

Audiovisual como estratégia de divulgação de uma horta escolar na pandemia

Autora: Ana Julia da Paixão Salim
Orientadores: Luciana F. Espíndola Cabral (CEFET-RJ) e Luiz Augusto Coimbra de Rezende Filho (UFRJ)

CEFET-RJ campus Maria da Graça
R. Miguel Ângelo, 96 - Maria da Graça, Rio de Janeiro - RJ, 20785-220
ana.julia.salim.04@gmail.com

INTRODUÇÃO

As hortas escolares auxiliam no processo de ensino-aprendizagem e contribuindo para a promoção da saúde na escola. O CEFET-RJ possui uma Horta Escolar cadastrada como projeto de extensão desde 2016.

Atentos a manutenção do projeto no contexto pandêmico, os seus membros investiram em sua midiáticação, e entre outros tipos de postagens, produziram vídeos de divulgação científica.

Visando contribuir para a melhor compreensão da estratégia de produção de vídeos na escola, esta pesquisa tem como **objetivos identificar as estratégias de endereçamento e os significados preferenciais estabelecidos pelos alunos/produtores de seis vídeos no âmbito de uma horta escolar midiaticada.**

O endereçamento é um conceito da teoria do cinema. Os produtores de vídeos visam e imaginam um determinado público. O modo de endereçamento é um processo que parece “convocar” o espectador a uma posição a partir da qual ele deve “ler o filme” (Ellsworth, 2001). Já o **significado preferencial é aquele que o produtor de uma mensagem quer comunicar**, a forma como deseja ser compreendido (Hall, 2013).

MATERIAIS E MÉTODOS

Etapas 1:

Foi realizada uma **oficina de formação sobre produção audiovisual** com ênfase no conceito de endereçamento e da produção de roteiros para a construção de vídeos educativos. Foi solicitado o **endereçamento** desses vídeos aos seguidores do perfil @hortacefet que é o perfil do projeto Horta Escolar no *Instagram*.

Etapas 2:

Após a execução dos vídeos e postagem dos mesmos, foi realizada uma **pesquisa qualitativa e empírica**. A **análise fílmica** foi feita de acordo com Vanoye e Goliot-Lété (2016).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram produzidos 6 vídeos conforme exibimos na tabela a seguir (Tabela 1) e na Figura 1:

Tabela 1- Vídeos produzidos entre dezembro de 2020 e abril de 2021.

Formato	Código dos vídeos	Título dos vídeos	Formato da publicação	Tempo de duração
IGTV	A	Os benefícios do orégano	IGTV	2:40
IGTV	B	PANC e hortas escolares	IGTV	4:31
IGTV	C	Tomate	IGTV	3:00
Reels	D	Farofa de folhas e talos	Reels	30 segundos
Reels	E	Sal de ervas	Reels	30 segundos
Reels	F	Refogado de folha de abóbora	Reels	23 segundos

Figura 1: Capas dos vídeos analisados

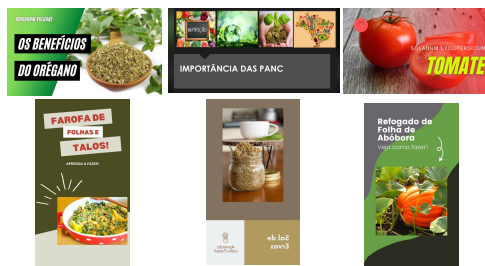


Tabela 2- Recursos utilizados.

Vídeos	Recursos			
	Música	Locução	Legenda/Texto	Desenho/Foto
A	X		X	X
B	X	X	X	X
C		X	X	X
D	X		X	X
E	X		X	X
F	X		X	X

Os recursos apresentados na tabela 2 são utilizados de pelos estudantes forma espontânea com o **objetivo de estabelecer uma comunicação com seus espectadores**, de endereçar tais vídeos a uma audiência previamente imaginada. Esse uso pressupõe que essa audiência se interessa pelo uso combinado desses recursos.

•Os alunos produtores resolveram utilizar o *Reels*, após a produção dos três vídeos em formato IGTV expostos na tabela 1. Pressupomos que os produtores imaginaram que a produção dos *Reels* poderia ser usada como uma **estratégia para conseguir engajar o público** de uma forma mais descontraída, ao estilo *TikTok*, usando áudio, efeitos, dublagens e vários *takes* em sequência.
 •Em todos os vídeos podemos observar a preocupação dos produtores em **validar as informações** por meio do uso da imagem e do prestígio do CEFET-RJ e da UFRJ.
 •O processo de recapitular as informações anteriormente faladas no vídeo C, mostra o **desejo de didatizar o conteúdo** da obra.
 •A escolha da exibição de receitas indica um **endereçamento específico a quem cozinha ou se interessa por assistir programas de receitas**.

•Considerando que vivemos em uma sociedade patriarcal, na qual é muito comum que as mulheres cozinham, podemos compreender que a audiência predominantemente feminina desse perfil pode favorecer o apreço por esse tipo de postagem.

A análise dos seis vídeos nos levou a **identificação dos significados preferenciais expostos a seguir na Tabela 3**.

Tabela 3 – O significado preferencial dos vídeos

Vídeos	Significado Preferencial
A	O orégano faz bem para saúde, logo sugerimos o seu consumo.
B	Plantas alimentícias não convencionais são importantes e as pessoas não dão o devido valor.
C	Coma o tomate, pois ele faz bem à saúde e pode ser plantado em casa.
D	Você pode utilizar as folhas e talos que antes jogava fora para fazer uma deliciosa farofa.
E	Você pode substituir um sal comum por um sal temperado feito por você.
F	Você pode utilizar as folhas de abóbora que antes jogava fora para fazer um delicioso refogado.

Fonte: Os autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que o uso de narração, fotos, desenhos músicas, entre outros recursos, foi uma tentativa de melhor interagir com os hábitos culturais da audiência pressuposta.

Por fim, salientamos a importância das mensagens existentes em cada um dos vídeos analisados, ressaltando a importância da promoção da saúde por meio da educação alimentar e nutricional.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos alunos produtores de vídeos do Projeto Horta Escolar por disponibilizarem o material e ao CNPq pela concessão da bolsa PIBIC da aluna pesquisadora.

REFERÊNCIAS

- ELLSWORTH, Elizabeth. **Modos de endereçamento**: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, T. T. (Org.). *Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p.7-76.
- HALL, Stuart. **Codificação/Decodificação**. In: _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. SOVIK, L. (Org.). Tradução: Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2013.
- VANOYE, Francis.; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas: Papius, 2016.

