



COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE: RELATOS DAS EXPERIÊNCIAS DOS ALUNOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA TELEVISIVO “OLHAR AMBIENTAL”

Laiz Eritiemi de Moura Hiraga (IC)¹,
Lucas Balthazar Etruri (IC)²,
Luana Ferreira Pires (IC)³,
Angélica Góis Morales (PQ)⁴,
Cristiane Hengler Corrêa Bernardo (PQ)⁵,
Sérgio Silva Braga Júnior (PQ)⁶,

Palavras Chave: meio ambiente; televisão universitária; comunicação ambiental.

INTRODUÇÃO

As questões ambientais, cada vez mais, são temas recorrentes veiculados pela mídia. No entanto, o interesse dos veículos de comunicação por essa temática ainda é recente. Esse tema, marcado pela Conferência Rio-92, foi bastante explorado pela mídia durante o evento. Contudo, essa temática foi esquecida após essa conferência, como se não tivesse mais problemas ambientais (RAMOS, 1996).

Mesmo assim, a partir da Rio-92, se inicia um esforço contínuo e crescente de adesão por parte da comunidade empresarial (FABRIS, 2008). Embora, possa ser visto como uma *apropriação ideológica* do movimento ecológico, já que era apontado como o seu maior causador (MORETTI, 2010), seu esforço em situar o lado econômico do debate não poderia ser excluído do problema (PRINGLE, THOMPSON, 1999). Nos últimos anos, procurando se adaptar a essas tendências socioambientais, mais empresas estão incorporando ao seu cotidiano e ao planejamento estratégico práticas de sustentabilidade por meio de gestão ambiental e ações sociais junto às comunidades (BARBIERI, 2004).

A mídia se interessa por essas questões, conforme a cobrança da própria sociedade e, segundo Ziggiatti (apud FERNANDES e SOUZA, 2002), a comunicação social, principalmente, por meio dos veículos de comunicação de massa, como no caso da televisão, é um dos principais instrumentos para levar informação aos diversos segmentos da sociedade. Dessa forma, os veículos de comunicação, fundamentalmente, por meio da imprensa, é um dos caminhos para democratizar o conhecimento científico e tecnológico sobre as questões

¹ Acadêmica do Curso de Administração e bolsista de Extensão do Programa Olhar Ambiental. – UNESP. laizhiraga@hotmail.com

² Acadêmico do Curso de Administração e bolsista de Extensão do Programa Olhar Ambiental. – UNESP.

³ Acadêmica do Curso de Administração e bolsista de Extensão do Programa Olhar Ambiental. – UNESP.

⁴ Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento (UFPR). Pesquisadora e docente do Curso de Administração e coordenadora do projeto de extensão Programa Olhar Ambiental. angelica@tupa.unesp.br

⁵ Doutora em Educação. Pesquisadora e docente do Curso de Administração e colaboradora do projeto de extensão Programa Olhar Ambiental. cristiane@tupa.unesp.br

⁶ Doutor em Administração. Pesquisador e docente do Curso de Administração e colaborador do projeto de extensão Programa Olhar Ambiental. sergio@tupa.unesp.br



socioambientais e demonstrar os esforços realizados pelas empresas na busca de uma melhoria na gestão ambiental. Colaborando não somente com o fornecimento de informações, mas, principalmente, fomentando uma discussão e reflexão acerca da temática ambiental, propiciando assim uma incorporação de conceitos e atitudes junto à sociedade.

Nessa direção é que, por meio de um projeto de extensão, foi elaborado o “Programa Olhar Ambiental”, iniciado no ano de 2012, que tem o objetivo de promover a divulgação de trabalhos e projetos com ênfase ambiental. Essa proposta torna-se interessante para a comunidade da cidade de Tupã, Estado de São Paulo e região, já que divulga e fomenta a discussão da questão ambiental da própria região, ao propiciar a difusão de conhecimento na área socioambiental..

Debater as questões ambientais é, nos dias atuais, tema latente nos mais diversos segmentos da sociedade e as tecnologias voltadas para o sistema comunicacional vem contribuindo na disseminação dessas questões. Assim, para essa divulgação, o programa Olhar ambiental utiliza a televisão local (TV UNIVERSITARIA - CANAL 30) para cumprir com o objetivo proposto. Aproximadamente 2500 casas possuem o sistema de TV a cabo, na cidade de Tupã que compõe um total de aproximadamente de 5140 pessoas, que é o público beneficiado, além da comunidade participante ativa no projeto.

Portanto, mediante a organização do Programa televisivo “Olhar Ambiental”, fruto de um projeto de extensão da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Câmpus de Tupã, o presente artigo propõe uma avaliação das experiências vivenciadas pelos alunos que participam ou participaram desse programa que trabalha conceitos de comunicação e meio ambiente.

METODOLOGIA

Esse artigo adotou a pesquisa qualitativa, por meio da narrativa. O uso da pesquisa narrativa no campo educacional tem crescido nos últimos vinte anos pela inclusão de autobiografias, biografias, histórias de vida, relatos orais e depoimentos nos trabalhos acadêmicos (BOLDARINE, 2010). Portanto, a escolha desse método para o desenvolvimento deste artigo é justificada pelo interesse em compreender, por meio dos relatos de experiência, as vivências dos alunos que participam ou participaram do programa Olhar Ambiental.

Para coleta de dados, utilizou-se de questionários estruturados, seguindo um roteiro de perguntas abertas. Considerando o critério de seleção da participação dos alunos no programa, de 8 participantes, 4 responderam os questionários, conforme quadro 1.

Quadro 1 – Perfil dos Sujeitos Entrevistados

Sujeito	Formação	Função	Tempo de atuação
A1	Discente do 4º semestre do curso de Administração (UNESP)	Discente participante do programa Olhar Ambiental	Desde março 2012
A2	Discente do 6º semestre do curso de Administração (UNESP)	Discente participante do programa Olhar Ambiental	Desde agosto 2012
A3	Discente do 4º semestre do curso de Administração (UNESP)	Discente que participou do programa Olhar Ambiental	De março a dezembro 2012
A4	Discente do 4º semestre do curso de	Discente participante do	Desde março 2013



	Administração (UNESP)	programa Olhar Ambiental	
--	-----------------------	--------------------------	--

Outra técnica utilizada foi a pesquisa bibliográfica que, segundo Lakatos e Marconi (2003), propicia o contato do pesquisador com a bibliografia publicada nos meios de comunicação escrito, oral e audiovisual sobre o tema estudado, o que possibilita a interpretação de um tema sob diferente abordagem ou enfoque resultando novas conclusões.

RESULTADOS

Além de beneficiar a comunidade local e regional, percebe-se, por meio do relato dos alunos, que o projeto de extensão, com ênfase em comunicação e meio ambiente, contribui de forma significativa para a formação do acadêmico ao proporcionar o desenvolvimento de habilidades e competências como: produzir textos com coerência, coesão e adequação de linguagem para os meios de comunicação, criar e executar ações planejadas de forma coletiva, exercitar a expressão, a comunicação e a redação, ter iniciativa e criatividade, realizar conexões entre os fatos cotidianos e a estrutura da sociedade, ressaltando o significado socioambiental, desenvolver pensamento estratégico e, interagir com diferentes públicos.

Desde sua criação em 2012, o programa Olhar Ambiental pôde contar com a participação de alguns estudantes do curso de Administração. Alguns deles trabalharam no projeto por um período e desligaram-se, enquanto outros permanecem desde o início, como no caso de A1, que iniciou suas atividades em março de 2012 tendo a chance de participar das fases iniciais.

“Em 2012 me inscrevi para concorrer a Bolsa de Apoio Acadêmico e Extensão I e fui contemplada, no entanto, para recebê-la era necessário participar de algum dos projetos oferecidos pela faculdade, de maneira que fui encaminhada ao Programa Ambiental: difusão de conhecimentos locais e regionais. Por ser um projeto novo, tanto no que diz respeito a implantação quanto no que se refere ao objetivo proposto por ele, tive a oportunidade de participar de todas as etapas que formaram o que hoje é o programa Olhar Ambiental.” (A1)

Outros discentes, como A2, demonstraram interesse em participar por se identificarem com alguma das áreas envolvidas na produção do programa: *“Sempre me interessei por comunicação, e para agregar conhecimento em minha formação universitária encontrei neste projeto de extensão a oportunidade perfeita de aquisição de novos conhecimentos na área.”*

Por meio dos relatos é possível perceber que todos os participantes contribuem ou podem contribuir em todas as etapas de desenvolvimento do programa, desde a construção da pauta até a edição final, o que varia segundo as aptidões de cada integrante.

Nota-se ainda que dentre as habilidades aperfeiçoadas, a comunicação, tanto oral quanto escrita, tem grande destaque nos relatos dos alunos. Como afirmam A1 e A2:

“As reuniões semanais e o desenvolvimento das atividades para a produção do programa, bem como os eventos acadêmicos, municipais e cursos que envolveram o Olhar Ambiental, permitiram que eu, paulatinamente, pudesse desenvolver habilidades como as comunicações oral e escrita, organização, comprometimento, trabalho em equipe e leitura.” (A1)

“O projeto promove a discussão da temática ambiental entre os participantes, pratica de redação a partir da elaboração de roteiros, melhora na comunicação e postura do acadêmico envolvido no projeto.” (A2)



Observa-se que os resultados trazem aspectos positivos, já que os alunos participantes conseguiram desenvolver, principalmente habilidades de comunicação, além de ter desenvolvido também interesse pela pesquisa ambiental. Constata-se tal fato pelo exemplo da aluna A3, que procurou desenvolver pesquisa de iniciação científica direcionada a questões ambientais dentro da Administração.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a crescente discussão do tema ambiental, o Programa Olhar Ambiental, mesmo sendo um projeto de extensão, que visa apresentar e divulgar projetos e documentários na área ambiental desenvolvido na região do município de Tupã no Estado de São Paulo, também está contribuindo significativamente com a formação profissional no Campo da Administração, demonstrando a importância e o impacto do tema na gestão empresarial e pública.

Tal projeto tem possibilitado aos alunos, o desenvolvimento de competências que integram campos de conhecimento interligados, como comunicação e meio ambiente, bem como o de habilidades de redação técnico-científica e comunicação escrita e oral, além da promoção das relações interpessoais, propiciando, inclusive, um importante networking para os integrantes do projeto.

Por fim, considera-se que esse trabalho desenvolvido com os alunos do Curso de Administração apresenta um caráter educativo, social, científico e cultural, na busca constante de integrar o conhecimento oriundo do senso comum ao conhecimento científico por meio da mídia televisiva.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI, J. C. **Gestão socioambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo, 2004.
- BOLDARINE, R. de F. **Representações, narrativas e práticas de leitura: Um estudo com professores de uma escola pública**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista - Marília, 2010. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Educacao/Dissertacoes/boldarine_rf_me_mar.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2013.
- FABRIS, C. Marketing verde nos *sites* das maiores empresas do país: um estudo com fundamento na ‘legitimidade’ e ‘isomorfismo’. *ENCONTRO DE MARKETING*, 3, 2008, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2008.
- FERNANDES, Francisco Assis Martins; SOUZA, C. M.. Mídia e meio ambiente: limites e possibilidades. **Revista de Ciências Humanas**, Taubaté, SP - Brasil, v. 8, n. 2, p. 159-158, 2002.
- LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Fundamentos da metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MORETTI, S. L. A. O marketing e o social em bancos brasileiros: evidências de relações assimétricas entre o discurso e a prática. **Revista Brasileira de Marketing**, v.09, p.117 - 141, 2010.
- PRINGLE, H.; THOMPSON, M. **Brand spirit: how cause related marketing builds brands**. Chichester: Wiley, 1999.
- RAMOS, L.F.A. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 1996.