

PRODUÇÃO DE POD E VIDEOCAST PARA A AGÊNCIA MEGAFONE: UMA PROPOSTA PARA A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA

Thais Fernandes Koga¹; Amanda Wessler do Amaral¹; Ana Paula Machado Velho²

RESUMO: Este projeto buscou conhecer a natureza e as possibilidades da organização de novos formatos, especificamente o podcast e o videocast, encontrados em uma das sub-redes da internet, a World Wide Web. Com o desenvolvimento deste novo meio de comunicação, surgem novas possibilidades de organização das informações jornalísticas, ganhando perspectivas com a utilização dos signos de natureza multimídia, verbais, sonoros e visuais. Estas possibilidades influenciam a produção jornalística, que se adapta à Web. Portanto, o projeto buscar sugerir a utilização das ferramentas nos processos de divulgação da ciência, sendo que, de acordo com pesquisadores, a sociedade se interessa por questões científicas, pois reconhece este tipo de informação como aspecto importante do dia-a-dia. Entretanto, há dificuldades de encontrar meio eficientes para a disseminação da informação científica. Alguns pesquisadores acreditam que é pela falta de entendimento da mídia quando à relevância da ciência como fonte geradora de bem-estar social. Outros acusam a dificuldade na tradução do discurso científico para a linguagem coloquial. Então, como utilizar o pod e o videocast para incrementar os processos de divulgação da ciência? Para isso, será realizada uma pesquisa bibliográfica e analisadas produções jornalísticas para entender a importância da utilização da pluralidade de códigos na divulgação científica.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; ciência; Web

1 INTRODUÇÃO

A partir da dificuldade encontrada pelos meios de comunicação em transmitir a informação científica, a pesquisa foca encontrar novos formatos eficientes na Web, uma sub-rede da internet, no processo de divulgação da ciência. É crescente o interesse da sociedade pelos assuntos científicos, de acordo com a pesquisa de opinião intitulada “O que o brasileiro pensa da ciência e da tecnologia?”, realizada em 1987, pelo Instituto Gallup de Opinião Pública, sob encomenda do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e percebe-se um maior volume de informações científicas na mídia, por meio de textos verbais em publicações diárias e especializadas, além da combinação destes com imagens eletrônicas e construções textuais híbridas.

Então, essas construções são analisadas por pesquisadores que estão abertas à produção textual desenvolvida no novo meio de comunicação: a *World Wide Web* – uma das sub-redes da internet. Dessa maneira, surgem novas formas de organizar as informações jornalísticas. Inclusive, na Web, há a potencialização das informações de natureza multimídia: verbais, sonoros e visuais.

Uma das organizações cada vez mais utilizadas nos sites de webjornalismo é o *podcasting*. Este pode ser definido como um mecanismo automático por meio do qual arquivos de áudio são disponibilizados de um servidor para o usuário da rede. Há ainda o

¹ Acadêmicas do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR, Maringá-PR. Programa de Bolsas de Iniciação Científica do Cesumar (PROBIC). thaisf.koga@gmail.com; mandi.jor@gmail.com

² Orientadora, docente do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR. anapaula.mac@gmail.com

videocasting, que é o mecanismo para a transmissão de vídeos na Web. O *videocast* é o arquivo consumido em formato audiovisual pelos internautas e pode ser de entretenimento, opinativo, musical, mas define-se no projeto aqueles de conteúdo jornalístico.

Portanto, busca-se explorar as possibilidades de organização para encontrar formas de utilizar o *pod* e o *videocast* para desenvolver produtos científicos. Para isso, responde-se a pergunta: como utilizar essas ferramentas para incrementar os processos de divulgação da ciência? Ou seja, parte-se do pressuposto de que, a partir da utilização da linguagem verbo-oral e de imagens nas estruturas informacionais, pode-se encontrar formatos eficientes na divulgação de conteúdos ligados à área científica.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo seguiu as linhas gerais de uma pesquisa bibliográfica para a identificação, localização e obtenção de bibliografia (STUMPF, 2008). Identificaram-se autores que discutem a importância da utilização da diversidade e pluralidade de códigos, não apenas no ciberespaço, mas em todos os processos de comunicação e representação. Entre os autores estão João Canavilhas, Muniz Sodré, Pollyana Ferrari, Graça Caldas e Marcos Palácios.

A partir das informações da pesquisa bibliográfica, foi realizada uma análise da produção do conteúdo em *pod* e *videocast* produzidos para a editoria de Ciência e Saúde, da Agência Megafone, produto laboratorial de webjornalismo, do curso de Comunicação Social do Cesumar. Os materiais selecionados foram um *podcast*, que aborda a automedicação e dois *videocasts*, um a respeito do estresse dos maringenses e o outro sobre a alimentação no ambiente de trabalho. Além de verificar a possibilidade da multimídia do ambiente online, foi possível explorar a produção de conteúdo voltado ao espectador.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A sociedade vivencia a exploração do modo de organização da informação e do desenvolvimento da linguagem proporcionada pelo novo meio de comunicação, a *World Wide Web*, uma das sub-redes da internet. Na Web, as características dos meios analógicos são potencializadas e o grande desafio é a criação de uma linguagem própria, visto que, há a possibilidade de combinação de diferentes signos lingüísticos – verbal, sonoro e visual.

Marcos Palácios (2002) estabelece seis características que refletem as potencialidades oferecidas pela Web: multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e instantaneidade. Apesar de estarem interligadas, ou seja, as características completam-se, destaca-se no trabalho a multimídia ou convergência. Então, esta pesquisa busca conhecer a natureza e as possibilidades de organização de arquivos multimídia na produção jornalística. Em especial, a divulgação da ciência utilizando-se suportes como *podcasting/podcast* e *videocasting/videocast*.

Podcast, de acordo com Adelina Moura e Ana Amélia Carvalho (2006), tem como objetivo produzir conteúdos próprios sem qualquer tipo de controle comercial e alojá-los na internet, onde ficam disponíveis para *downloads* gratuitos. Já o termo *videocasting* é a disponibilização de vídeos para visualização imediata ou *download*. Segundo Canavilhas (2009), enquanto *videocast* refere-se ao vídeo baixado pelo internauta. O autor (2001) acredita que a imagem traz maior veracidade e objetividade do que a simples descrição dos fatos. Entretanto, o vídeo utilizado na Web tem papel diferenciado do utilizado pela televisão no que diz respeito à produção, pois no meio analógico, texto e imagem são um

produto só, já na Web “o vídeo não é redundante e emprega um caráter legitimador à informação veiculada no texto” (CANAVILHAS, 2001).

A informação na internet deve ser composta por números, textos, imagens e sons. Todas estas possibilidades e potencialidades comunicativas, proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico, devem ser exploradas, para que a informação chegue aos internautas de forma clara e precisa. Na sociedade contemporânea, segundo Porto (2007), a informação ganha dinamismo, rapidez e descortina elementos novos para a sociedade. Conforme a autora, com o advento da internet, a informação científica que ainda é sacralizada, passa a ser remodelada para chegar a um número maior de pessoas. Embora ainda haja preconceito à divulgação da ciência por meio do jornalismo, não se pode ignorar o fato do jornalista ser o mediador entre cientistas e a sociedade. Conforme Rios; Machado et al (2005), o Jornalismo Científico tem como principal objetivo promover a divulgação da ciência ao homem leigo, ou seja, àquele que não possui conhecimento específico. “O jornalista deve ser a ponte entre o cientista e o público não-especializado, informando a comunidade a respeito das várias questões que envolvem ciência e suas aplicações”.

Para discutir estas questões, foram selecionados três materiais para a análise. Os *pod* e *videocasts* foram publicados na editoria de Ciência e Saúde, da Agência Megafone, produto laboratorial de Webjornalismo, do Curso de Comunicação Social do Cesumar, no ano de 2008. Assim como a afirmação de Wilson Dizard (2000) de que, a inovação mais importante da nova mídia é a distribuição de produtos audiovisuais, o *pod* e *videocast* publicados pelo Megafone não buscam chamar a atenção do usuário pelo controle que este tem sobre o conteúdo, mas proporcionar que a informação se torne mais atrativa e prazerosa ao espectador pois, conforme Lilian Cristina Monteiro França (2008), o conteúdo audiovisual não pode ser encarado como complemento, mas como um todo no texto digital.

O *podcast* produzido pelas alunas Emanuele Rhoden e Renata Mastromauro aborda a automedicação e se desenvolve com o diálogo das estudantes, ressaltando conhecimentos populares e fontes de informação a respeito de índices, causas e consequências de uma medicação equivocada. Além da entrevista com um especialista, para a legitimação do conteúdo abordado. A aluna Mayara Gasparoto postou na Agência um *videocast* sobre a alimentação no ambiente de trabalho, com a característica de uma matéria jornalística clássica para televisão, com entrevistas com personagens, especialistas no assunto e uma passagem – gravação feita pelo repórter com informações utilizadas no meio da matéria. Por último, o *videocast* produzido por Alana Gazoli e Natuza Corrêa discute o estresse com pessoas nas ruas e especialista, além de tentar interagir com os usuários por meio de imagens do cotidiano de Maringá.

O trabalho realizado pelos estudantes na Agência Megafone é exatamente a proposta dos pesquisadores, de forma geral, o desenvolvimento de uma linguagem característica da Web. Dessa maneira, as potencialidades do meio devem ser levadas em consideração, por isso optou-se pelo aprofundamento do *pod* e *videocasts*, devido à possibilidade de convergência.

Pollyana Ferrari (2007) apresenta cinco elementos presentes nas narrativas digitais: a mídia, a ação, o relacionamento, o contexto e a comunicação. Os recursos informacionais produzidos pelos alunos de jornalismo apresentam três destas características. A mídia é o suporte utilizado no produto, seja por meio de textos, imagens, vídeos, gráficos, entre outros. Esse é um dos aspectos mais evidenciados pela autora, a possibilidade de utilização de qualquer tipo de mídia, além de poder ser utilizado sozinho ou combinado. Percebe-se esta característica nos conteúdos selecionados da Agência, visto que, tem-se a utilização de sonoras, vídeos e textos.

O relacionamento é a interação do usuário com a informação, de acordo com Ferrari (2007, p. 125). “Os elementos de relacionamento são aqueles que são

conscientemente designados na produção da história pela pessoa que desenvolveu o conteúdo para dar ao usuário um certo tipo de conhecimento.” O *videocast* sobre o estresse apresenta esta característica. As produtoras estabeleceram, por meio da textualidade e imagens, a comunicação com o espectador, fazendo-o refletir sobre o assunto. Então, apesar do produto ser linear, possibilita a interação com o conteúdo. No *podcast* também é possível identificar a intenção das alunas ao se propor um diálogo, ou seja, além da conversa entre ambas, convida-se o usuário a debater o tema. Já no *videocast* sobre o estresse, as estudantes Alana e Natuza propõem o diálogo direto com os usuários, utilizando não apenas textos, mas também imagens e sons. Por exemplo, as situações do trânsito maringense e as filas em estabelecimentos.

Já o contexto é a possibilidade de oferecer conteúdo adicional, segundo a autora. “O contexto digital pode ser fornecido por meio de links com textos já publicados sobre o mesmo assunto, textos de outras fontes, ou textos sobre um tópico relacionado, ainda que não específico, da história que esteja sendo lida” (FERRARI, 2007, p. 126). Como um produto laboratorial, a Agência Megafone tem a proposta de oferecer aos alunos a oportunidade de produzir matérias jornalísticas, de diversos formatos. Portanto, os materiais analisados na pesquisa são links de textos produzidos.

4 CONCLUSÃO

Como a sociedade se interessa cada vez mais pelas questões científicas, o jornalista deve se adequar e intermediar as notícias, explorando as potencialidades do meio e produzindo uma matéria clara para a transmissão da informação.

O trabalho realizado pelos estudantes na Agência Megafone é exatamente a proposta dos pesquisadores, de forma geral, o desenvolvimento de uma linguagem característica da Web. Dessa maneira, as potencialidades do meio devem ser levadas em consideração, por isso optou-se pelo aprofundamento do *pod* e *videocasts*, devido à possibilidade de convergência.

Tomando como base o crescente interesse da população nos assuntos científicos, o jornalista tem de assumir o papel de mediador não apenas ao levar informações técnicas ao público leigo, mas saber explorar as características do meio em que divulga a notícia.

Quando se produz material para a Web, a mediação vai adiante. Pesquisadores e jornalistas ainda desenvolvem maneiras de explorar as potencialidades do novo meio. Portanto, as práticas são válidas para melhor transmitir a informação para o público.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João. **A comunicação política na era da internet**. Disponível em: <<http://193.136.64.248/~bocc/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2010.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 11 abr. 2010.

DIZART, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**. São Paulo: Contexto. 2007.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. **O jornalismo online como evento audiovisual**. Disponível em:
<<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/individual57lilianfranca.pdf>>.
Acesso em: 26 abr. 2010.

MOURA, Adelina; CARVALHO, Ana Amélia. **Podcast: potencialidades na educação**. Disponível em:
<http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/5_adelina_moura_e_ana_amelia_carvalho_prisma.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2010.

PALÁCIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2010.

PORTO, Cristiane de Magalhães. **O Jornalismo Científico on-line e sua função política moderadora: estudo no site comciencia**. Disponível em:
<http://www.ftc.br/dialogos/upload/17-04-2007_05-40-44_PM_jor_cientifico.pdf> Acessado em: 4 de fevereiro de 2010.

RIOS, Aline de Oliveira; MACHADO, Ana Caroline; KNOLL, Flaiane Cristine; OLIVEIRA, Márcio de; PORTES, Marlene Valsko; SILVA, Tiago Cruz Ferreira da. **Jornalismo Científico: O compromisso de divulgar ciência à sociedade**. Disponível em:
<<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/viewFile/551/550>>. Acessado em: 4 de fevereiro de 2010.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 51-61.