

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

Rodrigo Moizéis da Silva e Vinicius Dias Silva

Título: Plano de Comunicação PELD BISC

Florianópolis

2022

Rodrigo Moizéis da Silva e Vinicius Dias Silva

Plano de Comunicação PELD-BISC

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Disciplina JOR 6802 - Trabalho de Conclusão de Curso, professor Fernando Crocomo

Orientador: Prof. Tattiana Gonçalves Teixeira

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra

Plano de Comunicação - PELD BISC / Rodrigo da Silva, Vinicius Silva ; orientadora, Tattiana Gonçalves Teixeira, 2022.

46 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Assessoria de Imprensa. 3. Organização Comunicacional. 4. Redes Sociais.

I da Silva, Rodrigo. II Silva, Vinicius. III. Gonçalves Teixeira, Tattiana . IV. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Jornalismo. V. Plano de Comunicação - PELD BISC

Rodrigo Moizéis da Silva e Vinicius Dias Silva

Plano de Comunicação PELD-BISC

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “...” e aprovado em sua forma final pelo Curso ...

Florianópolis, 18 de Março de 2022

Prof. Samuel Pantoja Lima.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.(a) Orientador(a) Tattiana Gonçalves Teixeira
Instituição UFSC

Prof.(a) Daiane Bertasso
Avaliador(a)
Instituição UFSC

Caetano Machado
Avaliador(a)
Jornalista
Agecom/UFSC

Este trabalho é dedicado aos meus colegas de classe, professores e aos meus queridos pais.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer aos nossos pais pelo apoio e incentivo durante todo o período da nossa graduação, especialmente durante a elaboração deste TCC, compreendendo as dificuldades que envolvem a execução desse trabalho. Também queremos destacar a importância dos nossos amigos e familiares ao longo do curso, nos dando força e motivação, além de agradecer nossos colegas de curso que nos acompanharam nos últimos anos, dividindo momentos, dificuldades e troca de experiências que ficarão para sempre em nossa memória. Aos nossos professores e especialmente a nossa orientadora Tattiana Teixeira, pelos ensinamentos que nos permitiram concluir este trabalho e conseqüentemente nossa graduação.

RESUMO

O objetivo do nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é criar um plano de comunicação para o projeto de pesquisa de longa duração intitulado “Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Biodiversidade de Santa Catarina (PELD BISC): investigando a ecologia histórica e os efeitos de manejo para restauração e conservação da Mata Atlântica do Sul do Brasil”, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), . Através da elaboração de um diagnóstico da situação atual da comunicação do projeto, desenvolvemos estratégias de comunicação - desde assessoria de imprensa a gestão de redes sociais -, sempre com foco na comunicação pública da ciência. Além de executar as estratégias no período de desenvolvimento do nosso TCC, também pretendemos deixar consolidado um planejamento de redes sociais que possa ser seguido pelos integrantes do PELD BISC mesmo após a conclusão do nosso trabalho acadêmico em março de 2022. Durante o TCC, identificamos quais as melhores estratégias para divulgar os trabalhos de pesquisa executados pelo programa nos dois módulos em que ele atua: o Parque Nacional de São Joaquim (PNSJ), que abrange as cidades de Bom Jardim da Serra, Grão-Pará, Lauro Müller, Orleans e Urubici, e o Parque Estadual da Serra Furada (PAESF), localizado entre Orleans e Grão-Pará. Entre as possibilidades, está a atuação em atividades relacionadas à assessoria de imprensa, abrangendo desde veículos nacionais até os regionais das localidades onde os parques estão inseridos, sempre com foco na divulgação científica. Nas redes sociais, queremos aumentar o engajamento das publicações do Programa, de forma que as pesquisas realizadas pelo PELD cheguem ao público alvo desejado.

Palavras-chave: Plano de Comunicação 1. Assessoria 2. Redes Sociais 3. Divulgação Científica 4.

LISTA DE FIGURAS

Figura A – Print Screen da Bio do PELD BISC retirado em 18 de setembro de 2021	19
Figura B – Publicação sobre uma pesquisa de mestrado sobre a influência da altitude no tamanho de uma perereca	20
Figura C – Publicação sobre uma pesquisa de doutorado sobre a interação entre ectoparasitas e anfíbios em um dos parques compreendidos pelo PELD BISC	21
Figura D – Bio no Instagram do PELD ILOC	22
Figura E - Publicações no Feed do PELD ILOC	23
Figura F - Pastas no Google Drive contendo arquivos para organização interna	28
Figura G - Capa dos arquivos no Canva contendo os modelos de postagens no Instagram	29
Figura H - Primeira edição da Newsletter “PELD NA MÍDIA”	30
Figura I - Imagem da apresentação do conceito do logotipo do PELD BISC	31
Figura J - Print do perfil do Instagram do PELD BISC retirado em 5 de março de 2022	33
Figura K - Print Screen de 25 de fevereiro com o Feed do perfil do Instagram do PELD	34
Figura L - Cronograma de publicação do Instagram do PELD BISC	35
Figura M - Publicação com uma foto da Pedra Furada, no Parna São Joaquim	35
Figura N - Publicação sobre uma pesquisa referente aos efeitos do fogo na gestão dos campos de Mata Atlântica	36
Figura O - Página 32 da edição de 6 fevereiro da Revista NSC	39

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista com laboratórios responsáveis por áreas específicas de pesquisa do PELD BISC	20
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Clipagens de notícias sobre o PELD BISC	23
Tabela 2 - Cronograma de execução das estratégias do Plano	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Agecom - Agência de Comunicação da UFSC

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

LEIMAC - Laboratório de Ecologia de Invasões Biológicas, Manejo e Conservação

LBMCF - Laboratório de Biologia Molecular e Computacional de Fungos

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações

NSC - Nossa Santa Catarina

PELD BISC - Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Biodiversidade de Santa Catarina

PELD ILOC - Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Ilhas Oceânicas

PAESF - Parque Estadual da Serra Furada

PNSJ - Parque Nacional de São Joaquim

UCs - unidades de conservação

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	OBJETIVOS	15
1.1.1	OBJETIVO GERAL	16
1.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
2	DESENVOLVIMENTO	18
2.1	EXPOSIÇÃO DO TEMA OU MATÉRIA	18
2..2	DIAGNÓSTICO DE MATERIAL NA IMPRENSA	23
2.3	DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO	24
3	PÚBLICOS	26
4	ESTRATÉGIAS GERAIS	26
4.1	COMUNICAÇÃO INTERNA	27
4.2	MANUAL DA MARCA	31
4.3	REDES SOCIAIS	32
4.4	ASSESSORIA DE IMPRENSA	38
5	AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS	40
6	CONCLUSÃO	41
	REFERÊNCIAS	43
	ANEXO A – Declaração de Autoria e Originalidade	44
	ANEXO B – Ficha de TCC	45

1. INTRODUÇÃO

Nosso objetivo foi o estabelecimento de um plano de comunicação para o Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Biodiversidade de Santa Catarina (PELD BISC)”. O projeto de pesquisa de longa duração, coordenado por pesquisadores da Universidade Santa Catarina (UFSC), investiga a ecologia histórica e os efeitos de manejo para restauração e conservação da Mata Atlântica do Sul do Brasil. Através da elaboração de um diagnóstico da situação atual da comunicação do projeto, desenvolvemos estratégias de assessoria de imprensa como também de redes sociais, sempre com foco na comunicação pública da ciência.

Além do planejamento das estratégias no período de desenvolvimento do nosso TCC, também consolidamos uma lógica de redes sociais que possa ser seguida pelos integrantes do PELD BISC mesmo após a conclusão do nosso trabalho acadêmico em março de 2022. Durante o desenvolvimento, identificamos quais as melhores estratégias para divulgar os trabalhos de pesquisa executados pelo programa.

Criado em 2013, o PELD BISC realiza estudos ecológicos que abrangem uma área de 50 mil hectares, onde há duas unidades de conservação (UCs) de proteção integral de Santa Catarina: o Parque Nacional de São Joaquim (PNSJ) e o Parque Estadual da Serra Furada (PAESF).

Sob coordenação do professor Selvino Neckel de Oliveira, o Programa busca, a médio e longo prazo, associar as respostas ecológicas e o grau de vulnerabilidade da biodiversidade local aos efeitos das mudanças na paisagem, e compreender as relações que estabelecem. Desenvolver estudos sobre o funcionamento ecossistêmico

(produtividade e ciclagem dos nutrientes), processos mantenedores (fogo e gado), interações ecológicas e ações que impactam a biodiversidade regional, como a invasão de espécies exóticas são alguns dos intuitos do PELD.

Desde 2020, conta com financiamento obtido através de edital do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI).

Seu sítio de pesquisa está estabelecido em uma área de mais de 50 mil hectares que abrange duas unidades de conservação (UCs) de proteção integral de Santa Catarina: o Parque Nacional de São Joaquim (PNSJ) e o Parque Estadual da Serra Furada (PAESF). Em conjunto, as duas UCs representam uma variação no gradiente ambiental e ecológico devido, principalmente, a diferenças na altitude em relação ao nível do mar, ao histórico de uso da terra e a diversidade de ecossistemas da região. O PNSJ abrange os municípios de Bom Jardim da Serra, Grão-Pará, Lauro Müller, Orleans e Urubici, enquanto o PAESF tem sua área situada entre as cidades de Grão-Pará e Orleans.

O objetivo principal do PELD consiste em entender como as mudanças no uso da terra e outros fatores relacionados às mudanças ambientais, tais como eventos climáticos extremos (secas prolongadas, frio ou calor extremos) e invasão por espécies exóticas influenciam a estrutura dos ecossistemas terrestres e aquáticos e seus serviços ecossistêmicos nessas duas UCs.

Para isso, há uma estrutura interna de pesquisa que se divide em grupos responsáveis por cada área de estudo:

Laboratórios
Laboratório de Anfíbios
Laboratório de Biodiversidade Aquática
Laboratório de Biologia Animal
Laboratório de Biologia de Formigas
Laboratório de Biologia Molecular e Computacional de Fungos (LBMCF)
Laboratório de Diversidade de Insetos Aquáticos

Laboratório de Diversidade e Conservação
Laboratório de Ecologia de Anfíbios e Répteis
Laboratório de Ecologia de Invasões Biológicas, Manejo e Conservação (LEIMAC)
Laboratório de Ecologia Humana e Etnobotânica
Laboratório de Mamíferos Aquáticos
Laboratório de Micologia
Laboratório Multiusuários de Estudos em Agronomia
Laboratório de Ornitologia e Bioacústica Catarinense
Laboratório de Química e Fertilidade do Solo
Laboratório de Sistemática de Ácaros
Laboratório de Zoologia
"Núcleo de Pesquisa em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados"

Quadro 1 - Lista com laboratórios responsáveis por áreas específicas de pesquisa do PELD BISC.

As pesquisas desenvolvidas por esses grupos foram essenciais para o nosso trabalho, já que a partir delas e do rico conteúdo encontrado, estabelecemos a execução das estratégias dos posts no Instagram e assessoria de imprensa. Para obtermos as informações, entramos em contato com os pesquisadores, como no caso dos bolsistas PIBIC UFSC/PELD BISC, Edilene Souza e Kelmer Cunha, que nos auxiliaram na produção da matéria sobre espécies de fungos ameaçadas de extinção (veja mais detalhes ao longo do plano), e também contamos com a ajuda da Sophia Kusterko, bolsista do Programa, que fez o trabalho de interlocução nesses casos.

1.1 OBJETIVOS

O objetivo do nosso trabalho era realizar uma divulgação científica bem estruturada, capaz de mostrar o trabalho desenvolvido pelo PELD BISC, dando ênfase para as redes sociais, assessoria de imprensa e comunicação interna. Além disso, também pretendemos

inspirar outros projetos a fazer uma divulgação de qualidade Vale lembrar que o PELD BISC integra uma rede de PELDs de todo o país e o nosso plano de comunicação pode servir, inclusive, de base para o desenvolvimento da comunicação dos demais, sendo que a maioria não conta com equipe de comunicação na sua estrutura.

Sendo assim, nosso plano objetiva dar visibilidade à biodiversidade da Mata Atlântica, sobretudo sobre a área do sítio de pesquisa do PELD BISC, como fonte de conhecimento para a sociedade, mostrando a associação entre as respostas ecológicas e o grau de vulnerabilidade da biodiversidade local aos efeitos das mudanças na paisagem, compreendendo as relações estabelecidas.

Para isso, o Programa desenvolve a curto, médio e longo prazo estudos sobre o funcionamento ecossistêmico (produtividade e ciclagem dos nutrientes), processos mantenedores (fogo e gado), interações ecológicas e ações que impactam a biodiversidade regional, como a invasão de espécies exóticas são alguns dos intuitos do PELD. Nosso Plano pretende, assim, levar ao conhecimento público os resultados destes estudos e seus impactos, dialogando com a sociedade.

1.1.1 Objetivo Geral

Por meio do nosso trabalho, buscamos tornar o PELD BISC um projeto conhecido dentro e fora da Universidade Federal de Santa Catarina e transformá-lo numa referência de pesquisa científica em Santa Catarina a longo prazo. As organizações, como partes integrantes da sociedade, são diretamente afetadas por todas essas novas mudanças e, conseqüentemente, a sua comunicação assume novas formas de atuação. Deixa de ter uma função apenas técnica e instrumental para ser estratégica. As ações de comunicação precisam ser muito mais bem pensadas estrategicamente e planejadas com base em pesquisas científicas e análise de cenários. (KUNSCH, 2006, p.6)

Para isso, deixaremos um legado de comunicação mesmo após a conclusão do nosso TCC para que a divulgação científica alcance patamares cada vez mais altos, dada a sua importância.

1.1.2 Objetivos Específicos

Curto prazo:

- Comunicação interna: Estabelecimento de canais de comunicação rápidos e fluidos entre os pesquisadores do PELD BISC e os membros da equipe de comunicação; produção e envio da Newsletter "PELD NA MÍDIA".
- Redes sociais: Manutenção de uma frequência de publicações com pelo menos duas postagens por semana; aplicação da identidade criada no manual da marca conforme especificações descritas neste plano.
- Assessoria de imprensa: Envio regular de releases e sugestões de pautas para veículos de imprensa; clipagem dos conteúdos enviados para a imprensa pela equipe de comunicação do PELD BISC; clipagem de conteúdos sobre temas afins (ecologia e biodiversidade) que possam render pautas específicas envolvendo a equipe e os estudos do PELD BISC.

Médio prazo:

- Comunicação interna: Fortalecimento de vínculos entre pesquisadores e equipe de comunicação do PELD BISC com o objetivo de ampliar os conteúdos produzidos regularmente.
- Redes sociais: Ampliação da frequência de publicações para, pelo menos, três vezes na semana; exploração de novos estilos de postagens como vídeos horizontais e *reels* conforme manual da marca.
- Assessoria de imprensa: Exploração de novas opções para veiculação dos conteúdos produzidos pelo PELD BISC, como emissoras de televisão e veículos de alcance nacional.

Longo prazo:

- Comunicação interna: Criação de produtos como canetas, camisetas, bonés e outros itens conforme o manual da marca, fortalecendo a identidade PELD.
- Redes sociais: Crescimento no número de seguidores do PELD BISC no Instagram; Consulta da viabilidade de criação de outras redes sociais para o PELD BISC, como LinkedIn ou TikTok.

- Assessoria de imprensa: Estabelecimento do PELD BISC como fonte de referência em Santa Catarina para assuntos relacionados à Mata Atlântica e biodiversidade.

2 DESENVOLVIMENTO

Criar este plano foi um processo complexo por excelência, que demandou certo nível de observação e análise, para elaborar as técnicas e tomar decisões minuciosamente traçadas, tendo em vista os objetivos e desejos da instituição (KUNSCH, 2003). Portanto, com o conhecimento prévio adquirido do projeto e nossos objetivos muito bem traçados, o primeiro passo para elaboração do Plano de Comunicação do PELD BISC foi realizar um diagnóstico do estágio atual comunicação do projeto.

Esse diagnóstico foi elaborado após uma série de conversas com o coordenador do Programa, Selvino Neckel de Oliveira, e com outros pesquisadores do PELD BISC, com o intuito de entender o projeto como um todo: o que é, o que faz, quais eram os objetivos e o que se queria em termos de comunicação. Além disso, fizemos uma análise das redes sociais do PELD BISC, no caso, apenas o Instagram, e por meio de uma clipagem com as matérias que saíram na imprensa em um período pré-estabelecido, além da compreensão da atual situação da comunicação interna do projeto.

Nesse contexto, o diagnóstico se fez importante já que serve não somente para identificar potencialidades, mas também limitações da organização (LUPETTI, 2007), permitindo que pudéssemos traçar o plano de comunicação da melhor maneira possível e seguindo os princípios da divulgação científica.

Após todo o estudo sobre tudo que envolvia o PELD BISC, começamos a traçar os próximos passos, como a construção do manual da marca e a execução de estratégias de redes sociais e assessoria de imprensa.

2.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA OU MATÉRIA

A única rede social que o PELD BISC possui é o Instagram. O perfil na rede social foi criado em maio de 2020 e não possuía profissionais de comunicação à frente de sua administração, com suas publicações e conteúdos sendo elaborados pelos próprios pesquisadores do PELD, com um incipiente planejamento. No início do diagnóstico, o perfil do projeto acumulava 45

publicações e reunia 568 seguidores.



Figura A – *Print Screen* da Bio do PELD BISC
retirado em 18 de setembro de 2021

A Bio do Instagram apresentava as informações básicas e necessárias para boa apresentação e reconhecimento do projeto.

Sobre as publicações, a frequência de postagens no Instagram do PELD BISC era inconstante. Em setembro de 2021, até o dia 22, foram apenas três publicações e, antes disso, a última publicação tinha acontecido em 22 de julho. Em setembro, os pesquisadores do PELD participaram de uma Oficina de Divulgação com a nossa orientadora, a professora Tattiana Teixeira, que ressaltou a importância da divulgação científica para o PELD BISC, dando algumas dicas de publicações que eles mesmos poderiam fazer. “O importante é fazer um planejamento consistente, criativo e diferenciado, que esteja em sintonia com os objetivos da própria Comunicação e da organização como um todo e com a capacidade de se ajustar” (SÁ apud RIBEIRO & LORENZETTI, 2011, p. 217).

Esse incentivo foi importante para reativar e fortalecer a importância do Instagram do projeto. Com a elaboração do plano de comunicação aqui proposto, pudemos fazer as publicações de uma maneira mais estratégica.

Além da frequência de publicações, é muito importante entender que tipo de conteúdo pode gerar um melhor resultado junto aos seguidores do PELD. A falta de uma padronização da identidade visual e de um profissional de comunicação sendo responsável

pelas publicações atrapalharam a análise, porém, o tipo de conteúdo que mais chamava atenção do público era aquele relacionado às pesquisas realizadas nos parques, como mostram as imagens:



Figura B – Publicação sobre uma pesquisa de mestrado sobre a influência da altitude no tamanho de uma perereca



Figura C – Publicação sobre uma pesquisa de doutorado sobre a interação entre ectoparasitas e anfíbios em um dos parques compreendidos pelo PELD BISC

Estas são duas das publicações com melhor engajamento no Instagram do PELD BISC, tanto no número de curtidas quanto de comentários quando ainda estávamos elaborando o diagnóstico. As publicações seguiram um formato de carrossel, com várias imagens e/ou vídeos, seguindo uma sequência lógica de informação. Como dito anteriormente, a identidade visual era algo que precisava ser melhor trabalhado. A postagem acima tem um conteúdo muito interessante e que foi reconhecido pelo público, porém as caixas de texto dos cards e a legenda da publicação podem ser melhor elaboradas, fazendo com que uma postagem como essa alcance um público ainda maior.

Para finalizar o diagnóstico de redes sociais, observamos cenários de sucesso de outras organizações semelhantes ao PELD BISC, algo fundamental para a construção do nosso Plano de Comunicação. Neste sentido, um exemplo que achamos muito interessante foi do PELD Ilhas Oceânicas (PELD ILOC), que realiza estudos sobre ilhas oceânicas na costa brasileira.



Figura D – Bio no Instagram do PELD ILOC



Figura E - Publicações no Feed do PELD ILOC

O perfil do PELD ILOC no Instagram contava com mais de 3 mil seguidores quando fizemos a análise e se mostrou extremamente organizado, com publicações e

destaques seguindo uma identidade visual e conteúdos claramente pensados para atingir públicos específicos, previamente delimitados.

2.2 Diagnóstico de material na imprensa

Além das redes sociais, a divulgação do projeto para a imprensa é fundamental em nosso Plano de Comunicação. O trabalho de assessoria de imprensa pode ser definido como o fluxo de informações intercambiadas entre as fontes de informação, a imprensa e as organizações, com o propósito de estabelecer um vínculo efetivo e próximo com diferentes públicos através da difusão de informações das instituições mediante a mídia (DUARTE, 2011).

Atualmente, o PELD BISC não conta com assessor de imprensa, então sua presença na mídia depende das pautas divulgadas pela Agência de Comunicação da UFSC (Agecom) ou das pautas que a própria imprensa busca, a partir de demandas geradas por outros atores que não o PELD BISC.

Durante a elaboração do diagnóstico sobre a presença do PELD BISC na imprensa, realizamos uma clipagem que reuniu matérias que saíram na internet relacionadas ao programa no ano de 2021::

Tabela 1 - Clipagens de notícias sobre o PELD BISC

Título da matéria	Link
Nova espécie de planta é encontrada no Parque Nacional de São Joaquim, na Serra de SC	https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2021/04/20/planta-rara-e-encontrada-no-parque-nacional-de-sao-joaquim-na-serra-de-sc.ghtml
Prosopanche Demogorgoni: Conheça planta descrita pela 1ª vez na Mata Atlântica por pesquisadores de SC e que ganhou nome de monstro de série	https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2021/06/12/prosopanche-demogorgoni-conheca-planta-descrita-pela-1a-vez-na-mata-atlantica-por-pesquisadores-de-sc-e-que-ganhou-nome-de-monstro-de-serie.ghtml
Pesquisadores descobrem planta rara e ameaçada de extinção em Urubici	https://noticias.ufsc.br/2021/04/pesquisadores-descobrem-planta-rara-e-ameacada-de-extincao-em-urubici

	i/
Personagem da série Stranger Things vira nome de planta em SC	https://ndmais.com.br/meio-ambiente/personagem-da-serie-stranger-things-vira-nome-de-planta-em-sc/
Pesquisadores descobrem planta rara e ameaçada de extinção no Parque Nacional de São Joaquim	https://notisul.com.br/geral/pesquisadores-descobrem-planta-rara-e-ameacada-de-extincao-no-parque-nacional-de-sao-joaquim/
Commelina catharinensis: Conheça a planta rara das dunas do Litoral de SC e ameaçada de extinção	https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2021/06/05/commelina-catharinensis-conheca-a-planta-rara-das-dunas-do-litoral-de-sc-e-ameacada-de-extincao.ghtml

Com a clipagem, conseguimos perceber que, apesar da falta de uma comunicação estruturada, o PELD ainda conseguiu pautar a imprensa no ano de 2021. Assim como nas redes sociais, os assuntos que mais chamam atenção são aqueles relacionados a descobertas feitas durante a pesquisas, sejam de novas espécies ou sobre espécies que estão ameaçadas de extinção.

As matérias nos mostraram o potencial midiático que o PELD BISC possui, porém, sem um trabalho bem estruturado e estratégico de assessoria de imprensa, o volume de pautas e a abrangência do projeto ficam limitadas.

2.3 Diretrizes da comunicação

O principal objetivo deste trabalho foi planejar e executar estratégias de divulgação científica qualificada, capazes de alcançar pessoas que ainda não tinham conhecimento mais aprofundado sobre o trabalho executado pelo PELD BISC, mas com interesse em temas como ecologia, biodiversidade e preservação do meio ambiente. Para isso, na construção do manual da marca, em conjunto com a bolsista do curso de design da UFSC, Giovana Famá, e analisando métricas de engajamento da página do Programa no Instagram, alinhadas às próprias demandas indicadas pela coordenação do PELD BISC, estabelecemos um público-alvo formado por jovens e adultos com idade entre 18 e 45 anos.

Foi primordial analisar, ainda, se estas pessoas se preocupam com causas ambientais e sociais ou se gostam de se informar sobre o que está acontecendo no seu Estado. Neste sentido, foi importante analisar, também, os dados obtidos pela Pesquisa de Percepção Pública da C&T no Brasil 2019, que mostram que 88,9% dos entrevistados no Sul do Brasil possuem interesse em temas relacionados ao Meio Ambiente, porém, 51,3% deste público não tem o hábito de procurar conteúdos relacionados a ciência na internet.. Dito isso, a linguagem utilizada nas redes sociais foi voltada para esse público, algumas postagens com um tom mais descontraído e outras informativas, mas tentando simplificar ao máximo os termos técnicos, justamente para conseguir atingir pessoas que não tenham conhecimento técnico acerca do trabalho realizado pelo PELD BISC, mas se interesse por conhecer a sua relevância, não só para a Mata Atlântica, como para a sociedade.

O desenvolvimento desta linha editorial e das estratégias foi realizado tendo como interlocutora direta a bolsista Sophia Kusterko, aluna do curso de Ciências Biológicas da UFSC e bolsista do PELD BISC desde setembro de 2021, porém integrante das pesquisas de campo como voluntária desde 2018. “Quando esta articulação tem como base uma política global e objetivos definidos, permite que todas as ações estratégicas e táticas e os produtos de comunicação sejam direcionados de acordo com o objetivo específico para cada público de forma mais simples e eficaz” (SÁ apud KUNSCH, 2003). Mantivemos um diálogo permanente com ela, que nos auxiliou nesta “ponte” para contactar os grupos de pesquisa do PELD e definir os melhores assuntos para produções de conteúdo para redes sociais e também assessoria de imprensa.

Como o Programa tem uma gama diversa de temas para tratar, Sophia teve um papel importantíssimo nas dicas de como filtrar bem cada uma das informações para nos passar as mensagens de forma clara e objetiva e, conseqüentemente, conseguirmos produzir publicações com uma linguagem simples, propícia para leigos no assunto, facilitando o entendimento e os aproximando do que é e o que faz o PELD BISC.

Foi assim que conseguimos produzir um material sobre um estudo, o qual pesquisadores do PELD contribuíram, de espécies de fungos ameaçadas de extinção que podem ser encontradas no sítio de pesquisa do Programa e que foi publicado pelo NSC Total, ND+ e Portal da ilha.

3. Públicos

Existem dois públicos que pretendemos atingir em nosso planejamento. O primeiro é o externo. Com isto, procuramos mostrar a importância do trabalho científico para a sociedade, portanto, este grupo envolve pessoas que não possuem tanta familiaridade com a ciência. Tendo isso definido, traçamos que nosso público seria formado por pessoas de 18 a 45 anos, de classes B e C. Dessa forma, nossa linguagem foi sempre o mais simples e direta possível, com o uso bastante restrito de termos técnicos, buscando aproximar as pesquisas científicas desenvolvidas pelo PELD BISC deste grupo.

Em um projeto da magnitude do PELD, também precisamos ter uma preocupação com o público interno, ou seja, os pesquisadores. Com eles, nos preocupamos em mostrar a importância da divulgação científica para valorização das pesquisas perante a sociedade, saindo do mundo acadêmico e chegando a público mais amplo.

4. Estratégias Gerais

As estratégias gerais do Plano de Comunicação do PELD BISC consistiram basicamente em quatro itens: Comunicação Interna; Manual da Marca; Redes Sociais; Assessoria de Imprensa.

É importante salientar que em cada um desses itens foi elaborado um diagnóstico prévio e estabelecido um cronograma para execução dessas estratégias. Nesse processo, buscamos primeiro organizar a comunicação interna, para posteriormente criarmos o manual da marca e então, simultaneamente, colocar em prática as estratégias de redes sociais e assessoria de imprensa.

Esse processo de finalização dos itens acabou se mostrando um grande desafio, já que, em determinado momento, não ter a comunicação interna e o manual da marca estabelecidos acabou sendo um entrave na produção de conteúdo.

Um exemplo disso foi o caso de uma consulta pública lançada em novembro sobre um projeto de lei que tramita no Senado referente à redução da área do Parque Nacional de São Joaquim em mais de 10 mil hectares. Na ocasião, cogitamos elaborar uma campanha de comunicação integrada aliando imprensa e redes sociais para mostrar a importância da manutenção da área e incentivo do voto contrário ao projeto na consulta pública.

Entretanto, como a comunicação interna não estava bem estabelecida e ainda não tínhamos o manual da marca criado para reativar as redes sociais, achamos que uma campanha naquele momento poderia não atingir os resultados desejados. Atualmente, já deixamos um conteúdo preparado para caso a questão venha à tona novamente. A questão também nos serviu de alerta para dar celeridade aos processos e acelerou o planejamento inicial do nosso cronograma, que ficou assim:

Quadro 2 - Cronograma de execução das estratégias do Plano

	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março
Diagnóstico	X	X				
Organização da Comunicação Interna		X	X			
Criação do manual da marca			X	X		
Assessoria de Imprensa				X	X	X
Redes Sociais					X	X

4.1. Comunicação Interna

Após a realização do diagnóstico, chegamos à conclusão que o primeiro passo para a elaboração de um plano integrado de comunicação para um projeto com mais de 60 integrantes como o PELD, seria a criação de uma estrutura sólida de comunicação interna. Sem esse trabalho, seria impossível compreender e, especialmente, divulgar os conteúdos relacionados ao projeto, seja pela imprensa ou pelas redes sociais.

Nosso primeiro passo foi reconhecer os integrantes do PELD, separando-os pelo seu

grupo de pesquisa e área de atuação. Neste trabalho, precisamos enaltecer o apoio da bolsista de iniciação científica Sophia Kusterko. Para tal reconhecimento, pedimos ao coordenador do PELD BISC, Selvino Neckel, que indicasse quais seriam os representantes de cada grupo para estabelecermos esse contato. Após esse processo, enviamos um formulário via Google Forms, solicitando informações como números de telefone para facilitar nosso contato e quais pesquisas estavam sendo desenvolvidas por cada grupo, para identificar potenciais conteúdos para divulgação na imprensa e nas redes sociais. Destaque-se que, ainda em 2021, como resultado da Oficina de Divulgação Científica ministrada pela professora Tattiana Teixeira, foi criado o Comitê Permanente de Comunicação do PELD BISC, com representantes de cada um dos grupos vinculados ao projeto.

Esse processo de aproximação também foi fundamental para colhermos as informações necessárias e, em conjunto com a bolsista de design, Giovanna Famá, elaborarmos a identidade da marca, que é utilizada tanto para nossas redes sociais, quanto para objetos como placas, uniformes, ou até brindes como canecas e canetas.

Outro trabalho fundamental para organizarmos a comunicação interna foi a criação de pastas no Google Drive com as informações que colhemos e os detalhes do manual da marca.

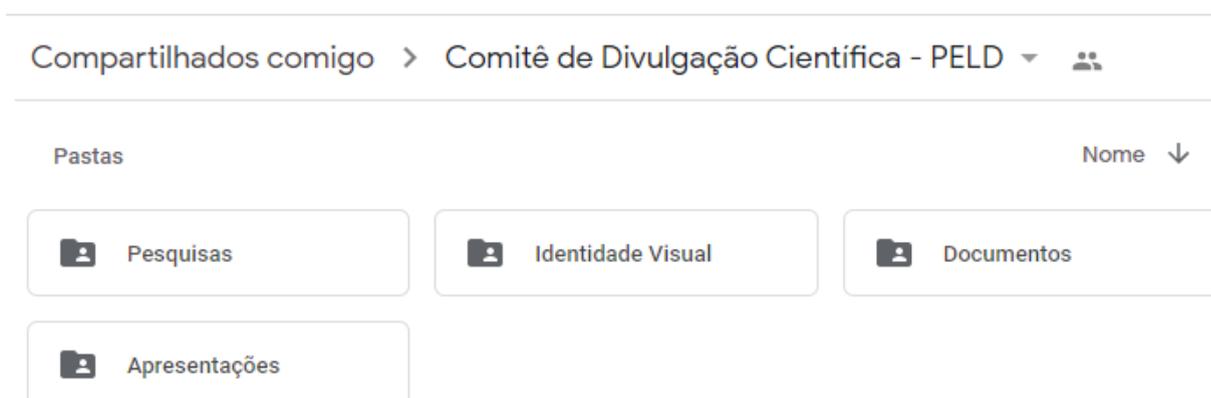


Figura F - Pastas no Google Drive contendo arquivos para organização interna

Antes de sair do projeto, Giovanna também nos disponibilizou, via Canva, os modelos de publicações que utilizamos no Instagram. Desta forma, foi possível apenas seguir os *templates* e as paletas de cores e fontes indicadas, fazendo pequenos ajustes quando necessário, sem termos que criar os designs do zero.



Figura G - Capa dos arquivos no Canva contendo os modelos de postagens no Instagram

Para finalizar as estratégias de comunicação interna, em conversa com nossa orientadora Tattiana Teixeira, surgiu a ideia da criação de uma Newsletter com os conteúdos relacionados ao PELD-BISC que forem veiculados na imprensa.

Essa estratégia é muito interessante porque funciona como uma clípeagem que é disponibilizada para os pesquisadores do projeto e mostra como suas pesquisas podem sair do âmbito acadêmico e chegarem na sociedade, que é o grande objetivo do nosso plano. Assim, além de atingirmos nossa meta, também valorizamos nosso trabalho perante aos pesquisadores, que ficam mais interessados em colaborar conosco para divulgação de suas pesquisas.

A Newsletter “PELD NA MÍDIA” é divulgada toda vez que alguma matéria sobre o PELD é veiculada na imprensa. No caso, reunimos todos os conteúdos que saíram sobre o

assunto e colocamos na Newsletter. Posteriormente, enviamos para os e-mails dos pesquisadores que integram o projeto. A publicação é responsiva, então as imagens contidas nela são clicáveis e redirecionam para as matérias nos respectivos portais. O modelo da Newsletter está salvo no nosso Canva. Em nosso período de atuação, publicamos uma edição da Newsletter, reunindo as matérias sobre uma pesquisa do PELD, a qual pesquisadores estão elaborando a primeira lista de fungos ameaçados do país.

EDIÇÃO 1, FEVEREIRO DE 2022



#1 PELD NA MÍDIA

Pesquisa do PELD-BISC é destaque no NSC Total, ND+ e Portal da Ilha

Olá Pessoaal! Essa é a primeira edição da Newsletter "PELD NA MÍDIA". O objetivo é criar uma canal de comunicação para que os pesquisadores do Programa acompanhem os conteúdos que são veiculados na imprensa sobre o PELD BISC.

Recentemente nós entramos em contato com os grupos do PELD para identificar pesquisas que estavam sendo desenvolvidas pelo Programa que tinham potencial para serem pautas para a imprensa, sempre buscando mostrar como a ciência pode ser algo interessante para o nosso cotidiano.

Nesse sentido, iniciamos com uma pesquisa do MIND FUNGA, que está ajudando a construir a primeira lista de fungos ameaçados do país. A pauta rapidamente chamou atenção dos principais veículos de mídia do estado, e saiu nos sites do NSC Total, ND+ e Portal da Ilha, além também de ter sido veiculado na edição impressa da Revista NSC.

Este foi só o começo. Com a ajuda de vocês, em breve esperamos publicar outra edição da Newsletter com outras pesquisas realizadas dentro do PELD.

ENTRE EM CONTATO CONOSCO

 (48) 99113-1519
 (71) 99901-6466
 rodrjimofsc@gmail.com
 sophiakust@gmail.com

SIGA O NOSSO INSTAGRAM

 @peldbisc



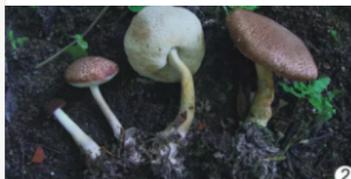
Pesquisadores de SC identificam 30 espécies de fungos ameaçados de extinção...

Grupo ajuda a construir primeira lista em ameaça no País e identificou que 10 espécies podem ser encontradas no Parque Nacional de São Joaquim, na...



Pesquisadores de SC ajudam a construir primeira lista de fungos ameaçados do país

Das 30 espécies ameaçadas, 10 podem ser encontradas no Parque Nacional de São Joaquim



Conheça as 17 espécies de fungo que correm risco de extinção em SC

Figura H - Primeira edição da Newsletter "PELD NA MÍDIA"

4.2. Manual da Marca

Em conjunto com a bolsista de design do PELD BISC, Giovanna Mafá, constituímos um manual da marca do Programa, que será um importante elemento do legado que deixamos para a comunicação. O Manual segue toda uma lógica em sua construção, respeitando tanto os elementos presentes que constituem as pesquisas do PELD, quanto seus valores. Lá, diferentes versões do logotipo podem ser encontradas, até mesmo em versão monocromática, com o intuito de se adaptar a qualquer cor de fundo de uma imagem. Há ainda uma extensa paleta de cores com as cores principais e secundárias da marca e uma segmentação identitária com figuras que representam alguma atividade do PELD BISC.

LOGOTIPO

CONCEITO

O logotipo da oficina é constituído por um símbolo gráfico e uma escrita:

- O *símbolo* é uma junção do desenho de uma formação rochosa, que representa a famosa "Pedra Furada" do Parque São Joaquim; as árvores de araucária, ícones da Serra Catarinense e o leito de um rio, para contemplar as pesquisas de espécies aquáticas.
- O *texto* do logotipo é composto da siglas do Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Biodiversidade de Santa Catarina, junto a um traço.

* Se necessário, o uso do símbolo ou da escrita de forma separada, também é uma opção.



Figura I - Imagem da apresentação do conceito do logotipo do PELD BISC

O perfil imagético também foi algo que procuramos nos preocupar para manter um padrão nas publicações. Acreditamos ser essencial que as imagens publicadas sejam as mais naturais possíveis, tendo em vista o que o Programa se propõe a fazer. Além disso, ainda há dicas sobre como deve ser a foto, dependendo da situação encontrada. Por exemplo, onde o elemento principal é o cenário (paisagem), deve ser utilizado o Grande Plano Geral. Foi realizando também mock-ups, ou seja, modelos demonstrativos para ver como se aplicaria a identidade visual criada na prática. A proposta foi utilizada para mostrar

como ficaria a página do PELD BISC no Instagram, os stories, vídeos e postagens em geral, além de e-mails marketing, plataforma importantíssima para mostrar o que está acontecendo no PELD BISC para aqueles que já acompanham, e também para angariar novos admiradores do Programa.

Os mock-ups também foram utilizados para demonstrar como ficariam produtos da marca, que agregariam ainda mais na identidade visual do PELD, sempre respeitando uma paleta de cores bem definida: uniformes, bonés, camisetas, sacolas sustentáveis, canecas, cadernos e canetas.

Também propusemos algumas informações e dicas sobre coleta de dados e como estas estatísticas podem ajudar o PELD BISC a alcançar seu público, seu mercado e resultados internos desejáveis de maneira mais assertiva. Isto pode ajudar diretamente no posicionamento da marca visando seus objetivos como um todo. As diversas interações que acontecem hoje em dia, principalmente por rede social no caso do PELD, auxiliam no monitoramento do público.

A versão completa do manual da marca do PELD BISC está disponível no link: <https://drive.google.com/file/d/1hInRee-WdYSpRj9roPgBCDQkVecmoDLG/view?usp=sharing>

4.3. Redes Sociais

Quando assumimos o trabalho de criar um plano de comunicação para o projeto, a única rede social que o PELD BISC possuía era o Instagram. Durante a elaboração do diagnóstico e definição do público alvo, percebemos que fazia sentido mantê-lo como a única rede social do Programa em um primeiro momento. Isso porque, entre as outras redes sociais mais populares, como Twitter e Facebook, teríamos uma diferença significativa na idade do público que pretendíamos atingir. O LinkedIn, por outro lado, nos distanciaria do objetivo central que seria aproximar a ciência da sociedade, já que ele trabalha com uma linguagem mais corporativa/acadêmica. Futuramente, pode-se considerar a inclusão de estratégias para uma dessas redes, mas, neste plano, focamos única e exclusivamente no Instagram.

Como já evidenciamos no diagnóstico presente neste relatório, o Instagram do PELD BISC até possuía bons conteúdos, porém era desorganizado e não seguia uma identidade. Nosso primeiro passo após definir a questão, foi trabalhar na organização interna para

elaborarmos os conteúdos e criarmos o manual da marca pensando em tornar o perfil mais profissional e atrativo para quem navega nesta rede social.



Figura J - Print do perfil do Instagram do PELD BISC retirado em 5 de março de 2022

Como é possível ver na imagem acima, o perfil tem uma identidade estabelecida seguindo o manual da marca, tornando-o mais agradável para o público. Os ícones de destaques também foram pensados conforme a identidade do PELD BISC, e estão sendo adicionados conforme seus respectivos conteúdos são postados.

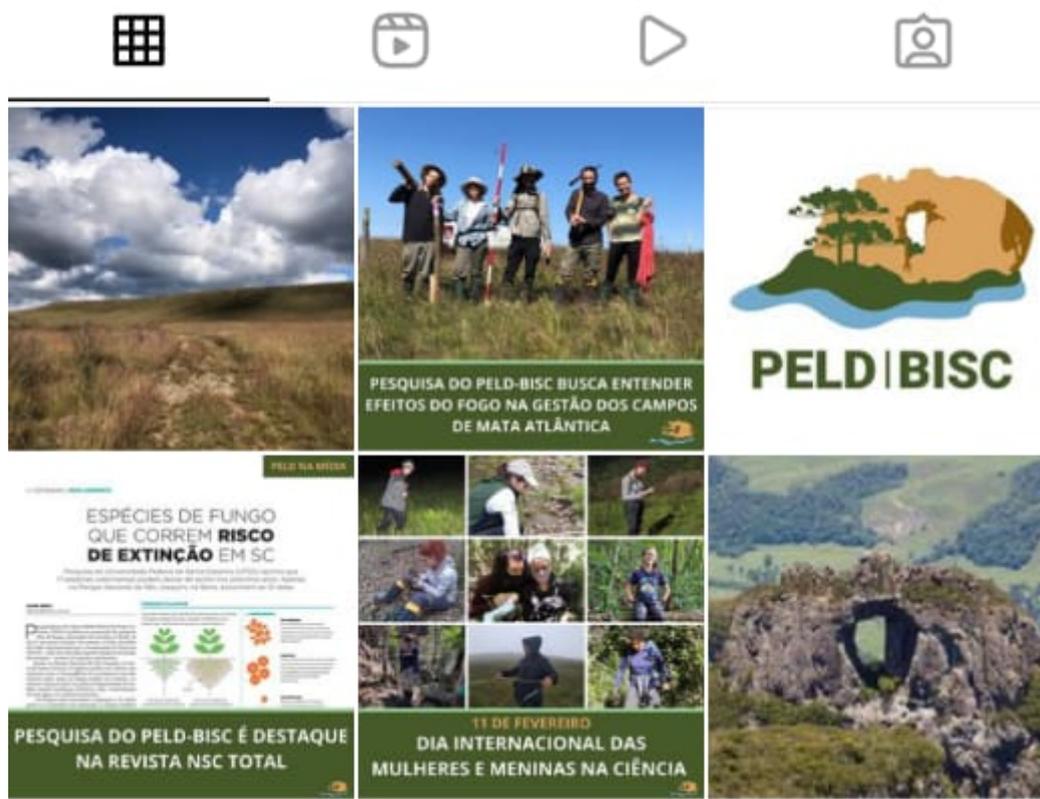


Figura K - Print Screen de 25 de fevereiro com o Feed do perfil do Instagram do PELD

Conforme o print acima, é possível ver uma clara mudança no estilo das publicações. Antes mesmo de abrir as postagens, é possível perceber a manutenção de uma identidade segundo o manual da marca do PELD, seja no perfil imagético ou na manutenção de uma paleta de cores.

Outro aspecto importante na administração do perfil do Instagram foi o estabelecimento de uma frequência das publicações, com duas postagens por semana, preferencialmente nas terças e quintas. Os dias da semana eventualmente podem ser trocados em caso de ocasiões especiais, como datas comemorativas. Para realizarmos o controle e planejamento das postagens, criamos um cronograma de publicações conforme consta a imagem abaixo:

DATA	POST	TIPO
9/2	Pedra Furada PNSJ	Foto
11/2	Dia Internacional das Mulheres na Ciência	Foto + texto
15/2	PELD Na Mídia - Revista NSC	Foto + texto
17/2	Novo logo PELD BISC	Arte
22/2	Pesquisa fogo na gestão dos campos	Foto + texto
24/2	Tranquilidade PNSJ	Foto
1/3	Pesquisa lista de fungos ameaçados	Foto + texto
3/3	Goiaba Serrana vem aí	Foto
8/3	O que é o PELD BISC?	Arte (Carrossel)
10/3	Reels pesquisa Formiga	Vídeo (Reels)
15/3	Dia Internacional mudanças climáticas	Arte
17/3		
22/3		
24/3		

Figura L - Cronograma de publicação do Instagram do PELD BISC

Para a elaboração dos conteúdos que seriam postados, seguimos o que foi traçado no manual da marca e utilizamos as informações que colhemos em nosso processo de organização da comunicação interna. Além disso, a linguagem sempre foi uma das nossas preocupações, tentando tornar as pesquisas científicas mais próximas do nosso público-alvo. Abaixo, iremos exemplificar alguns modelos de publicações que utilizamos.



Figura M - Publicação com uma foto da Pedra Furada, no Parna São Joaquim

As fotos são um importante elemento para utilizar no Instagram. Por mais que o perfil do PELD BISC tenha o objetivo de servir como fonte de informação, um feed repleto de texto nas imagens pode acabar se tornando maçante. Além disso, não é porque utilizamos uma foto de uma paisagem bonita que precisamos ignorar a informação. No *copy* da publicação, tentamos trazer curiosidades e informações sobre a Pedra Furada, além de incentivar a interação na publicação com o objetivo de aumentar nosso engajamento.



Figura N - Publicação sobre uma pesquisa referente aos efeitos do fogo na gestão dos campos de Mata Atlântica

As publicações que reúnem textos e fotos na imagem estão entre as mais recorrentes no Instagram do PELD. Ao colocar o texto na imagem, chamamos a atenção sobre um assunto quando muitas vezes não conseguiríamos utilizar apenas uma foto. A tarja, a paleta de cores e a tipografia presentes na publicação seguem os padrões definidos no manual da marca.

Nesse tipo de postagem, também é importante observarmos o *copy*. A pesquisa em questão é extremamente complexa e reúne diversos elementos, porém, nosso objetivo é

justamente aproximar o público que não teria contato com o estudo. Por isso, o *copy* é pensado para ser o mais curto possível, além de reunir alguns emojis para quebrar a sequência de texto. Essa prática, inclusive, gerou questionamento por parte de um dos pesquisadores envolvidos no estudo, que considerou que a publicação deveria ter mais informações. Após uma conversa, chegamos a fazer alguns ajustes pontuais no *copy*, e explicamos que futuramente poderíamos fazer mais publicações referentes ao estudo. O episódio demonstrou a importância de estarmos em diálogo constante com os próprios pesquisadores vinculados ao PELD, reforçando as especificidades da linguagem das redes sociais e esclarecendo sobre a adequação de conteúdos relacionados às práticas de divulgação científica. Como se sabe, a relação entre jornalistas e pesquisadores é um dos maiores desafios nas áreas de divulgação e jornalismo científico. Os cientistas, assim como os jornalistas antes de tudo deveriam ter uma mesma finalidade, a de pensar no bem da sociedade que dependem diretamente ou não de seus trabalhos para tomarem decisões pessoais e profissionais em suas vidas. Cremos que cabe a eles comunicarem mais e serem tolerantes uns com outros (COLOMBO & LEVY, 2014, p.10).

Apesar dessa consideração, o resultado da postagem foi extremamente satisfatório, reunindo uma boa quantidade de interações, com 131 curtidas, 14 comentários, 430 contatos alcançados, 7 compartilhamentos, 6 salvamentos, 10 visitas ao perfil e 4 novos seguidores.

Outro recurso importante para se pensar no Instagram é sobre o uso dos *stories*. Eles passam uma sensação de dinamismo e atualidade, e por isso é importante ficar atento a este recurso. Nesse sentido, a bolsista de iniciação científica Sophia Kusterko foi de suma importância. Quando ela estava participando das pesquisas de campo, conseguimos passar um *briefing* com ideias de conteúdos que poderiam ser produzidos e utilizados nos *stories*. Esses conteúdos, por sua vez, eram pensados também para reforçar esse sentimento de dinamismo e estimular a interação com o público.

Por fim, a manutenção do estilo e da identidade das redes sociais foi uma preocupação presente em nosso planejamento. Por isso, além do contato diário, realizamos reuniões com a Sophia e com a bolsista de comunicação, Dominique Nobre, justamente com o intuito de explicarmos o padrão de *copys* e a lógica por trás dos conteúdos para evitar que, após a

conclusão do nosso TCC, haja uma interrupção significativa no padrão estabelecido de publicações, o que poderia colocar nosso trabalho com redes sociais a perder.

4.4. Assessoria de Imprensa

As estratégias de assessoria de imprensa são parte fundamental do nosso plano de comunicação. O alcance através da imprensa é maior e atinge um público mais amplo do que pelas redes sociais, algo essencial para alcançarmos o nosso objetivo de divulgar as pesquisas realizadas pelo PELD BISC

Primeiramente, antes de traçarmos as estratégias, realizamos uma clipagem com os conteúdos que haviam sido publicados pela imprensa sobre o PELD em 2021, conforme mostra o Quadro 1. Esse procedimento foi muito importante para compreendermos as potencialidades de veiculação dos conteúdos do PELD.

Com a clipagem e o diagnóstico efetuados, finalizamos o processo de organização da comunicação interna entrando em contato com os pesquisadores do PELD buscando compreender seus estudos. Nesse processo, obtivemos conhecimento acerca de uma pesquisa do grupo MIND.Funga sobre a elaboração da primeira lista de fungos em extinção no Brasil. Entramos em contato com os pesquisadores e identificamos que um release sobre o assunto poderia ser interessante para a imprensa local. Entramos em contato com jornalistas dos principais meios de comunicação de Santa Catarina, e rapidamente o conteúdo foi utilizado pelos veículos digitais de mídia, conforme mostra o quadro de clipagem.

Tabela 2 - Cronograma de execução das estratégias do Plano

Veículo de mídia	Link
NSC Total	https://www.nsctotal.com.br/noticias/conhec-a-as-17-especies-de-fungo-que-correm-risco-de-extincao-em-sc
ND+	https://ndmais.com.br/meio-ambiente/pesquisadores-de-sc-identificam-30-especies-de-fungos-ameacados-de-extincao-no-brasil/
Portal da Ilha	https://www.portaldailha.com.br/noticias/ler-noticia.php?id=53554/pesquisadores-de-sc-a-judam-a-construir-primeira-lista-de-fungos-ameacados-do-pais

Além dos portais digitais, reconhecemos que uma pauta como essa também renderia um conteúdo interessante para ser trabalhado em veículo impresso. Nesse sentido, trabalhamos com a repórter da Nossa Santa Catarina (NSC), Diane Bikel e o editor de arte do veículo, Ben Ami Scopinho, um conteúdo diferenciado que foi veiculado na edição impressa da Revista NSC no dia de 6 fevereiro:

>> COTIDIANO | MEIO AMBIENTE

ESPÉCIES DE FUNGO QUE CORREM RISCO DE EXTINÇÃO EM SC

Pesquisa da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) aponta que 17 espécies catarinenses podem deixar de existir nos próximos anos. Apenas no Parque Nacional de São Joaquim, na Serra, encontram-se 10 delas

DIANE BIKEL*
diane.bikel@nsc.com.br

Pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) auxiliam na construção da primeira lista de fungos ameaçados de extinção no Brasil. Já são 17 em Santa Catarina. No entanto, na lista vermelha da União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) – onde são colocadas espécies fúngicas em perigo de extinção – existem 25 espécies catarinenses.

Apenas no Parque Nacional de São Joaquim, na Serra de Santa Catarina, 10 espécies podem ser extintas nos próximos anos. O desequilíbrio do ecossistema é um dos motivos pelos quais os fungos podem ser extintos. As maiores ameaças estão na perda ou fragmentação do habitat natural, mudanças climáticas, fogo, contaminação do solo, água e ar e espécies invasoras.

– Os fungos estão associados à vegetação e, de modo geral, se a vegetação está ameaçada, os fungos também estarão. Por exemplo, existe uma espécie que está criticamente ameaçada. Isso porque seu habitat natural são as araucárias, ele só foi encontrado, até hoje, em ramos desta árvore, que também está ameaçada, e existem estudos que afirmam a possibilidade de colapso das araucárias nas próximas décadas – explica o coordenador da pesquisa, Eliandro Ricardo Drechsler dos Santos, professor do laboratório de micologia da UFSC.

Para que isso seja freado, Santos diz que planos estratégicos de conservação do meio ambiente precisam ser feitos. Há a necessidade de implementar no país políticas de preservação da fauna – termo que designa espécies de fungo de uma determinada região, assim como fauna e flora, por exemplo.

No entanto, é necessário que em um primeiro momento as espécies sejam reconhecidas em território nacional pelo Ministério do Meio Ambiente através de uma lista vermelha nacional. Até o momento, o reino fúngico é reconhecido por legislação, conforme conta o coordenador da pesquisa.

– Precisamos assegurar isso na legislação brasileira para que entrem na agenda de conservação da biodiversidade nacional. Existe uma lista de alerta para fauna, flora e não existe para as espécies fúngicas – explica Drechsler.

As primeiras espécies encontradas no Brasil foram divulgadas em dezembro de 2020, pela IUCN, a partir de dados da UFSC. Em 2021, outros novos fungos foram adicionados na lista vermelha. O trabalho da universidade é pioneiro no país.

**Estágio sob supervisão de Lucas Parizi*

FUNGOS E PLANTAS

A grande maioria das plantas terrestres possui, ao menos em algum estágio da vida, relações simbióticas com fungos que são essenciais para sua sobrevivência.

Área do solo explorada somente pelas raízes da planta. Fungos. Área do solo explorada somente pelas raízes da planta.

> BENEFÍCIOS MÚTUOS

A cooperação entre fungos e vegetais ocorre nas raízes das plantas, permitindo a troca de nutrientes.

Associação entre fungos micorrízicos e células chama-se micoriza.

solo

O fungo pode aliviar os sintomas de deficiência da planta e estimular a produção de compostos que atuam no combate às doenças.

As micorizas permitem a planta absorver água e nutrientes do solo.

O fungo se beneficia com as açúcares que a planta produz a partir da fotossíntese.

As micorizas permitem a planta absorver água e nutrientes do solo.

> CURIOSIDADES

No cotidiano
As leveduras são usadas na produção de cervejas, pães e álcool.

Medicina
O Penicillium é o bolor que se instala em alimentos de consumo humano, mas várias espécies de seu gênero são usadas na produção de antibióticos, que revolucionaram o tratamento de infecções bacterianas.

Zumbificação
Diversas espécies de fungos infectam formigas, passando a controlar os movimentos das hospedeiras, eliminando-as para o tipo de favos e imobilizando-as, facilitando a dispersão dos esporos.

Esportistas
Os cogumelos nada mais são do que o corpo reprodutivo (parte do fungo que fica para fora do substrato e produz os esporos) de alguns fungos.

No corpo
No pulmão, boca, trato gastrointestinal e genitais há diversas espécies de fungos desempenhando papéis importantes para nossa saúde.

No pelo
Os dermatófitos são fungos que digerem queratina e invadem a pele, o couro cabeludo e as unhas, provocando uma série de doenças conhecidas como micoses.

Infografia:
BEN AMI SCOPINHO | ben.scopinho@nsc.com.br

Foto: Eliandro Ricardo Drechsler Santos, professor da UFSC, pesquisador CNPq e coordenador do MNE Fungos da Serra Taubaté, ganhador do Prêmio Biologia - UFSC e Técnico de Inoculação em Micologia.

22 | NSCTOTAL.COM.BR

Figura O - Página 32 da edição de 6 fevereiro da Revista NSC

O material contempla exatamente nosso objetivo quando criamos o plano: aliar a pesquisa científica produzida pelo PELD, ou seja, o factual da pesquisa, com algo que

aproxime as pesquisas da sociedade, no caso, a importância dos fungos para o ecossistema. Como bem definiu o pesquisador, “os fungos não são fofinhos como os mamíferos”, e por vezes, é difícil para o público reconhecer a sua importância para a sociedade. Por meio dos infográficos, é possível visualizar melhor a atuação dos fungos, além de explicar sua função na natureza. Dessa forma, conseguimos mostrar para o público a relevância da pesquisa, usando uma linguagem simples e que possui um grande alcance sendo publicada na maior revista de circulação semanal do Estado.

Além das publicações em veículos digitais e impressos, também foi importante considerar trabalhar com veículos de televisão, justamente pelo alcance mais amplo que este meio de comunicação proporciona. Uma pauta boa de televisão, precisa ser extremamente imagética, além de exigir a necessidade de deslocamento do local para captação das imagens. Nesse sentido, a pandemia de Covid-19 foi um dificultador, já que impediu nossa ida ao local. Mesmo assim, conseguimos identificar em uma pesquisa sobre gestão do fogo nos campos um potencial interessante para veiculação na televisão. O estudo avalia os efeitos da utilização do fogo e do gado na gestão dos campos de Mata Atlântica, e como essa prática pode influenciar na biodiversidade do local. Infelizmente para nós, a pesquisa ainda está na fase inicial, com previsão para a utilização efetiva do fogo nos campos, algo que seria primordial para uma pauta televisiva, apenas para agosto.

Ainda assim, deixamos claro para as bolsistas Dominique Nobre e Sophia Kusterko o potencial da pauta e esperamos que, quando a pesquisa evoluir para a parte do manejo do fogo, seja trabalhada em alguma mídia televisiva.

Outra instrução que foi deixada para o futuro, é que, caso não haja um jornalista ou estudante de jornalismo na equipe de comunicação do PELD BISC, os integrantes da equipe consigam facilitar o contato dos pesquisadores com a Agência de Comunicação da UFSC (Agecom), que englobará o PELD BISC dentro de suas estratégias de assessoria de imprensa. Desta forma, mesmo sem um jornalista, o programa seguirá com uma presença periódica na imprensa, fortalecendo o alcance da divulgação científica.

5. Avaliação dos resultados

Consideramos os nossos resultados à frente da comunicação do PELD-BISC extremamente satisfatórios. É importante salientar que, como ficou claro durante a

disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), nosso objetivo era realizar o planejamento da comunicação do projeto, não necessariamente colocá-lo em prática. Ainda assim, conseguimos colocar em prática algumas estratégias de assessoria e redes sociais, inclusive, permitindo que pudéssemos fazer ajustes e correções antes de entregar o plano finalizado. Neste sentido a área da comunicação deixa de ter uma função meramente tática e passa a ser considerada estratégica. Isto é, ela precisa agregar valor às organizações. (KUNSCH, 2006, p.16)

Durante a execução, conseguimos um engajamento relevante nas redes sociais, deixando o perfil mais organizado e com aspecto profissional. Esse desempenho não se reflete necessariamente em seguidores, mas, sim, com uma audiência engajada e que reconhece o perfil como uma importante fonte de informação.

Na parte de assessoria de imprensa, conseguimos emplacar uma matéria em diversos veículos de mídia, mostrando que as pesquisas do PELD BISC têm espaço para figurarem regularmente nos conteúdos produzidos pela imprensa catarinense. Isso, aliás, é um dos grandes objetivos do nosso plano, permitindo que, com a continuidade do trabalho que foi aqui produzido, em breve o PELD se torne uma referência no que diz respeito à pesquisa científica em temas relacionados à Mata Atlântica não só em Santa Catarina, mas também no Brasil.

Para finalizar, mais que as ações executadas, nossa avaliação positiva leva em consideração especialmente o legado na comunicação que conseguimos deixar com o nosso plano. Com as estratégias aqui traçadas e a organização que criamos durante a execução do TCC, temos confiança que as bolsistas Dominique Nobre e Sophia Kusterko poderão dar continuidade no trabalho de comunicação que iniciamos, atingindo os objetivos que almejamos a médio e a longo prazo.

6. CONCLUSÃO

Em tempos de pandemia de Covid-19, percebemos ainda mais a importância que a ciência tem nas nossas vidas e como ela faz total diferença para a sociedade. Em escala diferente, mas também de extrema importância, o PELD BISC realiza um trabalho de grande relevância em um ecossistema que foi tão devastado nos últimos tempos: a Mata Atlântica.

Participar e poder contribuir para que a comunicação de um serviço gigantesco como esse seja mais reconhecido é uma responsabilidade, mas também uma honra muito grande. Também pelo fato de o PELD ter como sua base a UFSC, uma instituição pela qual temos uma gratidão enorme, e também acreditamos que tem uma grandiosidade de projetos extremamente interessantes e que são pouco divulgados.

A ciência faz parte da história da UFSC e com todo nosso projeto e execução de estratégias de comunicação esperamos incentivar outras iniciativas universitárias a divulgar seus projetos para que o público em geral conheça e reconheça os trabalhos desenvolvidos nas universidades. No nosso caso, em especial, a UFSC. Com a criação do plano, mesmo após a conclusão do nosso TCC, será possível a continuidade do trabalho de comunicação do PELD BISC conforme estabelecemos aqui.

REFERÊNCIAS

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS - CGEE. Percepção pública da C&T no Brasil – 2019. Resumo executivo. Brasília, DF: 2019. 24p

COLOMBO, Macri Elaine; LEVY, Denize Piccolotto Carvalho. Jornalismo Científico: divulgação ou disseminação, e sua relação com os cientistas. In: 8º Interprogramas de Mestrado em Comunicação – Faculdade Cásper Líbero, 8, 2012, São Paulo, SP.

KUNSCH, M. M.. Krohling. .Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 3a Edição. São Paulo: Summus, 2003.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

SÁ, Beatriz Costa de Sá. A importância do planejamento estratégico em comunicação: Um estudo de caso sobre o Planejamento de Comunicação Vale. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015.

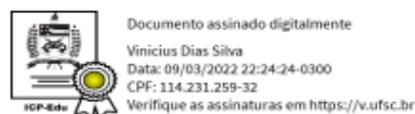
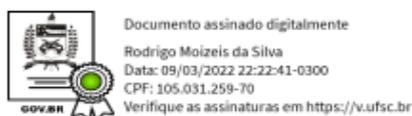
ANEXO A – Declaração de Autoria e Originalidade

Nós, Rodrigo Moizéis da Silva e Vinicius Dias Silva, alunos regularmente matriculados no Curso de Jornalismo da UFSC (JOR/CCE/UFSC), matrículas 17205851 e 17202130, declaro para os devidos fins que o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “**Plano de Comunicação – PELD BISC**” é de NOSSA AUTORIA e NÃO CONTÉM PLÁGIO.

Estamos CIENTES de que em casos de trabalhos autorais em que houver suspeita de plágio será atribuída a nota 0,0 (zero) e que, adicionalmente, conforme orientação da Ouvidoria e da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), “em caso de suspeita ou verificação de plágio, o professor deverá notificar o Departamento no qual está lotado para as providências cabíveis.

Autorizamos a publicação do TCC no Repositório Digital da UFSC.

Florianópolis, 18 de Março de 2022



Assinaturas

ANEXO B – FICHA DE TCC

FICHA DO TCC	Trabalho de Conclusão de Curso JORNALISMO UFSC	
ANO	2021.2	
ALUNOS	Rodrigo Moizéis da Silva e Vinicius Dias Silva	
TÍTULO	Plano de Comunicação – PELD BISC	
ORIENTADOR	Tattiana Gonçalves Teixeira	
MÍDIA	X	Impresso
		Rádio
		TV/Vídeo
		Foto
		Website
		Multimídia
CATEGORIA		Pesquisa Científica
	X	Produto Comunicacional
		Produto Institucional (assessoria de imprensa)
		Produto Jornalístico (inteiro)

	Reportagem livro reportagem ()	() Florianópolis () Brasil (X) Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____
ÁREAS	Assessoria de Imprensa; Organização Comunicacional; Redes Sociais.	
RESUMO	<p>O objetivo do nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é criar um plano de comunicação para o projeto de pesquisa de longa duração intitulado “Programa Ecológico de Longa Duração de Pesquisas em Biodiversidade de Santa Catarina (PELD BISC): investigando a ecologia histórica e os efeitos de manejo para restauração e conservação da Mata Atlântica do Sul do Brasil”, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), . Através da elaboração de um diagnóstico da situação atual da comunicação do projeto, desenvolvemos estratégias de comunicação - desde assessoria de imprensa a gestão de redes sociais -, sempre com foco na comunicação pública da ciência. Além de executar as estratégias no período de desenvolvimento do nosso TCC, também pretendemos deixar consolidado um planejamento de redes sociais que possa ser seguido pelos integrantes do PELD BISC mesmo após a conclusão do nosso trabalho acadêmico em março de 2022. Durante o TCC, identificamos quais as melhores estratégias para divulgar os trabalhos de pesquisa executados pelo programa nos dois módulos em que ele atua: o Parque Nacional de São Joaquim (PNSJ), que abrange as cidades de Bom Jardim da Serra, Grão-Pará, Lauro Müller, Orleans e Urubici, e o Parque Estadual da Serra Furada (PAESF), localizado entre Orleans e Grão-Pará. Entre as possibilidades, está a atuação em atividades relacionadas à assessoria de imprensa, abrangendo desde veículos nacionais até os regionais das localidades onde os parques estão inseridos, sempre com foco na divulgação científica. Nas redes sociais, queremos aumentar o engajamento das publicações do Programa, de forma que as pesquisas realizadas pelo PELD cheguem ao público alvo desejado.</p>	