

“Revista Escolado” – Uma Mídia para Incentivar Mudanças ¹

Daniele Serapia²

Kênia Pires³

Maria Beatriz Prata⁴

Nelma Monfardini⁵

Paolo Xavier⁶

Eustáquio Trindade (Orientador)⁷

Centro Universitário Newton Paiva

RESUMO

Este projeto tem como mote a elaboração de uma revista educativa direcionada a alunos do ensino médio das escolas públicas de Belo Horizonte e Região Metropolitana. A revista, denominada Escolado, estabelece diálogos com esses alunos e pode ser utilizada como material de apoio nas disciplinas ministradas no ensino médio, na construção da carreira, na busca do primeiro emprego e em outras questões presentes no cotidiano desses jovens. A mídia aqui tratada aborda também temas ligados à cidadania e à responsabilidade social. Assim, as linhas mestras deste projeto de conclusão de curso são a educação aliada à comunicação e a cidadania. A proposta da revista Escolado é ser uma mídia diferenciada, com linguagem textual e visual atrativa para o público escolhido.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania, Educação, Educomunicação, Ensino Médio, Juventude.

1 INTRODUÇÃO

Com o objetivo de contribuir para a formação de cidadãos capazes de transformar a realidade ao seu redor, desenvolvemos um projeto de revista educativa direcionada para alunos do ensino médio das escolas públicas de Belo Horizonte e Região Metropolitana. A revista, intitulada *Escolado*, visou estabelecer diálogos com esses alunos e servir como apoio para a educação, cidadania, construção da carreira, busca do primeiro emprego, entre outras questões presentes no cotidiano desses jovens. Aliadas a isso, foram produzidas reportagens ligadas a práticas cidadãs. Dessa forma, formou-se material de aprendizado e

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade revista impressa (avulsa.)

² Graduada em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo, e-mail: daniserapia@gmail.com.

³ Aluna do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, e-mail: keniapires87@gmail.com.

⁴ Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, e-mail: murare@gmail.com.

⁵ Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, e-mail: nelmamonfardini@yahoo.com.br

⁶ Líder do grupo e graduado em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, e-mail: paoloxavier@gmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: eustaquio.trindade@terra.com.br.

de fomento à cidadania paralelo às disciplinas cursadas nas instituições de ensino, sempre de maneira leve e atrativa aos jovens e com a participação deles.

No processo de produção, aplicou-se o conceito de Educomunicação na mídia revista e foram colocadas em prática as características que diferenciam essa mídia dos outros veículos de comunicação, bem como utilizadas algumas teorias da comunicação. Nesse sentido, nossa proposta foi produzir um conteúdo diferenciado, usando a comunicação para fomentar quatro pilares: Informar, Impressionar, Entreter e levar o jovem à Ação.

Sobre o pilar Informar, pode-se dizer que o modo de transmitir a informação foi feito através de analogias relacionadas ao cotidiano do leitor. O pilar Impressionar teve a tarefa de conquistar o estudante por meio de uma abordagem diferente, mais leve e agradável. Entreter teve a função de descontrair e alegrar. E, finalmente, o pilar da Ação. Talvez esse tenha sido o mais desafiador. A proposta foi levar o leitor a agir, produzindo nele o desejo da conquista. Ao se fazer reportagens a partir de uma perspectiva cidadã, esperou-se instigar o aluno do ensino médio a praticar a cidadania, e deixar claro que ele, como jovem, tem papel fundamental na construção de um país desenvolvido.

É consenso entre autores citados nesse projeto que o ensino médio é o grau escolar mais problemático. Isso se dá pela preparação inadequada para o vestibular e para o mercado de trabalho, o que demonstra a falta de identidade do ensino médio. Nesse sentido, a revista *Escolado* foi criada com o intuito de colaborar com os alunos, motivando-os a novas experiências, a fazer escolhas, descobrir campos de seu interesse, escrever e debater sobre temas que afetam o seu cotidiano, tanto na escola quanto em outros locais de convívio.

2 OBJETIVO

Produzir uma publicação segmentada de educação e cidadania voltada para alunos do ensino médio das escolas públicas de Belo Horizonte e Região Metropolitana. A proposta foi oferecer aos alunos um material de apoio diferenciado, atrativo e que estimulasse a prática da cidadania e, também, a participação no processo de produção editorial dessa publicação.

3 JUSTIFICATIVA

3.1 O ensino médio no Brasil

Fazer uma revista impressa para esse público tem várias justificativas. A afinidade com essa mídia e a desafiadora possibilidade de estabelecer o diálogo entre o ensino médio e o ensino superior motivaram sobremaneira a realização deste projeto. Mas, mais do que isso, a realidade do ensino médio no Brasil e a possibilidade de trabalhar um conceito relativamente recente no campo da comunicação fizeram a revista *Escolado* se tornar uma missão para o grupo.

Ao analisar números do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) de 2009, constatou-se a precariedade do ensino médio oferecido pelas escolas públicas em comparação à rede privada. Para as instituições de ensino particulares de Minas Gerais, o índice ficou em 6,1, numa escala que varia de 0 a 10. Esse não é um resultado de excelência, mas o índice mensurado nas escolas públicas mineiras preocupa ainda mais: 3,4. Está claro que os alunos dessas instituições merecem maior atenção.

O ensino médio no Brasil passa por inúmeras dificuldades. Menezes (2001) cita que o número de alunos no ensino médio das escolas públicas teve crescimento exponencial nas últimas duas décadas do século XX, sendo que não houve uma preparação para receber esse contingente. Além disso, o jovem termina o ensino médio despreparado tanto para a concorrência do vestibular quanto para o mercado de trabalho, o que explica a falta de identidade relatada por Krawczyk (2009), ao afirmar que o ensino médio nunca teve uma identidade formada.

Portanto, sabendo-se que o ensino médio enfrenta muitos problemas e sendo essa a fase escolar decisiva para indivíduos que naturalmente adquirem várias responsabilidades e têm que tomar decisões cruciais, o incentivo para elaborar esse projeto tornou-se muito grande.

3.2 Educomunicação: uma das orientações do projeto

Para este projeto foi imprescindível discorrer sobre um conceito relativamente recente nas discussões acadêmicas sobre Comunicação e Educação: a Educomunicação. De fato, a inter-relação entre essas duas áreas foi estabelecida como campo de intervenção social a partir dos anos de 1997 e 1998, com o trabalho de pesquisa realizado pelo Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP, sob a coordenação do professor Ismar de Oliveira Soares.

A construção do conceito de Educomunicação é importante. A união estratégica dessas duas áreas de conhecimento, comunicação e educação, visa atender às deficiências de cada uma no ambiente escolar. Ao falar de comunicação, percebe-se que, apesar de ela estar presente em tudo o que a sociedade produz, sua atuação é nula se for considerada apenas como expansão e difusão pura e simples. É necessário que se produza articulações (contextos) para que a informação se torne comunicável. (SCHAUN, 2002).

Jacquinet (1998), uma das pioneiras nos estudos da Educomunicação, discorre sobre as diferenças entre o “saber escolar e o saber mediático”. Para ela, entre outros tópicos, o conhecimento escolar é fundamentado no patrimônio cultural adquirido geração a geração, enquanto os meios de comunicação se concentram nas atualidades; um é durável, o outro, passageiro; um se atém a formar cidadãos, o outro, consumidores. Jacquinet escreve:

Nos meios escritos e audio-visuais, o que é transmitido é menos saber do que informações (o que não é a mesma coisa). O saber-informação é fracionado, descontínuo, “em mosaico”, como se costuma dizer. O que é privilegiado é “o aqui e o agora”, o rápido e o efêmero, “a encenação” (da informação) mais do que o conteúdo; o sensacional e o emocional mais do que o racional e o abstrato. Enfim, os meios tratam de todos os assuntos, e não há nenhum controle de aquisição. (JACQUINOT, 1998, p.3).

Não há como negar que os alunos do ensino médio adquirem saberes mediáticos tanto quanto saberes escolares. Jacquinet (1998) revela que os alunos se referem mais aos meios de comunicação do que a escola quando questionados sobre como eles adquirem informações. Além disso, o saber escolar é dividido em disciplinas, em horários e professores, sendo raras as manifestações de ligação entre as ciências à prática. Paulo Freire e Sérgio Guimarães escrevem:

[...] ao contrário de nossas escolas, que continuam sob o compasso de velhas fórmulas e velhos conteúdos, os meios de comunicação de massa apresentam a cada dia facetas de uma realidade dinâmica, viva e contemporânea. É absolutamente natural que esses meios exerçam uma função motivadora muito mais eficaz, ainda que se critique a qualidade de seu conteúdo ou se questione o sentido educativo de sua programação. (FREIRE; GUIMARÃES, 1984, P.93).

O que Jacquinet (1998) defende é que se os alunos obtêm diversas informações através das mídias, esses saberes podem ganhar correlação com as matérias estudadas na escola. A revista *Escolado* foi concebida como material de apoio para que os alunos possam estabelecer essas ligações. Concorde-se com a opinião de Jacquinet (1998) de que os meios

de comunicação são fontes de informações certas e que nelas há espaço para análise e comparação dos conhecimentos escolares.

Em suma, o projeto da revista foi baseado no que a Educomunicação propõe. Mas é necessário ressaltar que a revista *Escolado* não é somente um produto midiático cujo conteúdo sejam temas escolares. Conforme explica Tavares Júnior (2007), os objetivos da Educomunicação não se limitam a isso. Esse recente campo teórico-prático visa também à participação ativa dos agentes com os quais se deseja trabalhar. Por isso, esse projeto é uma proposta da qual os jovens são chamados a participar – o que de fato ocorreu. A publicação de artigos de alunos, a indicação de filmes e livros, as sugestões de pauta, os questionamentos e as opiniões sobre como deve ser uma revista voltada para eles contribuíram de maneira decisiva para o projeto executivo. Essa participação será mais intensa e profícua à medida que o público conhecer mais e melhor a revista *Escolado*.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 Imersão

Para elaborar a linha editorial da revista, era imprescindível conhecer melhor o público ao qual a revista é voltada. Assim, fez-se necessário entrar em contato com escolas da rede pública que oferecem ensino médio em Belo Horizonte e Região Metropolitana para que fossem agendadas visitas. Além da aproximação com o público-alvo, as visitas às escolas serviram também para selecionar fontes de informação, personagens para as matérias e voluntários para participar do processo de elaboração dessa mídia. Além das escolas, foram visitados cursinhos pré-vestibulares, feiras de exposição de cursos e outros locais de concentração de jovens.

O método utilizado nas abordagens foi a entrevista, com perguntas pré-elaboradas que tiveram dois objetivos: apurar a realidade indicada pelas referências bibliográficas e identificar gostos e hábitos dos jovens. Além dos alunos, foram entrevistados profissionais da educação e voluntários que exerciam atividades diretamente com os jovens, a exemplo dos membros da Congregação Marista. Esse trabalho de imersão envolveu também a participação direta nas atividades dos jovens.

4.2 Teorias aplicadas à prática

Além do conceito de Educomunicação, inédito em nosso percurso acadêmico, foram utilizadas na revista *Escolado* teorias adquiridas ao longo de todo o curso. A teoria do *Agenda Setting*, por exemplo, segundo a qual a notícia, com a forma e o enquadramento adequados, determina sobre o que as pessoas devem pensar. Essa teoria foi utilizada como ferramenta para que o objetivo da revista fosse alcançado. Isso vai ao encontro da opinião de Traquina, que nos diz sobre a intensidade dessa teoria:

O agendamento é consideravelmente mais que a clássica asserção que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto as seleções de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são poderosos papéis do agendamento. (TRAQUINA, 2005, p.33).

Contudo, para esse projeto, foi necessário concordar com a explicação de Hohlfeldt (2001) que trata o agendamento de notícias não como uma teoria e sim como uma hipótese. Conforme argumenta o autor, teoria pressupõe um paradigma fechado, que não aceita outras reflexões. Teoria é o modo acabado de análise. Por outro lado, hipótese é um sistema flexível, aberto. Trata-se de experiência que, mesmo se não tiver êxito, não anula a intenção de utilizá-la. Mais do que isso, a experiência permite perceber que pode haver outras variantes não previstas que interfiram no resultado.

A hipótese do *Agenda Setting* apresenta a ideia de que o agendamento de notícias ocorre em médio e longo prazo. Essa hipótese indica que os meios de comunicação dão ao público certas preocupações que não chegariam se assim não fosse. Em outras palavras, o público não compartilhará a preocupação se ela não chegar a ele.

Essa ideia se encaixa muito bem com o argumento de Braga e Calazans sobre a seleção de assuntos relevantes para as novas competências que surgem ao longo dos anos no ensino. Por meio do *Agenda Setting*, foi possível chegar a um consenso sobre as informações importantes para os alunos a respeito do vestibular, da escolha de uma carreira e de outras ideias.

O desafio hoje não é substituir informação por um ensino de competências igualmente abstratas — mas sim o de selecionar as informações mais relevantes para as novas competências necessárias. E ainda, ensinar os estudantes a obter e selecionar informações. Mesmo porque as competências pretendidas são sempre ações (operatórias, interpretativas, representacionais, reflexivas, experienciais...) sobre informações e ou/situações do mundo — situações estas que devem ser necessariamente

expressas e representadas, ou seja, devem ser colocadas como informação. (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 127).

Diante dessa perspectiva, esse projeto foi construído para que a cada edição da revista fosse desenvolvido o agendamento de temas que instigassem o jovem a promover o seu próprio desenvolvimento e a contribuir para a comunidade. Mostrar ao aluno que é possível empreender ações é o que defende o educador Paulo Freire:

A realidade não pode ser modificada, senão quando o homem descobre que é modificável e que ele pode fazê-lo. É preciso, portanto, fazer desta conscientização o primeiro objetivo de toda educação: antes de tudo provocar uma atitude crítica, de reflexão, que comprometa a ação. (INTERNACIONAL *apud* FREIRE, 1980, p. 40).

Como contraponto, foi levado em consideração também a Teoria do *Gatekeeper*. Segundo Traquina (2005), ela se baseia na seleção de notícias feita pelo próprio jornalista conforme suas convicções, estas fundamentadas em suas atitudes e expectativas, limitando assim o processo de produção das notícias e do trabalho jornalístico por não considerar outras dimensões importantes desse processo, dentre elas o público leitor. Ao contrário do que propõe a teoria do *Gatekeeper*, a revista produziu reportagens que contribuem para que os adolescentes tenham reflexões sobre os assuntos abordados, e que os façam perceber que podem ser agentes sociais, construtores de uma realidade segundo suas próprias experiências e conhecimentos. Não houve a intenção de considerar os jovens apenas como receptores. Ao contrário, a participação deles nessa revista foi estimulada e valorizada desde a elaboração das pautas até a concepção do projeto gráfico.

Além dessas teorias, foram utilizados os conhecimentos de especialistas na mídia revista, que serviram de grande inspiração. Podemos citar as palavras de Sérgio Vilas Boas (1996) ao afirmar que as revistas requerem textos elegantes e sedutores. Com isso, pôde-se desenvolver uma linguagem mais leve e direcionada ao jovem. Pois, conforme afirma Freire (2004, p. 20), “de uma coisa, qualquer texto necessita: que o leitor ou a leitora a ele se entregue de forma crítica, crescentemente curiosa”.

Segundo Scalzo (2006) em estudos sobre a história das revistas, o que se nota em primeiro lugar não é uma vocação noticiosa do meio, mas sim a afirmação de dois caminhos bem evidentes: o da educação e do entretenimento. Até nos dias de hoje, a escrita é o meio mais eficaz para transmitir informações complexas. “[...] por causa da sua periodicidade [...] elas [revistas] cobrem funções culturais mais complexas que a simples

transmissão de notícias. Entretanto, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura.” (SCALZO, 2006, p.13).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após várias ponderações e análises, chegou-se ao seguinte formato: revista com corte horizontal, com 27 x 20,5 cm e acabamento com dobra e grampo. Definiu-se o número de páginas entre 44 e 56. A capa e as páginas devem ser coloridas. Para evidenciar qualidade, foram eleitos os papéis tipo Couchê 230g e 145g, para a capa e para o miolo respectivamente. Foram utilizadas fontes sem serifas, para dar sensação de modernidade. A periodicidade será mensal e a distribuição é gratuita em escolas públicas de ensino médio de Belo Horizonte e Região Metropolitana. Considera-se que a revista *Escolado* possui potencial de sucesso com o apoio da Secretária de Estado da Educação, UNESCO, Senac, Senai e Senat (Sistema S), e entidades do terceiro setor ligadas à educação. Além disso, a venda de espaço publicitário seria uma importante fonte de renda.

6 CONSIDERAÇÕES

Conceber um produto midiático focado na educação e cidadania para jovens do ensino médio das escolas públicas constituiu-se um enorme desafio. Muitas variáveis tiveram que ser ponderadas: as deficiências do ensino médio brasileiro e a falta de identidade desse grau escolar; as condições socioeconômicas da maioria dos alunos; e, sobretudo, as peculiaridades inerentes aos jovens, que exigem abordagem diferenciada tanto na elaboração dos textos quanto na linguagem visual. Tudo isso permeou as discussões sobre o projeto, a reunião de pauta, o trabalho de campo e a elaboração das matérias. A todo o momento pensou-se nesses fatores.

A Educomunicação foi uma importante ferramenta para que os objetivos da revista fossem alcançados. Reportagens como “O Monstro da Matemática”, “Cantando e Aprendendo” e “Não são as mil e uma noites” são exemplos claros de que é possível unir os saberes escolares com os saberes midiáticos. Juntamente com as teorias trabalhadas ao longo de todo o curso de Jornalismo, a Educomunicação trouxe, acima de tudo, conhecimento e experiência em uma vertente relativamente nova da Comunicação Social. Esse foi um dos grandes legados desse projeto para a carreira dos integrantes do grupo.

A revista *Escolado*, desde a capa até a última página, buscou estabelecer diálogos com o leitor. Isso fica evidente no texto, na forma como as fotos foram produzidas e na participação dos próprios jovens, fundamental para a prática da Educomunicação. Com essa estratégia, foi possível passar mensagens positivas e de incentivo para que os jovens buscassem perspectivas de vida além das suas próprias expectativas. Com o diálogo, também foi possível trabalhar com os pilares Informar, Impressionar, Entreter e levar o jovem à Ação de maneira satisfatória e prazerosa. Por isso, a cidadania encontrou ambiente fértil dentro da revista *Escolado* para ser construída.

O grande interesse demonstrado pelos jovens quando conheceram as intenções do grupo dão motivação para que esse projeto, sonhado desde o quinto período e colocado em prática a partir de setembro de 2010, perdure para além do curso de graduação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina Zamith. **Comunicação e Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001. 164 p.

FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. [et al.]. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 277 p.

FREIRE, Paulo. **Conscientização: teoria e prática da libertação – uma introdução ao pensamento de Paulo Freire**. 3. ed. São Paulo: Moraes, 1980. 102 p.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 30. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004. 152 p.

FREIRE, Paulo; GUIMARÃES, Sérgio. **Sobre educação: diálogos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. 113 p. (Coleção Educação e Comunicação).

JACQUINOT, Geneviève. **O que é um educador?** In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO, 1. São Paulo: USP, 1998. p. 1- 15. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/11.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2010.

KRAWCZYK, Nora. **O ensino médio no Brasil**. São Paulo: Ação Educativa, 2009. Disponível em: <<http://www.bdae.org.br/dspace/bitstream/123456789/2342/1/emquestao6.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2010.

MENEZES, Luis Carlos de. **O novo público e a nova natureza do ensino médio**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 15, n. 42, p. 201-208, ago. 2001. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142001000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 08 set. 2010.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. 112 p.

SCHAUN, Angela. **Educomunicação: reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 126 p.

TAVARES JUNIOR, Renato. **Educomunicação e expressão comunicativa: a produção radiofônica de crianças e jovens no projeto educom.rádio**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-23072009-203453/pt-br.php>>. Acesso em: 12 jul. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2005. 220 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005. 213 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. 223 p.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1996. 129 p.