



O PROGRAMA OLHAR AMBIENTAL NA VISÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Angélica Góis Morales (PQ)¹,

Cristiane Hengler Corrêa Bernardo (PQ)²

Roberto Corrêa Scienza (IC)³

Resumo: Este trabalho objetiva verificar a visão dos estudantes do curso de Administração da UNESP, Câmpus de Tupã por meio da assimilação, recepção e aceitação da identidade visual do programa televisivo Olhar Ambiental, cujo objetivo é a divulgação de iniciativas desenvolvidas na região de Tupã, Estado de São Paulo, na área ambiental, promovendo socialização e discussão dessa temática com o público do município e região, bem como contribuir para a formação do acadêmico de administração diante de atividades que envolvem a redação de roteiros, comunicação oral e escrita, tal como o desenvolvimento de postura profissional. A pesquisa contou com duas etapas, sendo que na primeira utilizou-se a pesquisa-ação como método e na segunda, cujos resultados orientam este artigo, um questionário semiestruturado com objetivo qualitativo. Como principal resultado entende-se que a participação ativa no programa televisivo contribuiu para que os participantes desenvolvessem, por meio do pluralismo nas informações recebidas, uma visão crítica sobre as questões socioambientais, embora ainda se verifique, na análise, uma visão naturalista em menor proporção. Tem-se esse resultado como um indicador de que alguns cursos de formação profissional, como no caso de Administração, precisam trabalhar mais com conceitos ambientais em suas disciplinas.

Palavras Chave: Identidade visual, Olhar Ambiental, Administração.

Abstract: The TV program “Olhar Ambiental” is run by students and faculty from the business administration course at Universidade Estadual Paulista – UNESP, Campus of Tupa. The program promotes socialization, divulges actions regarding environmental issues and promotes discussions with the surrounding population at local and regional level, as well as contributes with education of the participating students regarding writing of screenplays, oral and written communication skills and develops professional attitude. This research aims at verifying the understanding of the program objective from the business administration students’ point of view by analyzing the assimilation, reception and acceptance of its visual identity. In order to achieve this goal this research was designed in two stages, an action research followed by the application of a semi-structured questionnaire for collecting qualitative data. The results indicate that the students have turned more critical about socio environmental issues because of the pluralism of the information divulged by the program, although a naturalistic perception still remains. The results highlight the importance of environmental concepts for any university major, including business administration.

Keywords: Visual Identity, Olhar Ambiental, Administration.

¹ Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento –UFPR, Curitiba-PR. Pesquisadora em Educação Ambiental e docente do Curso de Administração da UNESP, Câmpus de Tupã-SP. angélica@tupa.unesp.br

² Doutora em Educação – UFMS – Mestre em Comunicação Midiática – UNESP e Graduada em Comunicação Social – habilitação em jornalismo pela Puccamp. Docente da disciplina de Comunicação do Curso de Administração da UNESP, Câmpus de Tupã – SP, cristiane@tupa.unesp.br

³ Estudante do curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). Guarapuava-PR. robcorreasc@gmail.com



INTRODUÇÃO

Os temas ambientais precisam abrir novos espaços que possam discutir suas problemáticas de maneira mais crítica e sistêmica, e principalmente, como reforça Boff (1999), que a dimensão ambiental possa exigir uma ética da responsabilidade e do cuidado, nos quais as pessoas possam sentir-se comprometidas e corresponsáveis pelos assuntos e ações ambientais.

Este artigo, parte da criação e, posteriormente, da análise de uma identidade visual para o programa de extensão intitulado “Programa Ambiental: difusão de conhecimentos locais e regionais” da UNESP, Câmpus de Tupã, coordenado pela docente Prof.^a Dr.^a Angélica Góis Morales. Tal projeto, como define Morales (2012), objetiva a divulgação de iniciativas desenvolvidas na região de Tupã, Estado de São Paulo, na área ambiental, promovendo socialização e discussão dessa temática com o público do município e região, bem como contribuir para a formação do acadêmico de administração diante de atividades que envolvem a redação de roteiros, comunicação oral e escrita, tal como o desenvolvimento de postura profissional.

O programa televisivo Olhar Ambiental visa transmitir um conceito menos naturalista, visão ainda bastante presente na sociedade. Para Reigota (2004), há várias definições sobre meio ambiente, o que indica que não tem um consenso sobre esse conceito e, para ele, a noção de meio ambiente é uma representação social. Portanto, meio ambiente para Reigota (2004, p. 14) é

Lugar determinado ou percebido, onde os elementos naturais e sociais estão em relações dinâmicas e em interação. Essas relações implicam processos de criação cultural e tecnológica e processos históricos e sociais de transformação do meio natural e construído.

De acordo com o processo de construção da identidade visual já parcialmente descrito em Bernardo et. al. (2012, p.6) com o nome escolhido “Olhar Ambiental”, definiu-se o conceito que o grupo queria passar como imagem do programa. Com as reflexões e leituras, o grupo escolheu uma frase que traduzia um dos conceitos que se pretendia imprimir ao programa: “todo ponto de vista é a vista de um ponto” (BOFF, 1998, p.9).

Tal frase acordada por todos, vem com a ideia de reforçar o objetivo do programa de não trazer uma verdade única sobre os assuntos ambientais abordados, e, sim, veicular os vários pontos de vista, a fim de gerar uma reflexão e discussão ambiental.

Debater as questões ambientais, nos dias atuais, é tema latente nos mais diversos segmentos da sociedade e as tecnologias voltadas para o sistema comunicacional vêm contribuindo na disseminação dessas questões. Para que essa disseminação fosse potencializada, o programa televisivo de cunho ambiental, gerado a partir do projeto de extensão já citado, em parceria com a TV Universitária, Canal 30, veicula os programas elaborados em horários nobres, sendo rerepresentados diariamente, buscando, dessa forma, cumprir o objetivo proposto.

Ao contrário da TV aberta que se orienta pela audiência, a TV por assinatura busca um público específico e é nesse sentido que as TVs Universitárias estão ocupando um espaço importante. Este espaço representa o *locus* para o experimento, para novos formatos e temas que, geralmente, não encontram espaço na grande mídia. Como afirma Curado (2002), as



notícias veiculadas pela TV devem ter sua origem numa prática reflexiva e continuada. E, é dentro de tal encaminhamento que as apresentações e discussões na área ambiental devem provocar nos telespectadores: a possibilidade de disseminar ações de conscientização e a reflexão sobre essas questões que geram, conseqüentemente, a visão crítica.

Portanto, pode-se notar que os meios de comunicação de massa desempenham um papel extremamente importante na formação da opinião pública. A televisão, fundamentalmente, exerce a função de carro-chefe no que diz respeito à formação de diversos fatores componentes da cultura brasileira. Isso acontece, pois o alcance e a abrangência desse meio são inquestionavelmente populares, desse modo, a TV pode ser um grande apoiador no fomento da educação ambiental. Segundo Diaz (2002, p. 140), os meios de comunicação de massa “aglutinam aspectos específicos de nossa cultura contemporânea, e esta é refletida nos *mass media*⁴”.

Nesse olhar dos meios de comunicação, apesar do debate já ocorrer em espaços específicos, os temas ambientais ainda necessitam abrir novos espaços que possam discutir suas problemáticas de maneira mais crítica e sistêmica. Para tanto, a participação das pessoas para mudar sua realidade socioambiental, é possível, principalmente, pela aquisição de conhecimentos na área, o que leva a uma compreensão socioambiental e capacidade de decisão e atuação (MORALES, 2009).

A disseminação de informações e conhecimentos ambientais necessita de comunicação adequada e, conforme Barretos (1994, p.2) afirma, “a informação, quando adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de informações do indivíduo e traz benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que ele vive”.

Nesse sentido é que a comunicação ganha uma grande importância do ponto de vista da educação ambiental e da veiculação de informações que irão suscitar reflexões e que poderão empreender novos esforços e ações. A divulgação de informações e levantamentos acerca dos problemas ambientais deve ser feita de maneira benéfica à sociedade, uma vez que é por meio da mídia, em especial, pelos meios de comunicação de massa, que o cidadão se inteira de fatos e notícias a respeito de seu ambiente.

Diante do exposto, este trabalho objetiva verificar a visão dos estudantes do curso de Administração da UNESP, Câmpus de Tupã por meio da assimilação, recepção e aceitação da identidade visual do programa televisivo Olhar Ambiental, veiculado desde o ano de 2012 na TV Universitária - Canal 30.

METODOLOGIA

O processo de conceituação da identidade visual do programa televisivo “Olhar Ambiental” foi concebido a partir da metodologia de pesquisa-ação, uma vez que o autor também participou do processo e, também por ser “(...) uma técnica de intervenção social com vista à mudança”. (DIONNE, 2007, p. 67).

A partir desse processo, desenvolveu-se a identidade visual do programa, que após a escolha do conceito, criou-se o nome do programa, dando início à primeira peça visual a ser

⁴ *Mass Media* – mídia de massa

elaborada que foi a logo. Posteriormente, elaborou-se a camiseta que seria usada como instrumento de identificação dos integrantes do programa e em seguida partiu-se para a confecção da vinheta.

Já com cinco edições do programa exibidas entre os anos de 2012 e primeiro semestre de 2013, passou-se para a segunda etapa da pesquisa, na qual foi elaborado e aplicado um questionário estruturado que teve como objetivo aferir e analisar a percepção, assimilação, recepção e aceitação ou não da identidade visual do programa Olhar Ambiental, objeto de estudo desta pesquisa.

O grupo escolhido para a análise foram estudantes do curso de Administração da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Câmpus de Tupã, já que o programa é veiculado também em alguns dos intervalos desse curso, além de que a equipe do programa é composta por alunos desse mesmo curso.

RESULTADOS

A partir da construção da logo, foi possível deixar claro a intenção e o foco do programa, no sentido de levar aos telespectadores informações a partir de vários pontos de vista de especialistas e do próprio público participante. Entende-se que tal fato contribui para que os mesmos possam ter pluralismo nas informações recebidas possibilitando uma visão crítica sobre as questões socioambientais.

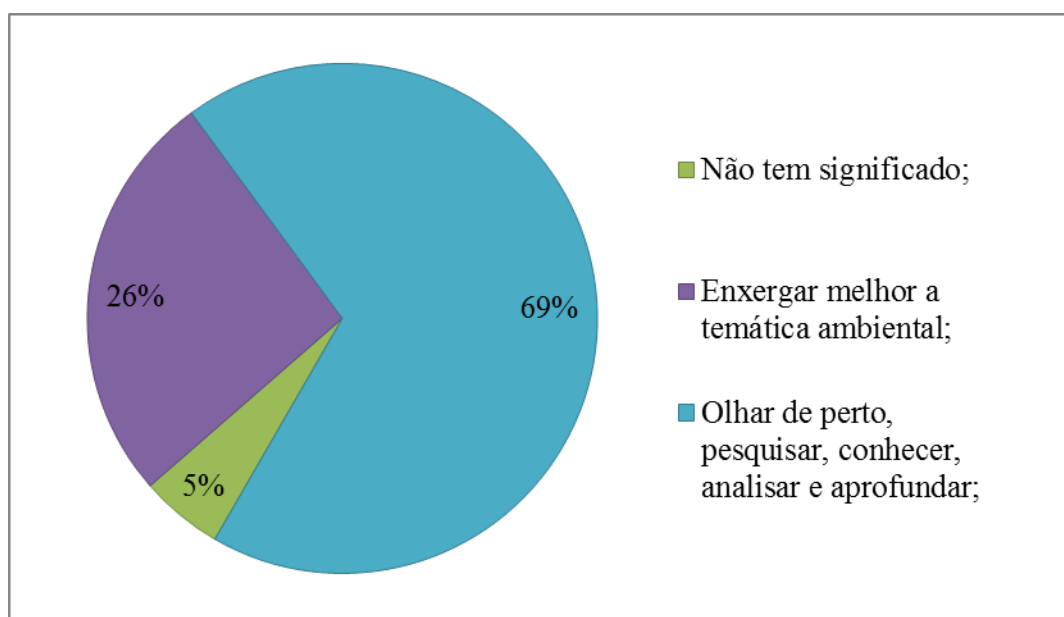


Figura 1: Logo do Programa Olhar Ambiental
Fonte: o autor

A partir da aplicação do questionário disponibilizado para todos os alunos do curso de administração e da coleta dos dados foi possível visualizar a visão dos mesmos, a partir da compreensão, assimilação e aceitação positiva dos receptores quanto à identidade visual do programa. Participaram da pesquisa, como respondentes voluntários, 19 estudantes de administração. Na análise, esses foram nomeados a letra “A”. Para especificá-los ainda mais serão adicionados números ao lado das letras então, por exemplo, lê-se A7 estudante de administração 7 para discussão das respostas abertas.

A primeira pergunta, uma questão de múltipla escolha, apresentava o seguinte enunciado: em sua concepção, a imagem utilizada para integrar a logo do programa ambiental tem qual significado? Os estudantes, de uma maneira geral, fizeram opção por duas alternativas das cinco apresentadas. A alternativa “A” - Olhar de perto, pesquisar, conhecer, analisar e aprofundar; e a alternativa “B” - Enxergar melhor a temática ambiental. As duas alternativas escolhidas, por possuírem uma aproximação maior com a temática e com os conceitos aplicados na identidade visual, são as que mais condizem com a proposta conceitual da logo, confirmando que a recepção foi condizente com os objetivos propostos.

Gráfico 1 – Em sua concepção, a imagem utilizada para integrar a logo do programa ambiental tem qual significado?



OBS.: Apenas as respostas assinaladas foram consideradas no gráfico. As alternativas “D” - visão distorcida; “E” - Nenhuma das alternativas. Estas alternativas não foram marcadas.

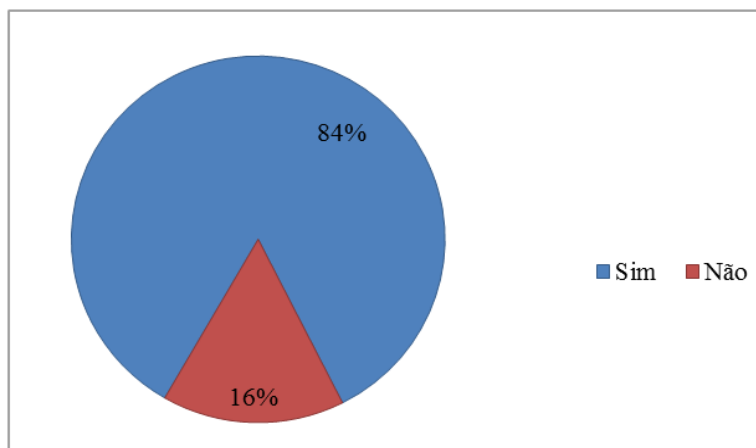
De acordo com gráfico 1, 13 dos 19 estudantes do curso de Administração optaram pela alternativa “C” – Olhar de perto, pesquisar, conhecer, analisar e aprofundar. Essa era a alternativa mais condizente com a proposta visada pelo grupo e com o conceito desenvolvido para a logo, o que mostra que os conceitos trazidos pelo grupo foram bem assimilados através da logo.

Outra questão realizada foi: O objetivo de uma logo é representar uma organização ou marca e fixá-la na mente daqueles que a visualizaram. Para você, a construção estética da logo do Programa Olhar Ambiental alcançou seu objetivo? O resultado foi bastante expressivo, obtendo um percentual de 86% que responderam que sim.

Diante do sim ou não, na mesma questão, solicitou uma justificativa o que trouxe significados e complementações da resposta anterior. Conforme a fala do estudante A13: “*Sim. Porque foi bem construído e a mensagem que deseja passar está nítida*”. Foi percebido que a construção estética fixou-se na mente dos estudantes, pois está condizente com o propósito do programa, assim como sua comunicação é adequada. Já, as justificativas para as respostas negativas, foram: “*Porque não chama muito atenção e achei que ficou bem simplória*” (A10). O A5 respondeu: “*Pois a Lupa chama mais a atenção do que o nome*

"*Olhar ambiental*"". Observa-se, que a questão respondida como não, foi em minoria e, que as respostas, são mais de caráter opinativo.

Gráfico 2 - O objetivo de uma logo é representar uma organização ou marca e fixá-la na mente daqueles que a visualizaram. Para você, a construção estética da logo do Programa Olhar Ambiental alcançou seu objetivo?



A questão seguinte tinha duas partes. A primeira parte sendo também uma questão dicotômica, de sim ou não. O enunciado era: Em sua opinião, a logo está articulada com a proposta do programa Olhar Ambiental? Todos os estudantes responderam que sim. Isso mostrou que a logo está totalmente condizente com a proposta do programa.

A segunda parte da quarta questão tinha como objetivo a justificativa da primeira parte. O A6 respondeu: “*Acredito que o logo do Programa Olhar ambiental atingiu seu objetivo, até pela questão da lupa ser o desenho principal, pois o programa tem como proposta analisar todos os pontos de vista de uma maneira diferente e analisa-los detalhadamente*”. O A19 respondeu: “*O objetivo do olhar ambiental é pesquisar, se aprofundar e conhecer mais de perto tudo que envolva a temática ambiental e social, a lupa é uma forma de simbolizar essa aproximação*”.

É possível perceber que as respostas são bastante embasadas nos conceitos trazidos pelo programa. Fazendo esta conexão entre logo e conceito e elencando valores e objetivos propostos pelo programa, os entrevistados obtiveram uma gama de argumentos que puderam justificar as suas respostas. A imagem da lupa, principalmente, estabelece essa harmonia de significados, trazendo consigo os ideais da pesquisa, do olhar de perto e da análise nas respostas dos voluntários. “*Nasceu assim a lupa, traduzindo a concepção do olhar de perto e, principalmente, para o olhar de vários pontos de vista para a problemática ambiental e a visão do ser humano ao dar atenção a essas questões*”. (BERNARDO et al, 2012, p.6).

Em relação à vinheta do programa, na elaboração desse produto audiovisual, teve a intenção de representar a visão que a lupa proporciona, englobando o planeta e suas relações interdependentes dentro das dimensões global e local, sob a análise e o enfoque de vários pontos de vista, a fim de aprofundar mais a temática ambiental. Com esse enfoque, foi

produzida a vinheta, por meio da utilização do software *Adobe Flash*, da marca *Adobe*, que trabalha com telas de imagens para que se possa criar uma animação em *flash*⁵.

Para tal animação, como descreve Bernardo et. al. (2012) foram escolhidas figuras que ilustrassem alguns dos atores que iriam figurar nas pautas do programa ambiental. Dessa forma, como representantes da fauna foram escolhidas as figuras de uma onça e de uma girafa. Vale ressaltar que, apesar da girafa não ser um animal da fauna da região da Alta Paulista, região de cobertura do programa, e nem mesmo da fauna brasileira, sua iconografia é de fácil de identificação e rápida assimilação como um representante do reino animal e, pelo programa buscar a relação global-local, essa figura contribui com essa abrangência.

O globo representa a preocupação com o planeta e faz a mesma correlação pretendida na logo entre o global e o local. Em seguida surgem as árvores crescendo que representam a flora e, por fim, surge a logo que fecha a vinheta como uma assinatura da identidade acompanhada pela logo da Unesp que reforça essa propriedade. Todas as figuras apresentadas surgem em uma animação que representa a ilustração de um caminho em movimento que pode significar tanto a água como o solo. Esse caminho refere-se ao trajeto para onde se está caminhando até chegar à lupa que, como já mencionado, pretende traduzir o olhar de perto (Figura 2).



Figura 1: imagens da vinheta utilizada na abertura do Programa Olhar Ambiental

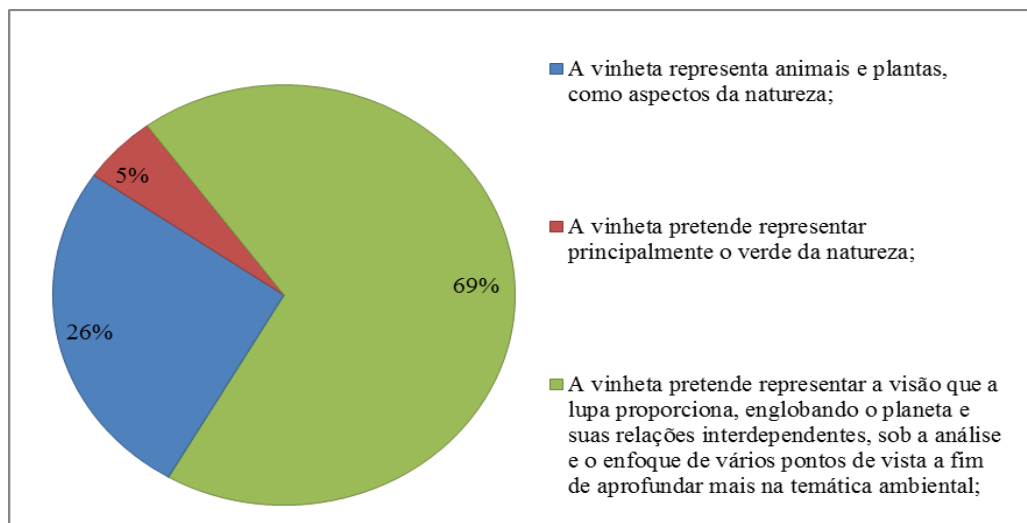
Fonte: O autor

A questão sobre a vinheta era de múltipla escolha e tinha como enunciado: Em sua opinião, qual é a ideia da vinheta? E a grande maioria, selecionou a alternativa “C”: *A vinheta pretende representar a visão que a lupa proporciona, englobando o planeta e suas relações interdependentes, sob a análise e o enfoque de vários pontos de vista a fim de aprofundar mais na temática ambiental.* Esta era a alternativa mais adequada com a proposta da vinheta, de acordo com a ideia do grupo que concebeu o programa.

Observa-se que os estudantes de Administração tiveram uma assimilação adequada com a proposta que o grupo do Olhar Ambiental visa proporcionar. 13 de 19 pessoas marcaram a opção “C” – A vinheta pretende representar a visão que a lupa proporciona, englobando o planeta e suas relações interdependentes, sob a análise e o enfoque de vários pontos de vista a fim de aprofundar mais na temática ambiental, conforme visualizado no gráfico 3.

⁵ Animações em *flash* são animações interativas que funcionam através de um navegador de web. Arquivos em flash normalmente levam a extensão “.swf”.

Gráfico 3 - Em sua opinião, qual é a ideia da vinheta?



Obs.: Apenas as respostas assinaladas foram consideradas no gráfico. As alternativas “D” - A Terra vira a lupa e dá o sentido planetário e naturalista, sem considerar suas relações; “E” - Não sei. Estas alternativas não foram marcadas.

No entanto, 26% dos entrevistados optaram pela alternativa “A” – A vinheta representa animais e plantas, como aspectos da natureza. Isso evidencia a, ainda presente, visão naturalista que grande parte da população tem, com a tendência de associar o meio ambiente apenas com animais, plantas e não o meio ambiente todas as suas relações e possíveis enfoques e espaços.

Frente aos dados, nota-se que a identidade visual construída, corrobora para a compreensão e apreensão do conteúdo divulgado, assim como para a ideia de um programa pluralista que pretende contribuir para que a problemática ambiental seja discutida na região com maior profundidade.

Os resultados permitiram que se obtivesse mais do que apenas análise dos aspectos estéticos, mas também conceituais, teóricos, de assimilação e aceitação. O entrevistado pode explorar os diversos pontos de vista que ele mesmo pode criar a partir de suas ideias da identidade visual e, mesmo assim, suas ideias ficaram sempre remetidas aos conceitos elencados pelo programa.

O estudante de administração, por ter conhecimento e envolvimento com o programa, demonstrou uma percepção mais atenta aos conceitos do próprio programa que propriamente da identidade visual. Por não ter em seu currículo teorias que estudam os conceitos empreendidos nas peças em análise, fez uso do senso comum e da percepção intuitiva enquanto telespectador comum e não especialista.

Ressalta-se, ainda, que a análise qualitativa permitiu aferir que a figura da lupa auxilia a identidade e atrela valores como a pesquisa e o conhecimento, reforçando, desta forma, o conceito do programa, juntamente com a vinheta.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a identidade visual do programa televisivo, avaliada por meio da recepção às peças - logo e vinheta - está articulada com a proposta conceitual que o próprio grupo de integrantes do projeto de extensão tinha para com “Olhar Ambiental”. Considera-se também que os conceitos de comunicação integrados aos de meio ambiente possibilitaram uma melhor elaboração da identidade visual.

E ainda, avalia-se que mesmo tendo uma boa recepção e assimilação da identidade visual do programa, é possível, verificar na análise uma visão naturalista, pois tiveram participantes que no questionário assinalaram alternativas que tendenciam uma representação do ambiente por animais e plantas, como aspectos da natureza, sem a interação do ser humano. Tal visão é fruto de uma abordagem romantizada do ambiente, marcada por uma tendência preservacionista, no entanto, esse dado também serve como um indicador de que esses cursos de formação profissional, no caso de Administração, precisam trabalhar mais com conceitos ambientais em suas disciplinas, a fim de instigar discussões críticas acerca dessa concepção.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, Aldo. A Questão da Informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, Fundação Seade, v 8, n 4, 1994.
- BERNARDO, C.H.C.; MORALES, A. G. ; SCIENZA, R. C. ; ROSA, R. G. . Programa televisivo ambiental: uma identidade visual em construção. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: INTERCOM, 2012. p.1-11.
- BOFF, L. **Saber cuidar: ética do humano e compaixão pela Terra**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- CURADO, O. **A notícia na TV: o dia-a-dia quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- DIAZ, Alberto Pardo. **Educação Ambiental como projeto**. São Paulo: Artmed, 2002.
- DIONNE, Hugues. **A Pesquisa Ação para o Desenvolvimento local**. Trad. Michael Thiollent. Brasília: Liber, 2007.
- MORALES, Angélica Góis. **Programa Ambiental: difusão de conhecimentos locais e regionais**. Projeto de extensão. Unesp - Câmpus Experimental de Tupã, 2012.
- REIGOTA, Marcos. **Meio ambiente e representação social**. São Paulo: Cortez, 2004.