

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

PESQUISA-AÇÃO: PRODUÇÃO DE JORNALISMO CIENTÍFICO NO CANAL MS CIÊNCIA NO YOUTUBE

**Taís Marina Tellaroli Fenelon; tais.fenelon@ufms.br (orientador)
Mellissa Lisiê Ramos de Souza; mellissa.ramos@ufms.br (coautor)**

RESUMO

Com objetivo de divulgar a ciência de forma contextualizada e crítica para fomentar o processo de popularização do conhecimento e torná-lo acessível ao público leigo, foi criado no YouTube o Canal MS Ciência. Com uma proposta de divulgação de conteúdo em formato audiovisual, a divulgação científica foi explorada a partir dos preceitos e regras do jornalismo científico utilizando-se das técnicas do telejornalismo com a produção de reportagens temáticas. Utilizando-se da metodologia de pesquisa-ação apresenta-se neste trabalho a produção de uma reportagem sobre a divulgação do vírus HTLV em Campo Grande-MS, produzida no laboratório de imunologia do curso de pós-graduação em farmácia da UFMS.

PALAVRAS-CHAVE

Ciência. Jornalismo científico. Reportagem. MS Ciência. YouTube.

1. INTRODUÇÃO

A divulgação científica tem um papel fundamental no fornecimento de conhecimento à população sobre ciência e sobre pesquisas desenvolvidas em todas as regiões, além de difundir as novidades da área científica, que circulam inicialmente em publicações muito especializadas, voltadas para profissionais da mesma área. Para que o diálogo entre cientista e sociedade aconteça é preciso valer-se de canais de comunicação para fazerem esta ponte juntamente com o trabalho desenvolvido por jornalistas. Na prática é preciso trabalhar jornalisticamente um discurso altamente especializado e transformá-lo em uma narrativa clara e objetiva ao público leigo. Considerando que quase tudo que acontece na sociedade é influenciado pela Ciência e Tecnologia (C&T), é preciso que o discurso científico seja inovador e amplamente compreendido pela população, para que esta possa tomar suas decisões a partir de múltiplas informações, considerando os aspectos positivos e negativos de cada situação.

Na sociedade democrática, compartilhar o conhecimento é algo que faz parte da sua dinâmica, logo divulgar o conhecimento científico assume caráter educativo contribuindo para a formação dos cidadãos. Divulgar a ciência de forma contextualizada e crítica é fator essencial no processo de popularização do conhecimento e torna-se algo inovador quando feito de forma correta. Desta forma, o projeto MS Ciência visa informar aos cidadãos sul-mato-grossenses sobre as pesquisas científicas, em diferentes campos do saber, desenvolvidas por pesquisadores da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, financiadas ou não por órgãos de fomento nacionais, estaduais e municipais. A divulgação científica é explorada a partir dos preceitos e regras do telejornalismo para serem adaptadas esteticamente e narrativamente às características da televisão. São produzidos vídeos informativos no formato de vídeo reportagem e entrevistas de estúdio para exibição na TV Universitária da UFMS e alocadas no canal MS Ciência no YouTube que serve como repositório. O canal também é utilizado para disseminação dos vídeos pela Internet, fazendo que haja maior possibilidade de “espalhamento” do conteúdo.

Jornalistas e cientistas precisam usar ambos os poderes que possuem para compartilhar o saber com a sociedade em geral contribuindo para uma formação crítica do conhecimento pela população, para que este conhecimento possa ser discutido e avaliado. Ao fortalecer os laços entre pesquisadores e jornalistas na divulgação da ciência do Estado, tem-se como consequência e resultado final, a disseminação das informações importantes das instituições e órgãos de fomento pela população local, objetivando a promoção da alfabetização científica de temas em várias áreas possibilitando uma formação crítica do conhecimento aos cidadãos sul-mato-grossenses utilizando-se das técnicas e práticas do jornalismo científico.

O jornalismo científico é sobre ciência, ou seja, um tipo de jornalismo com suas práticas e valores aplicados à cobertura de notícias de ciência e tecnologia. Assim como as demais atividades jornalísticas que as caracterizam, dependem das fontes, porque o profissional de imprensa não tem apenas o objetivo de divulgar, e sim analisar dentro de um contexto, atuando como um mediador.

O Jornalismo Científico, que deve ser em primeiro lugar Jornalismo, depende estritamente de alguns parâmetros que tipificam o jornalismo,

como a periodicidade, a atualidade e a difusão coletiva. O Jornalismo, enquanto atividade profissional, modalidade de discurso e forma de produção tem características próprias, gêneros próprios e assim por diante (Cardozo, 2006, p. 3).

Segundo Colombo e Levy (2014, p. 10), os cientistas e jornalistas deveriam ter a mesma finalidade, “pensar no bem da sociedade que depende diretamente ou não de seus trabalhos para tomar decisões pessoais e profissionais em suas vidas”, crendo que cabe a eles comunicarem mais e serem tolerantes uns com outros. Nesse sentido, Caldas (2011) propõe que o cientista deve fornecer materiais em linguagem acessível, ajudando a reduzir as confusões criadas pelas pseudociências e pelo jornalista, embora dirigida ao público leigo, sua linguagem deve ser acompanhada de um rigor científico, decodificando jargões técnicos e contextualizando os fatos em toda sua dimensão política e histórica.

Sendo assim, o jornalismo científico deve ir além dos números e resultados, “implica comunicar de forma crítica, situada, contextual, rigorosa” (Castelfranchi, 2007 p. 17). O autor ainda acredita que, além de comunicar fatos científicos, o jornalista deve entender e tratar do contexto em que a ciência é gerada e usada. E por se tratar de um campo de difícil visualização e associação, não basta apenas uma linguagem simplificada, é preciso trazer o assunto para o cotidiano, usar de metáforas, comparações, assim como de recursos visuais, como os infográficos, que melhoram a visualização e auxiliam o entendimento de assuntos herméticos.

2. PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Mesmo com a chegada das novas tecnologias digitais, a televisão enquanto meio de comunicação ainda é a principal ferramenta para acesso à informação no Brasil. Segundo pesquisa da Inside Video de 2022¹, TV aberta e TV a cabo concentram 79% do consumo de vídeo pelas pessoas, o alcance é de 205.876.165 pessoas no Brasil, com o consumo médio de 5h37m por indivíduo. Com a TV aberta e os canais pagos

¹ Disponível em: [Apresentação do PowerPoint \(kantaribopemedia.com\)](https://www.kantaribopemedia.com) Acesso em: 28 mar. 2023.

concentrando 79% da demanda total, o consumo de telejornalismo torna-se importante como forma de informação sobre as notícias do dia.

Com a evolução da tecnologia e a convergência tecnológica, a produção audiovisual para televisão passou a circular também em plataformas digitais, remodelando em alguns aspectos seu formato, tempo de duração e estrutura. Segundo Rajewsky (2012) com o surgimento de novas mídias há uma transposição midiática (surgimento de um novo conteúdo), combinação de mídias (diversas mídias se combinam resultando em uma nova mídia) e referências intermediáticas entre elas.

As mídias digitais, de fato, remediam formas de mídia pré-existentes via simulação, apropriando e (em maior ou menor grau) remodelando suas qualidades, suas estruturas, suas técnicas ou práticas representativas [...] incluindo, pode-se acrescentar, até mesmo suas respectivas estratégias de remediação. Mas é claro também que inúmeras maneiras em que as mídias não digitais reagiram (e continuam a reagir) tanto às mídias digitais quanto às anteriores podem ser classificadas sob o rótulo de remediação, já que todas elas indicam que as práticas midiáticas não ocorrem em isolamento, mas em uma “dialética constante” com outras mídias (Rajewsky, 2012, p.39).

O YouTube surgiu em 2005 com a proposta de ser um local para postagem de vídeos por qualquer pessoa, mas com o passar do tempo a mídia tradicional e independente passou a ocupar também o espaço devido às potencialidades da plataforma. O modelo do Youtube quebra o paradigma dos produtores de conteúdo “tradicionais” e o formato de grade de programação (da televisão) onde os conteúdos são transmitidos em um horário fixo. Segundo Jenkins (2014), os vídeos são consumidos e compartilhados de acordo com o valor sentimental e interesse pessoal dos usuários. Um conceito importante para se observar dentro da plataforma é o engajamento que pode ser descrito como a participação de um usuário com a mídia. Khan (2016) define o engajamento composto por aspectos comportamentais ou interações baseadas em cliques (participação), bem como visualização e leitura simples do conteúdo (consumo). [...] No Youtube este engajamento se manifesta por meio de ações como gostei, não gostei, compartilhar, comentários, e upload de vídeos.

Para a produção do conteúdo audiovisual que será apresentado neste trabalho, utilizou-se como referência a técnica de produtos telejornalísticos, para que os acadêmicos compreendessem a estrutura de uma reportagem televisiva, ou seja, como construir um roteiro a partir da captação de imagens, entrevistas (sonoras) e passagem (texto gravado em vídeo pelo repórter). Com esses elementos a reportagem seguiu algumas especificidades do texto na TV. O livro clássico de Vera Íris Paternostro (1999) continua atual, pois o roteiro deve conter textos curtos, objetivos, casar texto com imagem, sem rimas ou cacófatos e seguir as inúmeras regras apontadas pela autora. Para o aluno entender essas regras, é necessário ir a campo, produzir o próprio texto, porque, ao experimentar e permitir-se errar, conseguirá, após as correções feitas pelo professor, compreender suas características.

3. METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho é apresentar o processo de desenvolvimento de reportagem utilizando-se dos preceitos do jornalismo científico e técnicas de reportagem telejornalística para publicação na plataforma YouTube, descrevendo o processo a partir da metodologia da pesquisa-ação. A pesquisa-ação exige que os pesquisadores tenham uma relação de proximidade e participação com os membros daquela situação investigada, sobretudo definindo a ação, seus objetivos, dificuldades, pessoas envolvidas e como será produzido o conhecimento a partir do problema apresentado (Baldissera, 2001).

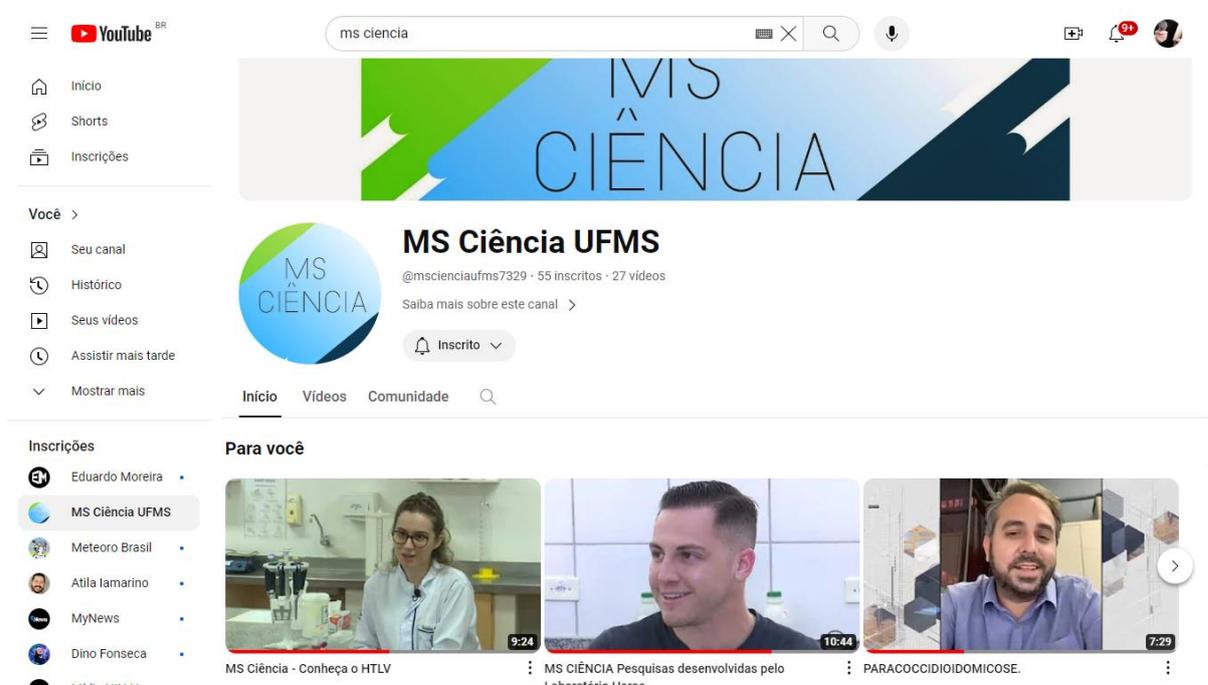
A pesquisa-ação como método agrega várias técnicas de pesquisa social. Utiliza-se de técnicas de coleta e interpretação dos dados, de intervenção na solução de problemas e organização de ações, bem como de técnicas e dinâmicas de grupo para trabalhar com a dimensão coletiva e interativa na produção do conhecimento e programação da ação coletiva (Baldissera, 2001, p. 7).

A base metodológica é eminentemente qualitativa, fundamentada na pesquisa-ação definida como uma pesquisa social de base empírica que “implica no engajamento

do pesquisador no ambiente investigado e também no envolvimento das pessoas do grupo no processo da pesquisa” (Peruzzo, 2008, p. 138).

Com objetivo de divulgar a ciência de forma contextualizada e crítica para fomentar o processo de popularização do conhecimento e torná-lo acessível ao público leigo, foi criado no YouTube o [Canal MS Ciência](#) em outubro de 2019 como mostra a Figura 1.

Figura 1: Página inicial do Canal MS Ciência no YouTube.



Fonte: YOUTUBE (2023).

O canal MS Ciência faz parte de projeto de ensino da disciplina “Laboratório de jornalismo audiovisual”, ministrada pela Profa. Taís Fenelon do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e conta com a participação dos alunos matriculados na disciplina. Com uma proposta de divulgação de conteúdo em formato audiovisual, a divulgação científica é explorada a partir dos preceitos e regras do telejornalismo com a produção de reportagens temáticas supervisionadas pela professora. Já foram produzidas 27 reportagens em diversas áreas do conhecimento.

As gravações são feitas utilizando-se da estrutura do Laboratório de TV do curso de jornalismo da UFMS. O espaço conta com um estúdio equipado de câmera, ilha de edição, teleprompter, microfones, iluminação, entre outros, além do apoio técnico de dois cinegrafistas e um editor de imagens.

Para este trabalho será descrita, a partir da metodologia qualitativa da pesquisa-ação, a reportagem “[Conheça o HTLV](#)”². Para a produção da reportagem foram necessários um microfone lapela e uma câmera, disponibilizados pelo laboratório de telejornalismo, e o apoio técnico do cinegrafista Thiago Stirmer. A gravação foi realizada durante a tarde do dia 01 de novembro de 2023, com gravação de entrevista com as três pesquisadoras no laboratório, captação de imagens do laboratório que fica dentro das dependências da universidade, não sendo necessário transporte para deslocamento.

4. CONHEÇA O HTLV

A pesquisa desenvolvida no Laboratório de Imunologia da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Alimentos e Nutrição (FACFAN) promove testagens gratuitas na população, para a identificação do vírus HTLV. A pesquisa é coordenada pela doutora e professora de imunologia clínica, Ana Rita Coimbra Motta de Castro, em parceria com a doutora e pesquisadora na área de epidemiologia e virologia, Larissa Melo Bandeira e a doutoranda em doenças infecciosas e parasitárias, Carolina Amianti.

Esta pesquisa foi selecionada para o MS Ciência através da divulgação feita pelas pesquisadoras nas redes sociais, por meio de um perfil no Instagram ([@htlv.cg](#)), onde são postadas informações sobre a pesquisa em si, pontos de testagem, mitos e verdades sobre a doença. Há também a distribuição de papers informativos sobre o projeto pela universidade. A discente do quinto semestre de jornalismo da UFMS, Mellissa Ramos entrou em contato com a pesquisadora para agendar a entrevista e buscar mais informações para a produção da reportagem.

² A reportagem pode ser acessada no link: <https://www.youtube.com/watch?v=cAEe4uE9Hqo&t=298s>.

A reportagem traz à luz um assunto pouco conhecido para a população em geral. O vírus da mesma família do HIV, foi invisibilizado após a alta de casos de Aids nas décadas de 1980 e 1990, devido à sua menor prevalência e ao fato de que, em muitos casos, pode permanecer latente por décadas sem causar sintomas graves, como explica a coordenadora do laboratório, Ana Rita.

Além da divulgação do vírus e seus tratamentos, a parceria entre o laboratório de imunologia, o Hospital Universitário da UFMS e a Secretária de Saúde Municipal, também tem desenvolvido testes para identificação do vírus nas populações carcerária, quilombola, indígena aldeada, imigrantes e descendentes, homens que se relacionam com homens e profissionais do sexo, em Campo Grande e Dourados. O estudo faz parte de uma pesquisa nacional que busca trilhar a incidência do vírus, principalmente nas capitais do país e, em Campo Grande, o centro coordenador da pesquisa é na UFMS. O trabalho feito em Campo Grande é reconhecido nacional e internacionalmente em congressos e palestras no meio acadêmico, isto é, entre pesquisadores e médicos da área, e para a população em geral, evidenciando a importância do estudo conduzido pelas pesquisadoras.

Segundo a pesquisadora Carolina Amianti, a pesquisa é feita através de entrevistas e testagens gratuitas, por meio de um pré-agendamento onde o paciente vai até o laboratório, ou através das visitas que o grupo faz às unidades básicas de saúde do município. Feita a análise no laboratório, que pode ser de triagem e confirmatório, o resultado é enviado ao paciente e, se confirmada a infecção, é encaminhado a um médico infectologista para o tratamento contínuo, uma vez que o vírus não tem cura.

Após a coleta de informações sobre a pesquisa e gravação com as pesquisadoras, foi feita a decupagem do material e produzido um roteiro de reportagem composto por *offs*, sonoras e passagem, itens que compõem a estrutura de uma reportagem de TV. A estrutura conta com uma cabeça (lida pela apresentadora Keyla Santos no estúdio), que conta com uma introdução sobre o projeto e o tema da reportagem apresentados em estúdio:

Olá, está no ar mais um MS Ciência. Conheça o destaque desta edição. Pesquisadores da Faculdade de Ciências Alimentos e Nutrição,

desenvolvem estudo sobre a prevenção contra o HTLV. Testes gratuitos são feitos nas unidades de saúde de Campo Grande para conscientizar a população sobre o assunto. Confira mais detalhes na reportagem.

Após a introdução é apresentado o tema com imagens da internet do vírus HTLV e na sequência a coordenadora do laboratório de imunologia da UFMS, Ana Rita Castro explica o que é o vírus. A reportagem utilizou-se como estrutura 10 *offs* e uma passagem intercalados por sonoras, que são as entrevistas com as três fontes. As imagens produzidas no laboratório foram utilizadas para cobrir os *offs*. O material também passa por uma revisão/edição de texto e imagens, feita pela coordenadora do projeto.

A edição deste material já roteirizado contou com o auxílio do editor de imagens, Antônio Paes. A edição foi feita utilizando-se do programa Adobe Premiere no laboratório de TV.

A reportagem finalizada foi disponibilizada para exibição na TV Universitária da UFMS, transmitida pelo Canal 14 na TV a Cabo Net e no canal MS Ciência no YouTube, nas redes sociais da universidade e encaminhada para as fontes/pesquisadoras participantes, para divulgação e, conseqüentemente, ter maior alcance e disseminação. Atrelado a isso, houve a distribuição de *papers* informativos para os estudantes dentro da universidade, auxiliando na divulgação da reportagem e da pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo científico desempenha um papel fundamental ao fornecer, de forma clara, conhecimento à população sobre avanços científicos e pesquisas desenvolvidas, contribuindo para a maior compreensão e disseminação do saber em todas as esferas da sociedade, desde o telespectador mais culto ao mais leigo. Esta forma de comunicar é essencial para construir uma ponte entre o mundo acadêmico e o público em geral.

O projeto MS Ciência exemplifica esse compromisso ao buscar informar os cidadãos do Mato Grosso do Sul sobre as pesquisas realizadas na UFMS, utilizando

técnicas do jornalismo científico e produção audiovisual para alcançar o público de forma eficaz. Através dessa iniciativa, é possível promover a alfabetização científica e contribuir para uma sociedade informada, engajada e crítica.

No site do YouTube a reportagem já foi visualizada 41 vezes, desde a sua postagem em 23 de novembro de 2023. Quando digitado no campo de busca da plataforma as palavras chave “HTLV” + “ciência”, a reportagem aparece na lista de recomendações. Compreende-se que produzir conteúdo científico para fazer parte do universo informacional das plataformas torna-se relevante, visto a quantidade de desinformação circulante nesses ambientes.

É importante ressaltar que devido à convergência tecnológica, fica caracterizada a prática da remediação quando um produto audiovisual circula em diversas mídias digitais. A produção da reportagem “Conheça o HTLV” explora as técnicas da reportagem televisiva, utilizando-se da estrutura, técnica e qualidade do meio tradicional, mas também cria estratégias de remediação quando passa a circular na plataforma digital, neste caso o YouTube. O YouTube, ao oferecer ferramentas digitais específicas do meio on-line (hipertexto, multimídia, interatividade, hipertexto, personalização, atualização e memória) extrapola os limites impostos pela mídia tradicional (Palácios, 2003).

O projeto MS Ciência tem fluxo contínuo e visa dar voz aos pesquisadores para que seus trabalhos ganhem visibilidade e consigam chegar à população utilizando-se de diversos meios de comunicação, entre eles a internet.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MICK, Jacques; KAMRADT, João. **O fim da notícia: a monopolização da mídia e trabalho do jornalista**. Florianópolis, SC: Insular, 2017.

BALDISSERA, Adelina. **Pesquisa-ação: uma metodologia do “conhecer” e do “agir” coletivo**. Sociedade em Debate, Pelotas, 7(2):5-25, Agosto/2001.

CALDAS, Graças. **O valor do conhecimento e da divulgação científica para a construção da cidadania.** In: Comunicação & Sociedade, ISSN Impresso: 0101-2657. Ano 33, n. 56, p. 7-28, jul./dez. 2011.

CARDOZO, Missila Loures. Planejamento Gráfico e Jornalismo Cultural permeando o Jornalismo Científico: **Análise da Seção de Livros da Revista Galileu.** XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2006. Brasília. Disponível em: [R0354-4](https://doi.org/10.1590/R0354-4) (intercom.org.br). Acesso em: 24 jan. 2021.

CASTELFRANCHI, Yuri. “Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? (Muitas respostas óbvias... mais uma necessária)”. In: **Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana.** Rio de Janeiro: FIOCRUZ/COC/Museu da Vida, 2012.

COLOMBO, Macri Elaine; LEVY, Denize Piccolotto Carvalho. Jornalismo científico: divulgação ou disseminação, e sua relação com os cientistas. 8º. Interprogramas de Mestrado em Comunicação da **Faculdade Casper Líbero**, 2014. Disponível em: [Microsoft Word - Macri Colombo + Denize Levy \(casperlibero.edu.br\)](https://casperlibero.edu.br). Acesso em: 16 nov. 2021.

JENKINS, Henry. Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KHAN, M. Laeeq. **Social media engagement: what motivates user participation and consumption on Youtube?** In: Computers in Human Behavior. Elsevier: Ohio, 2016.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital.** Salvador: Calandra, 2003. p. 15-36.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RAJEWSKY, Irina O. Intermedialidade, intertextualidade e “remediação”: uma perspectiva literária sobre intermedialidade. Trad. Thaís Flores Nogueira Diniz e Eliana Lourenço de Lima Reis. In: DINIZ, Thaís Flores Nogueira (Org.). **Intermedialidades e estudos interartes: desafios da arte contemporânea.** Belo Horizonte: UFMG, 2012.

YOUTUBE. **Conheça o HTLV.** (9’23”). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cAEe4uE9Hqo&t=298s>>. Acesso em: 16 mar. 2024.