. 40-45, jan. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21800/2317-66602019000100012>. Acesso em: 14 fev. 2023.

LASWELL Harold D. Politics: who gets what? when? how? New York: Whittlesey House, 1936.

LEANDRO, C. S.; BARROS, F. B.; MOREIRA, P. B. A.; SANTOS, L. F.; NADAE, J.; MOURA-FÉ, M. M. Aspectos socioambientais da proliferação de arboviroses na Região Metropolitana do Cariri, Ceará: A perspectiva dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Rev. Bras. Gest. Amb. Sustent. [online]. 2021.

MARQUES, Marcelo F. C. Agenda 2030 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU – Desafios ao Desenvolvimento Tecnológico e à Inovação Empresarial. 2019. 124 p. Mestrado — Instituto Superior de Engenharia de Lisboa, Lisboa, 2019.

MacNAMARA, Jim R. Media content analysis its uses, benefits & best practice methodology. Disponível em www.masscom.au/book/papers/media_content.html. 2003 - Capturado em 15/06/2005.

MELO, José Marques de. Jornalismo: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros Jornalísticos no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MENÊZES, Anna; MARTINS, Maria de Fátima. Conexões entre as temáticas Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), Indicadores de Sustentabilidade e Gestão Municipal Sustentável: Uma revisão sistemática da literatura contemporânea. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 5, p. e57810515309, 17 maio 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i5.15309>. Acesso em: 14 fev. 2023.

MORETZSONH, Sylvia. *Pensando contra os fatos*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
SANTOS, E. B. (Org.). *Jornalismo e conhecimento*. Florianópolis: PosjorUFSC/Insular, 1997.

NEWBOLD, Chris et al. *The media book*. London: Arnold, 2002.

PATRÍCIO, R.; GONÇALVES, V. Facebook: rede social educativa? *Biblioteca Digital*, 2010.

PEIXOTO, Z. O Facebook para além da rede social. O usuário como consumidor-mercadoria. In: PORTO, C., and SANTOS, E., orgs. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. 2009.

REZENDE, Maria José de. As metas educacionais como eixos articuladores dos relatórios do desenvolvimento humano da ONU. *Educação em Revista*, v. 28, n. 4, p. 289-316, dez. 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0102-46982012000400012>. Acesso em: 14 fev. 2023.

SANTOS, V. L. C.; SANTOS, J. E. AS REDES SOCIAIS DIGITAIS E SUA INFLUÊNCIA NA SOCIEDADE E EDUCAÇÃO CONTEMPORÂNEAS HOLOS, vol. 6, pp. 307-328 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte Natal, Brasil, 2014.

SILVA, Enid Rocha Andrade da. *Agenda 2030 - ODS - Metas nacionais dos objetivos de desenvolvimento sustentável: proposta de adequação*. [S. l.]: IPEA, 2018.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra, Minerva, 2000.

SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen D. *Mediating the message, theories on influences on mass media content*. 2 ed. White Plains/NY: Longman, 1996.

ZIGGIATTI, Barbie. Journalism as Interpretive Community. *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 10. 2000.

WEBER, Robert P. *Basic content analysis*. 2 ed. Newbury Park/CA: Sage, 1990.