

**Universidade São Judas Tadeu**  
**Centro de Pesquisa**  
**Regime de Iniciação Científica**

**Camila Caringe**

**Comunicação e Educação: Interfaces e Experiências**

São Paulo, 2008

**Universidade São Judas Tadeu**  
**Centro de Pesquisa**  
**Regime de Iniciação Científica**

**Camila Caringe**

**Comunicação e Educação: Interfaces e Experiências**

*Relatório de pesquisa apresentado ao  
Regime de Iniciação Científica do  
Centro de Pesquisa da Universidade  
São Judas Tadeu, como requisito  
parcial das Atividades de Pesquisa.*

*Orientadora: Ms. Jaqueline Lemos*

São Paulo, 2008

## **DEDICATÓRIA**

Esta pesquisa é dedicada a todos aqueles a quem possa ser útil, diretamente, por meio do que aqui foi exposto, ou indiretamente, a todos que desfrutem do aprendizado da autora, que é uma pessoa melhor ao término do projeto.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha orientadora, Jaqueline Lemos, mais do que cumpridora de função formal e necessária, mas também amiga, conselheira, guia e mentora intelectual, com a qual continuo aprendendo e em cujo trabalho espelho o meu.

Agradeço ao professor Roberto Coelho, que recebeu no primeiro ano do curso de jornalismo uma aspirante à profissional inexperiente e hesitante, a quem deu aulas, atenção e chacoalhões metafóricos quando ministrava a disciplina que seria o mote primeiro desta pesquisa. O verdadeiro muso inspirador deste trabalho, já que as discussões primeiras sobre pesquisas e temas foram com ele e por causa dele.

Um agradecimento especial ao professor Luis Mauro Sá Martino, pela qualidade das aulas, por acompanhar meu desenvolvimento, por ser um auxílio a este trabalho de forma extra-oficial, nem sempre com sua presença efetiva, mas também de maneira indireta e importante com a força de sua obra e de seu exemplo.

Agradeço também a toda a minha família, em especial à minha avó, pela atenção e apoio em todos os sentidos; à minha mãe, pelo auxílio, paciência e detalhismo ao me ajudar com a elaboração dos gráficos necessários a esta pesquisa e, por fim, à minha irmã, pelo apoio e paciência quando precisou dormir com a luz acesa nas madrugadas em que a monografia foi feita.

Agradeço imensamente ao querido Francisco José da Silva Júnior, meu poeta particular, por ser o revisor metodológico e ortográfico destes escritos, por sua paciência, acuidade, disponibilidade e, acima de tudo, verdadeira prova de amizade.

Meu muito obrigada ao anjo Magno Rodrigues Nunes, pelo carinho e dedicação nos momentos de grande euforia pelas descobertas, por se inteirar, entender e fazer parte do processo que originou este trabalho e por percorrer livrarias e sebos à procura de obras necessárias ao meu trabalho.

Aos amigos, todos, que fizeram parte da minha trajetória acadêmica e contribuíram com meu crescimento profissional e pessoal.

Obrigada à Fátima Carvalho, funcionária do Centro de Pesquisa da Universidade São Judas Tadeu, pela atenção e compreensão.

Muito obrigada aos caríssimos Paulo Lima, Ismar de Oliveira, Vivian Ragazzi, Éric Andrade, Simone Nascimento e Ubirajara Barbosa, pela disponibilidade em dar entrevistas, pela atenção com que me receberam, por sua participação nesta pesquisa.

## SUMÁRIO

Dedicatória .....	pág. 03
Agradecimentos .....	pág. 04
Resumo .....	pág. 06
Abstract .....	pág. 07
Apresentação .....	pág. 08
Introdução .....	pág. 09
Capítulo 1- Comunicação: Definições e Teorias .....	pág. 16
Capítulo 2 - Educomunicação: Origens de um conceito .....	pág. 30
Capítulo 3- Mídia Hegemônica .....	pág. 51
Capítulo 4 - Mídia Alternativa .....	pág. 61
Capítulo 5 - Revista Viração .....	pág. 72
Capítulo 6 - Revista Viração/Prática Educomunicativa .....	pág. 84
Considerações Finais .....	pág. 98
Bibliografia .....	pág. 100
ANEXOS.....	pág. 103

## GRÁFICOS

Gráfico I – Paradigma Clássico da Comunicação .....	pág. 19
Gráfico II – Ação + Reflexão (Paulo Freire) .....	pág. 20
Gráfico III – Modelo Funcionalista Sociológico .....	pág. 23
Gráfico IV – Perfil do Educomunicador .....	pág. 35
Gráfico V – Perfil do Educomunicador quanto ao gênero.....	pág. 35
Gráfico VI – Circulação Média - Principais Jornais Diários jan/1998 .....	pág. 54
Gráfico VII – Circulação Média - Principais Jornais Diários jan/2002 .....	pág. 54
Gráfico VIII – Circulação Média - Principais Jornais Diários jan/2008 .....	pág. 55
Gráfico IX – Circulação Média - Principais Revistas jan/1998 .....	pág. 55
Gráfico X – Circulação Média - Principais Revistas jan/2002 .....	pág. 56
Gráfico XI – Circulação Média - Principais Revistas jan/2008 .....	pág. 56
Gráfico XII – Circulação Média - Revistas Segmentadas jan/1998 .....	pág. 57
Gráfico XIII – Circulação Média - Revistas Segmentadas jan/2002 .....	pág. 58
Gráfico XIV – Circulação Média - Revistas Segmentadas jan/2008 .....	pág. 58
Gráfico XV – Crescimento dos Títulos de Revistas .....	pág. 60

## **RESUMO**

O presente trabalho contempla uma pesquisa sobre o conceito e a prática da Educomunicação. Perpassando práticas hegemônicas e alternativas de comunicação, o trabalho tem como objeto de pesquisa o projeto/revista *Viração*, uma publicação impressa, mensal, juvenil, entendida como um veículo que promove processos educacionais. A Educomunicação é um campo recém delimitado e formalizado pela academia, mas é observado há algum tempo em segmentos que visam a transformação social por meio da educação e se utilizam dos meios de comunicação para isso.

Palavras-chave: comunicação, educação, educomunicação, projeto/revista *Viração*.

## **ABSTRACT**

This essay contemplates a research about concept and practise of Educommunication. Troughtout hegemonic and alternative practises of communication, the work has as object of research the project/magazine *Viração*, a monthly printed issue for young people, that is understood as a way of promoting educommunicative process. The Educommunication is a recent delimited field and it was formalized by the academy, but it has been seen for some time by segments that have an intention of social transformation by means of education, and they use the media communication fot this porpuse.

Key words: communication, education, educommunication , project/magazine *Viração*.

## APRESENTAÇÃO

No capítulo 1, *Comunicação: Definições e Teorias*, trataremos de diversos conceitos dos estudos da comunicação, bem como se pretende fazer um breve remonte histórico de alguns dos momentos-chave da evolução do pensamento comunicacional até que se deságue na prática e, mais tarde, no conceito principal trabalhado nesta pesquisa: o da Educomunicação.

O capítulo 2, *Educomunicação: Origens de um conceito*, procura encontrar o marco inicial da Educomunicação como campo da atividade humana delimitado academicamente como tal, bem como encontrar os focos, as definições e as fronteiras objetivas do conceito emergente.

Os capítulos 3 e 4, *Mídia Hegemônica e Mídia Alternativa*, respectivamente, servem para apoiar conceitos e análises básicas que permeiam os estudos anteriores e posteriores sobre meios de comunicação e sua relação com a educação e com o objeto de estudo, o Projeto/revista *Viração*, entendido como veículo alternativo.

No capítulo 5, *Revista Viração*, é possível encontrar o histórico do projeto, seus participantes, suas práticas, seus objetivos, suas formas, seu nascedouro, desde o sonho e o ideal particulares de um jornalista até sua projeção nacional.

No capítulo 6, *Revista Viração/Prática Educomunicativa*, a análise do objeto do ponto de vista de suas propostas e de sua realidade é feita de maneira a elucidar a distância, e as razões para essa distância, existente entre teoria e prática da Educomunicação.



## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa trata de um assunto abordado há longo tempo no universo das ciências da comunicação e da educação, mas que ainda não ganha ampla aceitação e destaque em âmbito prático de ambas, dentro de sua aplicabilidade social. A proposta da Educomunicação<sup>1</sup> é de, justamente, vincular os processos educativos e comunicativos tradicionais, renovando o ambiente escolar e o modo de se veicular informações.

Nessa nova perspectiva, as práticas da comunicação realizadas atualmente pelos veículos de comunicação de massa se tornam insuficientes como (in)formadores, bem como a educação opressiva é considerada rasa para preencher as lacunas das saudáveis dúvidas fomentadas pelos movimentos do mundo (cotidiano, sociedade, tecnologias, inter-relações), já que não têm por prioridade “dar ao homem a oportunidade de re-descobrir-se através da retomada reflexiva do próprio processo em que vai ele se descobrindo, manifestando e configurando – método e conscientização”<sup>2</sup>.

Esta pesquisa, elaborada em Regime de Iniciação Científica no Núcleo de Comunicação Social da Universidade São Judas Tadeu, se articula com trabalhos do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (NCE-ECA/USP)

---

<sup>1</sup> A palavra ‘Educomunicação’ se refere aqui ao conceito novo, oriundo de outros conceitos anteriores, e à sistematização de práticas com uma perspectiva alternativa às práticas da comunicação e da educação tradicionais, bem como serão alternativos seus objetivos e resultados. A palavra ‘educomunicação’ se refere somente à união das práticas comunicativas e educativas e, como ambas são grafadas com letra minúscula, será também com letra minúscula a palavra que delas deriva como interface somente, não enquanto conceito maior academicamente firmado.

<sup>2</sup> FIORI, Ernani Maria. Prefácio. In FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro. 32. ed. Paz e Terra, 1970. p. 15.

sobre propostas educacionais, e se apóia em definições de autores nacionais e estrangeiros que apresentaram suas pesquisas e perspectivas, contribuindo significativamente para esse campo emergente, ajudando a conferir-lhe contornos, limites, possibilidades e método.

Ademais, objetivando tornar a pesquisa mais palpável e aproximá-la das possibilidades reais de aplicação de propostas consideravelmente novas, como é o caso da Educação, elegeu-se como objeto de pesquisa o Projeto/revista *Viração*, criado em março de 2003, a partir do trabalho do jornalista Paulo Lima e que teve início com a Organização Não-Governamental (ONG) Associação de Apoio a Meninos e Meninas da Região Sé (AAMM), em São Paulo.

Com um trabalho que, segundo se pôde constatar, cumpre a tarefa de ser um meio<sup>3</sup> educacional e dialógico, a revista tem a participação juvenil como base de sua estrutura funcional. Integra e articula público e equipe de diferentes regiões, tem circulação nacional e o reconhecimento e apoio de diversas instituições como o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e a Agência Nacional dos Direitos da Infância (Andi), além de diversos prêmios conferidos por sua atuação junto a movimentos sociais e em favor da juventude, discutindo e divulgando preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), trabalhando pela diversidade cultural, étnica, racial, de gênero, sexual, entre outras.

A revista *Viração* conta também com um Conselho Editorial e pedagógico formado por um grupo de pesquisadores da USP que acompanham o processo da revista, que não é mais só revista. Somadas às publicações impressas mensais, há também um portal on-line<sup>4</sup> que oferece

---

<sup>3</sup> Objeto dotado da capacidade de transmitir mensagens, segundo conceitua Marshall McLuhan, em *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem* (Understanding Media), 1964.

<sup>4</sup> <http://www.revistaviracao.org.br/>

mais espaço e liberdade aos jovens que participam dos inúmeros projetos promovidos pela instituição.

Além das reuniões, que acontecem uma vez por mês para definir os assuntos que serão abordados na publicação, e do auxílio para que os jovens mesmos produzam um material jornalístico (que cumpre a função social de divulgação de notícias relevantes a um determinado público-alvo, que também é jovem), a ONG organiza debates, oficinas e projetos em escolas públicas e particulares, de ensino fundamental e médio, para capacitar alunos e professores a criarem e fazerem a manutenção de veículos comunicativos dentro mesmo da escola. O que será visto com maior detalhamento a seguir, num capítulo especialmente reservado às considerações sobre a revista *Viração*.

Como se dá este processo, de quais fontes seus promotores bebem e como e com quais teorias se identificam, dentro das diversas possíveis no estudo das Teorias da Comunicação, é o que, também, será abordado com detalhamento no seguimento deste trabalho.

A confluência dos fundamentos e objetivos dos estudos da educação e da comunicação gera uma interface. E este ponto de encontro é um novo caminho no qual nenhuma das duas anteriores se reconhecem, mas com o qual ambas se identificam. A educomunicação é este momento de encontro, de estranheza e de crescimento, de integração e, justamente por isso, de engrandecimento de percepções há muito isoladas entre si que se reintegram.

O papel da metodologia científica, neste caso, foi o de perceber um movimento de diálogo entre disciplinas teoricamente apartadas que, na prática, se entrelaçavam de maneira forte e produtiva, gerando um processo de revisão nas formas tradicionais do ensino e da comunicação social. Pesquisadores do NCE-ECA/USP mediram e redefiniram os espaços, entenderam a criação, o novo, e fizeram disso uma possibilidade de cultivar formas mais interessantes de

aproximar indivíduos e mundo. Uma reconfiguração no universo da escola, mas com poder de fogo para transformar as relações intra e intersociais, a partir do momento que se pensa numa sociedade para além do ambiente escolar como recreio, de crianças além de seres inaptos, dos veículos de comunicação de massa para além da propaganda, do entretenimento e das notícias ideologicamente selecionadas, levando-se em consideração trabalhos anteriores que já prezavam por essa iniciativa.

Este despertar de consciência ocorre no contato com o mundo. E não, tão-somente, no contato nascido do acaso. Mas também, e principalmente, do contato nascido do conflito. A problematização das situações conduz à necessidade de soluções. E a paz se contrói no entendimento de que nem sempre uma conclusão comum é possível, todavia com o respeito às diferenças e conhecimento claro das circunstâncias que se apresentam, é uma conquista provável. E como é possível a clareza nascida senão do diálogo? Está descrita então, em linhas gerais, a percepção de Paulo Freire quando desenvolveu uma pedagogia em favor dos que não tinham voz (FREIRE, 1970). Não porque não tinham mesmo. Mas porque não havia quem os escutasse quando falavam. Então não falavam.

Ernani Maria Fiori analisa que,

...distanciando-se de seu mundo vivido, problematizando-o, decodificando-o criticamente, no mesmo movimento da consciência o homem se re-descobre como sujeito instaurador desse mundo de sua experiência. Testemunhando objetivamente sua história, mesmo a consciência ingênua, acaba por despertar criticamente, para identificar-se como personagem que se ignorava e é chamada a assumir seu papel. [*e ainda*] ...ninguém se conscientiza separadamente dos demais.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido, passim*. Rio de Janeiro. 32. ed. Paz e Terra, 1970. p. 15.

A educação se torna, então, uma questão central quando se fala em transformações sociais, uma vez que não há participação efetiva no mundo se o indivíduo não participa ativamente dos processos de troca de informação e cultura. Se a participação efetiva presume consciência e esta se dá pelo conhecimento adquirido por meio de informações contextualizadas, então a liberdade de escolha e a efetivação dos direitos humanos estão conectadas. “Só existe opção quando se tem informação. Ninguém pode dizer que é livre para tomar o sorvete que quiser se conhece apenas o sabor limão.”<sup>6</sup>

Portanto, se a informação é a base da educação e esta é necessária para a emancipação real e segura de um indivíduo, deduz-se que o papel dos veículos de comunicação de massa desempenham funções relevantes, porque complementam o processo educacional enquanto disseminam informação.

Afinal, depois da escola (e nos referimos aqui ainda às instituições tradicionais, que não abarcam os multimeios no processo educativo), crianças e adolescentes acessam as mais variadas mídias. Assistem televisão, ouvem rádio, lêem jornais e revistas, se conectam à internet. Vale lembrar que uma instituição de ensino pode ser moderna do ponto de vista tecnológico, mas não do ponto de vista pedagógico e não ter preocupação com o desenvolvimento do senso crítico dos cidadãos em formação.

Quando a escola nega os meios e deixa de educar para eles, quando não trabalha com as múltiplas possibilidades de contato com o real que as novas tecnologias podem propiciar, ela se aliena de um processo que acontece com ou sem o seu apoio. É o aluno contactando um mundo novo, virtual, imagético, *hiperlinkado*, interativo, digital, contudo, sem subsídios para questionar

---

<sup>6</sup> DIMENSTEIN, Gilberto. *O cidadão de papel*. São Paulo: Ática, 1993. p. 145.

e criticar o que lhe chega. E a escola, quanto mais nega e se reduz ao sistema conservador de ensino, mais se distancia do universo dos jovens. E, ainda que os estudantes não sejam jovens, a escola deixa de corresponder às expectativas que o mundo promove. Eis, então, que o aluno não passa de depositário de dados, pronto a repetir indefinidamente as fórmulas básicas de um conhecimento do qual, em verdade, não se apropriou. A educação bancária<sup>7</sup> descrita e teorizada por Paulo Freire.

O docente coloca seu aluno nesta relação consigo. Faz do discente um mero apanhador de conceitos e não um sujeito participativo de sua sociedade e conquistador de sua cidadania. Porque ele parte do pressuposto de que seu aluno chega à escola sem saber, e ele, o professor, é o responsável por fazer com que o aprendizado se concretize. O aluno, dominado pelos padrões interiorizados do ensino, resigna-se. Entende a si mesmo como alguém que não sabe. Introspecta essa postura passiva diante de seu aprendizado e limita-se ao conteúdo veiculado. Ou não.

Os veículos de comunicação de massa, interessados que são na audiência e na conversão de capital simbólico em valores monetários, caçam novidades e criam situações como o modismo do *infotimento*, que “é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, público.”<sup>8</sup> É a informação descontextualizada deixando de se consolidar em conhecimento. É o conhecimento se extraviando dos caminhos da sabedoria.

O tema desta pesquisa já motivou uma série de outros trabalhos. Eis porque, com esta monografia, busca-se dar mais visibilidade ao debate, já que parece ser uma perspectiva

---

<sup>7</sup> FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro. 32. ed. Paz e Terra, 1970. p. 57.

<sup>8</sup> DEJAVITE, Fabia Angélica. *A Notícia light e o jornalismo de infotimento*. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

dimensionada e circunscrita ao universo acadêmico e a movimentos sociais alternativos às atividades hegemônicas dos citados campos.

Os movimentos que facilitam e se apropriam dessas novas possibilidades impulsionam observações e não tardam a provocar também mudanças substanciais nas relações dos homens uns com os outros e com os meios (ambiente e tecnologia) dos quais fazem uso, além de lançarem um novo e audacioso olhar ao mundo. Um olhar integrado ao seu espaço e consciente das trocas de mensagens, crítico e perceptivo das ideologias que navegam por vezes obscuras, por vezes evidentes, no mar informacional das experiências sociais cotidianas.

## 1. COMUNICAÇÃO: DEFINIÇÕES E TEORIAS

“Porque comunicação significa, bem lá no fundo, comunhão...”

*Juan Enrique Diaz Bordenave*<sup>9</sup>

De acordo com José Haroldo Pereira, “a comunicação pode ser considerada o processo social básico, porque é ela que torna possível a própria vida em sociedade”<sup>10</sup>. Do latim, *communicare*, significa participar, fazer saber. E aqui já é possível verificar a função educativa da comunicação, uma vez que informar é alimentar possibilidades de relações entre dados que, finalmente contextualizados, cristalizam conhecimento.

De acordo com o *Dicionário de Análise do Discurso*, de Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau (2008), a palavra comunicação “foi emprestada (fim do século XIII e início do XIV) do derivado latino *communicatio* ‘tornar comum, troca de palavras, ato de fazer parte’ [...] e foi enfocada desde o francês antigo como um modo privilegiado de relações sociais”<sup>11</sup>. Ainda de acordo com o *Dicionário*, “o que as definições têm em comum é que a comunicação é dada como uma espécie de resposta à grande questão da comunidade social. A comunicação permitiria

---

<sup>9</sup> BORDENAVE, Juan E. D.. *Além dos meios e Mensagens: Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência*. Rio de Janeiro. 5. ed. Vozes, 1983. p. 10.

<sup>10</sup> PEREIRA, José Haroldo. *Curso Básico de Teoria da Comunicação*. Rio de Janeiro. 4. ed. Quartet, 2007. p. 9.

<sup>11</sup> ROBERT, Le. *Dictionnaire historique de la langue française*. Paris. Larousse, 1994 *apud* CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004. Verbetes: *Comunicação*. p. 103.



aos homens estabelecer relações que lhes dão a medida do que os diferencia e os assemelha, criando assim elos psicológicos e sociais.”<sup>12</sup>

Já se aproximando das Teorias da Comunicação, Bordenave (1983) mencionou a conclusão da Comissão Internacional sobre Problemas da Comunicação, criada em 1977 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO): “A comunicação é uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana realizada através do uso de signos.”<sup>13</sup>

Ao elaborar sua própria definição, Bordenave conclui que “a comunicação não é somente o reflexo do tipo de relações sociais imperantes numa sociedade. É um fenômeno ainda mais básico e mais universal de influência recíproca.”<sup>14</sup>

A partir do final da década de 60 do século XX, por conta de evidentes avanços tecnológicos, o mundo assistiu a mudanças que atingiam diretamente as formas de se comunicar. A cultura de massa, entendida a partir do surgimento dos veículos de comunicação de massa, trouxe importantes transformações na maneira de perceber o mundo e de participar dele. Não podemos comparar a sensação de ouvir um jogo de futebol pelo rádio à experiência de assistir pela televisão em preto-e-branco ou à percepção do mesmo jogo em televisão de plasma e tela plana, sem dizer da mudança provocada na recepção das mesmas informações, até porque não seriam exatamente as mesmas, já que os diferentes meios levariam o sujeito a diferentes graus de envolvimento e de percepção da mesma situação.

---

<sup>12</sup> CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004. Verbete: *Comunicação*.

<sup>13</sup> BORDENAVE, Juan E. Diaz. *Além dos Meios e Mensagens: Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência*. Rio de Janeiro: Vozes, 1983. 5. ed. p. 12.

<sup>14</sup> Idem.

Tampouco podemos dizer que sujeitos de diferentes classes econômicas e/ou sociais assistem aos mesmos programas pois, ainda que sejam literalmente os mesmos programas, em aparelhos de máxima semelhança, os indivíduos em questão terão repertórios diferenciados, portanto, maneiras diferenciadas de perceber as mesmas referências. Ou seja, recepcionarão as informações de maneiras distintas, alimentados, entre outras coisas, pelas experiências sociais proporcionadas pelos ambientes próprios ao universo de cada um.<sup>15</sup>

Os estudos acerca das Teorias da Comunicação são amplos, tomando em particular aquela que se denomina de massa ou de difusão coletiva e os meios pelos quais se dá. Sobre isso é possível focar as pesquisas em suas modalidades discursivas, em sua linguagem, na recepção do conteúdo veiculado, na ideologia retroalimentada por essa recepção, nas expectativas dos consumidores da informação, nas estratégias de produção e de partilha de bens simbólicos, entre outros. São inúmeras as ênfases concebíveis nos estudos da comunicação que se entrelaçam com outras ciências que abarcam a cultura, a educação, a sociologia, a filosofia.

É possível ainda observar de forma crítica o impacto psicossocial das mensagens veiculadas, mas não é este nosso caso.

O relevante no presente trabalho é atentar aos pensamentos acerca dos processos comunicativos e qual a evolução deles até que desemboquem na interface de duas práticas, comunicação e educação.

---

<sup>15</sup> MARTINO, Luís Mauro Sá. *Comunicação: Troca Cultural?*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 16.

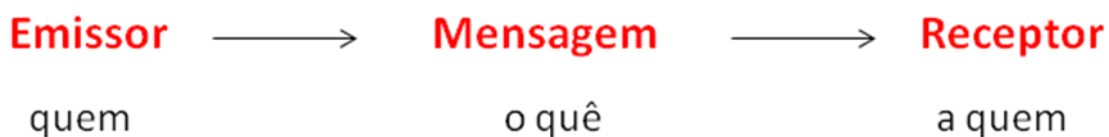
Para isso será utilizada a noção de paradigma – representação exemplar, princípio de ordenação baseado em teorias que ensejam na elaboração de modelos<sup>16</sup> – teoria e modelo – modo de (se) fazer, simplificação<sup>17</sup>.

O primeiro modelo de que se tem notícia é o que propunha Aristóteles, cerca de 300 anos antes de Cristo, estipulando que a comunicação se dava entre um emissor, que enviava uma mensagem, a mensagem a ser veiculada e seu receptor, a quem cabia tão somente a recepção do conteúdo veiculado de interesse do emissor.<sup>18</sup> Logicamente, presumia que qualquer falha (ruído) na comunicação corrente seria resultado de falha do emissor e sua responsabilidade, já que era seu o interesse na compreensão por parte do receptor.

## GRÁFICO I – PARADIGMA CLÁSSICO DA COMUNICAÇÃO

### *Paradigma Clássico*

*Aristóteles*



---

<sup>16</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 56.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 59

<sup>18</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 17.

Vale lembrar que foi o mesmo filósofo quem teorizou sobre a palavra grega *theoria*, que tem por princípio a “ação de contemplar”<sup>19</sup> e “corresponde a retirar algo de sua realidade imediata, abstraindo-o, e proceder a um exercício de raciocínio logicamente orientado”<sup>20</sup>.

Naturalmente a teoria presume a prática e esta é burilada pela teorização do algo que se contempla, justamente com o objetivo mesmo de aprimorá-la. Porém, uma sem a outra não é senão um processo incompleto, um caminho não percorrido. “A superioridade outorgada à teoria conduz a um pensamento idealista; a ênfase dada à prática, a um pragmatismo. Idealismos costumam separar racionalidade e realidade; praticismos preconizam uma visão meramente utilitária da ação humana.”<sup>21</sup>

A metodologia de Paulo Freire parece complementar o raciocínio anterior quando lembra que a palavra é mais do que somente um meio para que o diálogo aconteça, possuindo duas dimensões: ação e reflexão, que correspondem respectivamente à prática e teoria<sup>22</sup>:

## **GRÁFICO II – AÇÃO + REFLEXÃO (Paulo Freire, 1987)**

(ação)  
Palavra \_\_\_\_\_ = Práxis

(reflexão)  
Sacrifício \_\_\_\_\_  
(da ação) = palavreria, verbalismo, blablablá  
(de reflexão) = ativismo

<sup>19</sup> ARISTÓTELES. *Ética à Nicômano*. In POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 17.

<sup>20</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 17.

<sup>21</sup> Idem. p. 17

<sup>22</sup> FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 32. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 77.

Após um longo período letárgico dos estudos da comunicação, que a bem da verdade é uma ciência relativamente nova, com cerca de 150 anos, as discussões foram avidamente retomadas por conta dos choques de realidade<sup>23</sup> sofridos pelas sociedade por causa do desenvolvimento das novas tecnologias da informação. De acordo com McLuhan, o ser humano cria mecanismos de auto-amputação para proteger seu sistema nervoso central, de forma que desenvolve extensões de si mesmo (meios, invenções que potencializam suas função inatas insuficientes a partir de dado momento), do que surgem as novas tecnologias que provocam, novamente, choques que geram novas necessidades.

Ainda segundo o autor, o homem teria sido destribilizado, ou seja, tornado-se menos dependente da cultura oralmente veiculada por seus pares, a partir da invenção de códigos que pudessem ser registros escritos do que antes existia somente na memória e na oralidade, o que não demorou a evoluir à fragmentação do alfabeto fonético, quando o homem então rompeu, pela primeira vez na história, com a dualidade tempo-espço, já que podia consultar o conhecimento atingido em outras épocas e outros lugares. Eis então um homem visual, mais do que auditivo.

Mais tarde, a grande invenção marcante do desenvolvimento da comunicação humana foi a criação de Johannes Gutenberg (1400-1468): os tipos móveis de metal<sup>24</sup>. A partir disso teve

---

<sup>23</sup> MCLUHAN, Marshall. *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964. p. 87.

<sup>24</sup> Sabe-se que “na China e no Japão, a impressão já era praticada há muito tempo – desde o século VIII, se não antes –, mas o método geralmente utilizado era o chamado de ‘impressão em bloco’: usava-se um bloco de madeira entalhada para imprimir uma única página de um texto específico. O procedimento era apropriado para culturas que empregavam milhares de ideogramas, e não um alfabeto de 20 ou 30 letras”, explicam BRIGGS & BURKE in: BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia – de Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. (pág 26)

início a “civilização tipográfica”<sup>25</sup>, que viabilizava a comunicação do mesmo conteúdo em larga escala, já que permitia a impressão do mesmo molde um incontável número de vezes. Foi a primeira manifestação da cultura de massa por meio da tecnologia. Logo após veio a idade da eletricidade, onde a comunicação é feita por meios elétricos que conectam as pessoas em tempo real, criando a noção de instantaneidade da informação e quebrando radicalmente as noções de distância, introduzindo a idéia de “aldeia global”<sup>26</sup>.

Entre 1900 e 1930, por conta dos novos processos de produção industrial, criou-se a convicção de que as pessoas agiam sob “automatismos comportamentais” o que levou a crença de que os meios de comunicação de massa corroboravam e efetivavam condicionamentos, tendo, assim, um poder absoluto sobre as sociedades que estivessem sob sua influência. Os grandes centros urbanos passavam a ser o cerne da “mass society”, onde valores como a solidariedade eram mecanicamente oferecidas por necessidade e as relações eram percebidas como cada vez mais impessoais e exclusivistas. A noção do *homo urbanus* banhado pela mídia surgiu quando jornais, cinema e rádio começaram a ganhar, de fato, força.<sup>27</sup>

Do funcionalismo sociológico de Harold Lasswell (1948) veio a teoria de que não somente a sociedade estava organicamente ligada e assim precisava estar para que funcionasse enquanto mesmo sociedade, como também que existiam mais elementos que permeavam o ato comunicativo e que estes eram relevantes a observação de qualquer fenômeno desta natureza.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

<sup>26</sup> MCLUHAN, Marshall. *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

<sup>27</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

<sup>28</sup> MATTELART, Armand e MATTELART Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 9. ed. São Paulo: Loyola, 1999. p. 47.

### GRÁFICO III – MODELO FUNCIONALISTA SOCIOLOGICO

#### **Modelo Funcionalista Sociológico**

Harold Lasswell



“Nos anos 40 e 50, a história da sociologia funcionalista da mídia situa, como inovação, a descoberta de um elemento intermediário entre o ponto inicial e o ponto final do processo de comunicação”<sup>29</sup>, que colocava em cheque o efeito indiferenciado observável na teoria de Lasswell e sua sociedade massificada.

Para Paul Lazarsfeld, “todo o ser humano é capaz de fazer escolhas” e “nega que um público tido por ‘massivo’ somente ‘reaja’.”<sup>30</sup> As pesquisas que levaram ao desenvolvimento do

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

entendimento do “duplo fluxo da comunicação”<sup>31</sup> entraram em choque com a Teoria Crítica, que ganhava fôlego tendo como cenário as duas primeiras grandes guerras e para a qual a ideologia veiculada através de veículos de comunicação de massa exercia influências esmagadoras e inevitáveis. Os frankfurtianos Max Horkheimer e Theodor Adorno desenvolvem o conceito de “indústria cultural”<sup>32</sup> e pelo teor de seus estudos precisaram sair da Alemanha depois que Hitler tomou o poder, só retornando em 1950. Durante o tempo de exílio, deram continuidade a seus estudos nos Estados Unidos e a sua intenção era confluir as teorias de Marx e Freud, no sentido de dar corpo a uma nova teoria que desse conta dos fenômenos sociais ocorridos a partir de transformações instigadas por conta da comunicação de massa e suas produções culturais e artísticas.

Da obra *A Ideologia Alemã*, de Karl Marx, surgiu a função dialética dos conflitos políticos e ideológicos pelos quais a humanidade sempre passava e, segundo ele, sempre passaria, com as classes econômicas num eterno digladiar para que se resolva o impasse da questão da exploração e dominação de um grupo sobre o outro. De acordo com Marx, o mundo é feito de oposição e contrastes, e a realidade é fruto do embate entre eles. Tal concepção deu origem ao Paradigma Conflitual-Dialético<sup>33</sup>, aproveitado pelos frankfurtianos para explicar a pressão exercidas por uma ideologia dominante e as novas tecnologias surgiam por causa da necessidade do acúmulo de capital e em defesa do “processo de legitimação de seus princípios

---

<sup>31</sup> MATTELART, Armand e MATTELART Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 9. ed. São Paulo: Loyola, 1999. p. 47.

<sup>32</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

<sup>33</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. Pág. 118.



afirmativos”<sup>34</sup>, de onde que o filósofo francês neomarxista Louis Althusser desenvolveu o conceito de Aparelho Ideológico de Estado, constituído pelas Forças Armadas, Igreja, Escola, Poder Judiciário, Partidos Políticos e órgãos da Comunicação Social, todos trabalhando para disseminar ideologias claramente fincadas no objetivo de fazer a manutenção do poder vigente.<sup>35</sup>

Mas as teorias que disfrutaram de maior prestígio nas últimas duas décadas do século XX foram aquelas nascidas do Paradigma Culturológico. A Teoria Culturológica ganhou respaldo, entre outros, do sociólogo Edgar Morin, para quem “a cultura é um sistema que faz comunicar – em forma dialética – uma experiência existencial e um saber constituído”<sup>36</sup>. Logo, as novas formas de acessar culturas traziam modificações fundamentais também para as maneiras como nos relacionamos com o mundo e como o percebemos, já que influenciados pelos novos horizontes descortinados pela televisão, cinema, rádio, livros, *internet*. Todos esses movimentos novos, inclusivos e globalizantes mudariam fundamentalmente nossa cultura, porque afetariam a forma de perceber no ambiente, ampliando a noção de espaço para o local compartilhado internacionalmente, bem como valores que também seriam globalmente aceitos, como as noções estéticas.

A vida que falta a tantas vidas é mostrada em distantes horizontes geográficos (exotismo) ou históricos (passado aventuroso ou futuro descortinado pela ficção científica); e surge, épica ou lírica, nos desvãos da vida real, seja no alto da pirâmide social, seja em seus degraus mais baixos. Os “olimpianos” – personalidades do mundo do espetáculo, dos esportes e da moda, que vivem em um “Olimpo” bem distinto e distante da realidade cotidiana de milhares de homens anônimos – garbosamente se subtraem às dificuldades da vida cotidiana

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 120.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. 124.

<sup>36</sup> MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no Século XX: O Espírito do Tempo – 2. Necrose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977. Pág. 77.

e, se não chegam a escapar a todas as pressões e aos constrangimentos da vida real, é porque no fundo são humanos, o que os torna de pronto identificáveis.<sup>37</sup>

A esta altura, Antonio Gramsci já tinha introduzido o conceito de *hegemonia* no contexto filosófico e político do modelo teórico dos *Cultural Studies*<sup>38</sup>, cujo maior expoente talvez tenha sido Stuart Hall, autor da obra *The Popular Arts* em conjunto com Paddy Whannel<sup>39</sup>.

A Teoria Crítica, mesmo considerando sua relevância, não dava conta de ver o receptor (de mensagens veiculadas para a massa) como um sujeito de características individuais, dotado de senso crítico baseado em seu repertório cultural, capaz de selecionar conteúdos os quais deseja entender e absorver ou descartar.

Com esta intenção, o filósofo espanhol Jesús Martín Barbero desenvolveu estudos das práticas de comunicação e movimentos sociais na América Latina, o que invalidou a tese de que o receptor era totalmente passivo, já que as mensagens ideológicas veiculadas por emissores encontravam ou não retroalimentação por parte dos receptores, no que cabia uma negociação de valores, uma atitude ativa. Para Martín Barbero, “o espaço público da cidade se desintegra, o fluxo, a fragmentação, a reclusão doméstica e a comunicação, mediada pela televisão e pelas novas tecnologias, reconfiguram hábitos e culturas, criando diferentes sociabilidades.”<sup>40</sup> Em concordância, paralelamente, Paulo Freire desenvolvia seus estudos, também baseado em

---

<sup>37</sup> POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 127.

<sup>38</sup> *Ibid.*

<sup>39</sup> MATTELART, Armand e MATTELART Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 9. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

<sup>40</sup> BARBERO, Jesús Martín. *Cidade Virtual: Novos Cenários da Comunicação*. Revista Comunicação e Educação. Editora Moderna, USP, São Paulo: jan/abr. 1998.

experiências que viveu durante o tempo de exílio (época da ditadura militar) pela América Latina, uma metodologia de observações e práticas fundamentadas na perspectiva de que o conhecimento se dá através da interação entre as pessoas. A *Pedagogia do Oprimido* foi largamente discutida e propiciou ao pensador reconhecimento internacional, de maneira que tinha como princípio uma correta interação comunicativa entre docente e discente para que se dessem processos cognitivos, ou seja, do que pode levar ao conhecimento de algo.

Se, na educação como situação gnosiológica, o ato cognoscente do sujeito educador (também educando) sobre o objeto cognoscível não morre, ou nele se esgota, porque, dialogicamente, se estende a outros sujeitos cognoscentes, de tal maneira que o objeto cognoscível se faz mediador da cognoscitividade dos dois, na teoria da ação revolucionária se dá o mesmo. Isto é, a liderança tem, nos oprimidos, sujeitos também da ação libertadora e, na realidade, a mediação da ação transformadora de ambos. Nesta teoria da ação, exatamente porque é revolucionária, não é possível falar nem em ator, no singular, nem apenas em atores, no plural, mas em atores em intersubjetividade, em intercomunicação.<sup>41</sup>

Neste ponto da história dos pensamentos a cerca da comunicação já se pode vislumbrar a interface de que se trata o presente trabalho: a Educomunicação.

As observações das transformações tecnológicas, que começaram, mas nem de longe se esgotaram com McLuhan, só tornaram mais prementes as discussões a cerca da necessidade de se colocar sujeito e mundo em atrito, a fim de que se dê a verdadeira e segura construção do conhecimento, que só pode ser formulado por meio de sua completa e atônoma inserção social e exercício de sua cidadania, o vigia do cumprimento de seus próprios direitos e deveres.

As novas tecnologias, por um lado, ajudam a provocar um contato maior com a desejável realidade imediata, posto que coloca o homem conectado em uma situação de domínio de si próprio e dos caminhos que pretende percorrer até o que se quer ver e conhecer, ainda que esteja

---

<sup>41</sup> FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 32. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 125.

muito distante de si, em outros tempos ou outros lugares. Mas, ao mesmo tempo, também diminui o contato real com a realidade, posto que este mesmo contato acaba por ser substituído, muitas vezes, por experiências virtuais.

Além disso, não fica descartada a disseminação de conteúdos ideológicos pelos veículos de comunicação de massa. De maneira que a criticidade é desejável, a fim de que se perceba o que é real e o que é criação mitificadora midiática que se transforma em bens simbólicos e/ou físicos.

Não é possível levar um sujeito – e não mais receptor – a criticidade se não trabalha com ele as noções mesmas que se deseja que ele desenvolva por si, uma vez que criticidade não é matéria que se decore.

A multimídia então, passa a ser fundamental no processo educativo, mas não só. É necessário também que os alunos sejam acompanhados por um profissional preocupado com a formação integral dos indivíduos guiados por ele. Assim também é com os jornalistas que pautam e desenvolvem pautas a fim de informar a população e, assim, indiretamente, educá-la. Se não houver intenção de contextualizá-lo, de fornecer à sociedade ferramentas pelas quais é possível conhecer e, por isso, viver melhor, fazendo escolhas mais livres (tanto quanto possível), então o processo educacional não está acontecendo.

A intenção aqui não é traçar um relato detalhado da evolução das teorias, nem trabalhar a fundo os conceitos que permeiam os processos comunicativos, já que os conceitos de signo (o que é usado para significar algo para alguém em algum lugar), significante (o que é perceptível pelos sentidos), significado (ao que remete o dado signo) e referente (o objeto em si ao que se

referia), são usados em análises mais profundamente delineadas quando de pesquisas focadas em análises semióticas (com base na ciência dos signos)<sup>42</sup> de determinado conteúdo.

O foco do trabalho é sobre processos da comunicação jornalística (feita por meio de jornais, revistas, telejornal, noticiário radiofônico, agências de notícia) e educativa (dos livros didáticos, aulas, palestras), visual e sonora, interpessoal (entre pessoas), inter e intragrupal (a comunicação que acontece entre membros de um mesmo grupo e entre grupos), além da comunicação de massa (direcionadas a um grande público), direta (presencial) e indireta (mediada), unidirecional (não-participativa, onde apenas um lado é promotor do ato comunicativo), mas com ênfase na comunicação bidirecional (quando os dois ou mais sujeitos que se comunicam tem seu discurso autorizado de forma equivalente), pública (ou seja, onde não cabe assuntos de interesses particulares, mas sim, gerais)<sup>43</sup>.

Interessa, mais precisamente, a definição de Gillo Dorfles quando se refere à comunicação social: “A comunicação – entendida em sua acepção mais vasta, como utilização dos *mass media*, como comunicação escrita, falada, cantada, recitada, visual, auditiva e figurativa – está sem dúvida, na base de todas as nossas relações intersubjetivas e constitui o verdadeiro ponto de apoio de toda a nossa atividade pensante.”<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> PEREIRA, José Haroldo. *Curso Básico de Teoria da Comunicação*. 4. ed. Rio de Janeiro: Quartet, 2007.

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> BORDENAVE, Juan E. Díaz. *Além dos Meios e Mensagens: Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência*. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1983. p.11.

## 2. EDUCOMUNICAÇÃO: ORIGENS DE UM CONCEITO

“A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquela.”

*Paulo Freire*<sup>45</sup>

“Em 1996 a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) introduziu a idéia de que a educação não se limita à escola e aos meios formais/intencionais com os quais trabalha, mas é um campo amplo e encontra-se em processo na família, nas relações sociais, no trabalho, na sociedade, na cultura e nos meios de comunicação inseridos nesses espaços.”<sup>46</sup> Eis a perspectiva da Educomunicação.

A proposta parece simples, a princípio. Une-se as práticas e conceitos da Educação aos da Comunicação. Desta soma temos um produto. Novo, eficaz, pronto. Mas os fundamentos que norteiam, dão corpo e forma de atuação a este novo campo foram vistos e revistos, pensados e questionados, até que se anunciasse a nova práxis.

A Educomunicação é um campo da atividade humana com evoluções que já aconteciam há muito tempo em diversas experiências, em diversas regiões e de diversas formas, mas sempre

---

<sup>45</sup> MELO, José Marques de. *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo:Paulinas, 1985. p. 5.

<sup>46</sup> LIMA, Solange Martins Couceiro de. Comunicação & Educação: um olhar para a diversidade. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, Ano XII, n.1, p. 7, jan./abr. 2007.

com o mesmo objetivo: aumentar o atrito entre cidadão e mundo de maneira a provocar o desenvolvimento de ambos.

De acordo com o Professor Doutor Ismar de Oliveira Soares, coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (NCE-ECA/USP), a palavra *educomunicação* já vinha sendo usada para designar a educação para os meios, a formação do receptor crítico, ativo frente à mídia. Porém ela passou, a partir das pesquisas do NCE de 1997/1998, a designar algo mais complexo. É o campo pelo qual pessoas se organizam para interferir, através da sua ação organizada, numa área de interface entre comunicação, educação, tecnologias e processos de mobilização pela prática da cidadania. Portanto, é um conceito que designa uma prática social. “E chamamos isso de campo, no sentido de que é construído politicamente.”<sup>47</sup>

A educação é um campo de práticas definidas, assim como a comunicação. E as práticas da Educomunicação emergem trazendo aos pesquisadores a noção de um novo campo que nasce a partir das ciências humanas em geral, mas com uma contribuição específica, de um pensamento claro, de uma atividade com metodologia de procedimento, possibilitando a ação de um novo profissional.

A obtenção dessa clareza se deve, obviamente, às pesquisas acadêmicas. Porém, a academia não criou o campo. Simplesmente detectou sua existência. Houve então, na ECA/USP, uma pesquisa que envolveu 12 países da América Latina, numa amostragem de 178 especialistas, através de questionários, de entrevistas em profundidade e análise desse material, o que permitiu uma sistematização, que está sendo socializada.

---

<sup>47</sup> Em entrevista à autora do presente trabalho, realizada em abril de 2008.

E junto com essa pesquisa, que chamamos de pesquisa fundadora da concepção, do entendimento do campo, outras estão sendo desenvolvidas. Só aqui na ECA, de 2000 até 2008, 60 pesquisas foram feitas. Todas em torno desses conceitos, algumas os reafirmando, outras se aproximando deles. Porém, o importante é constatar isso. A sociedade se mobiliza e tem um tipo de ação. A academia vem, observa, descreve, divulga e dialoga sobre isso.<sup>48</sup>

Então, foi convocado um congresso no Brasil pelo NCE em 1998, para que se pudesse obter mais informações sobre as hipóteses que, em pesquisas prévias, os especialistas haviam levantado. Foi feita uma convocatória na qual foram elaboradas as áreas de intervenção da educomunicação, que são Educação para os Meios, Mediação Tecnológica, Expressão da Comunicação através das Artes, a Gestão da Comunicação, a Reflexão Epistemológica.

Nossa hipótese era a seguinte: se houvesse interesse de especialistas para estar naquelas áreas, estaríamos tendo um indício de que aqueles conceitos que definiam áreas eram conhecidos. E conhecidos se relacionados à interface comunicação e educação. Isso aconteceu. A nossa hipótese era de que o campo da educomunicação era formado por pessoas que trabalhavam com educação para os meios.<sup>49</sup>

As definições nascidas do trabalho relatado levaram à esquematização da visão do NCE-ECA/USP sobre o novo campo, que foram divulgadas em 1999 durante um Fórum promovido no Brasil pelo Ministério da Educação. Logo, a Educomunicação é definida como um conjunto de práticas destinadas a:

- 1) Integrar às práticas educativas o estudo sistemático dos sistemas de comunicação (observando-se como os meios de comunicação agem na sociedade e buscar formas de colaborar com os alunos para conviverem com eles de forma positiva, sem se deixarem manipular.)
- 2) Criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos (o que significa criar e rever as relações de comunicação na escola, entre direção,

---

<sup>48</sup> *Idem.*

<sup>49</sup> Este processo é considerado por Ismar de Oliveira Soares como o marco inicial da Educomunicação.



professores e alunos, bem como da escola para com a comunidade, criando sempre ambientes abertos e democráticos.)

3) Melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas

E ainda, a Educomunicação necessita que sejam observados alguns procedimentos, sem os quais fica irreconhecível. Entre estes<sup>50</sup>:

a) É necessário prever e planejar “conjuntos de ações”, no contexto do plano pedagógico das escolas, e não ações isoladas (uma ação isolada não modifica as relações de comunicação num ambiente marcado por práticas autoritárias de comunicação);

b) Todo planejamento deve ser participativo envolvendo todas as pessoas envolvidas como agentes ou beneficiárias das ações;

c) As relações de comunicação devem ser sempre francas e abertas (a educomunicação busca rever os conceitos tradicionais de comunicação, como se existisse apenas para persuadir ou fazer a boa imagem dos que detêm poder e fama. Aqui, a comunicação é feita para socializar e criar consensos);

d) O objetivo principal é o crescimento da auto-estima e da capacidade de expressão das pessoas, como indivíduos e como grupo.

Uma vez definido o campo e as características de sua prática, há que se definir o profissional que atuará no novo espaço.

Segundo a pesquisa mencionada, o educador é o profissional que demonstra capacidade para elaborar diagnósticos e de coordenar projetos no campo da inter-relação Educação/Comunicação. Entre as atividades que desenvolvem, destacam-se:

a) A implementação de programas de “educação para a comunicação”, favorecendo ações que permitam que grupos de pessoas se relacionem adequadamente com o sistema de meios de comunicação.

b) O assessoramento a educadores no adequado uso dos recursos da comunicação, como instrumentos de expressão da cidadania.

---

<sup>50</sup> SOARES, Ismar de Oliveira. *Mas, afinal, o que é educomunicação?* Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>. Acesso em: 18/ jan/2008.

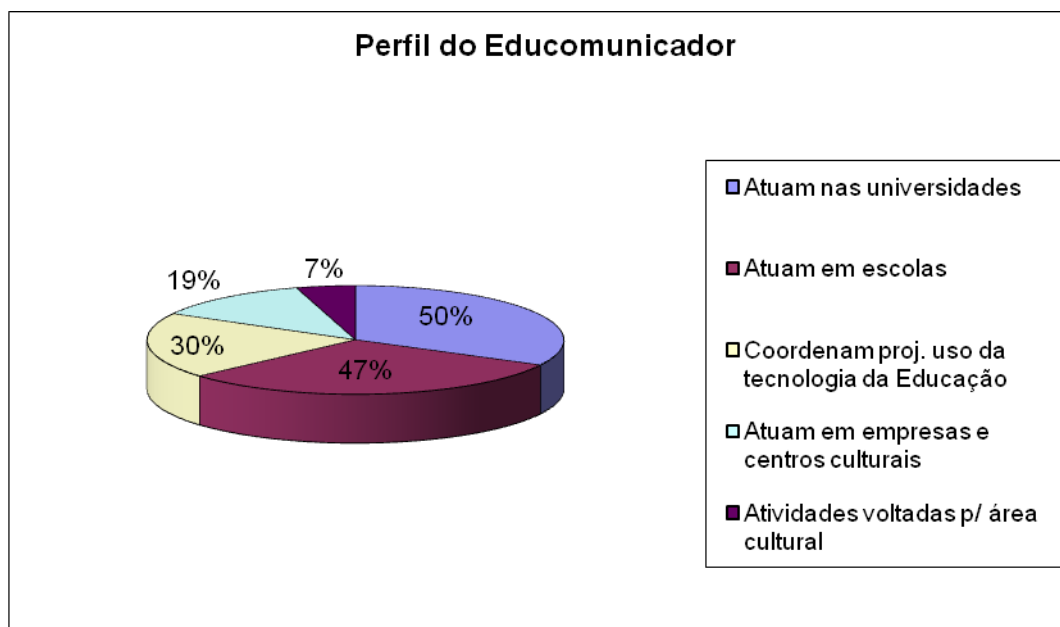
E os pesquisadores, quando da pesquisa realizada com os 178 profissionais especializados dos 70 países participantes, ainda constataram que:

- 50% dos especialistas atuam nas universidades, dedicando-se à pesquisa sobre a inter-relação Comunicação/Educação.
  - 47% atuam em escolas, dedicando-se a trabalhos voltados para um melhor conhecimento do sistema de comunicação, desenvolvendo, junto aos alunos, ou junto a outros segmentos da sociedade, trabalhos na linha da leitura crítica da comunicação ou da educação para a comunicação, quer através de algum projeto específico quer através da prática curricular normal;
  - 30% dos entrevistados declararam que coordenam projetos de uso das tecnologias da educação, destacando-se entre estes usos, o emprego do jornal, do vídeo e do computador em sala de aula.
  - 19% atuam em empresas e centros culturais, desenvolvendo atividades voltadas para o planejamento e implementação de projetos, sendo classificados como gestores da comunicação no espaço educativo.
  - 7% do público pesquisado dedica-se a atividades voltadas para a área da comunicação cultural com ênfase na utilização das várias linguagens artísticas. Todos defendem o uso de comunicação como um meio eficaz para ampliar as ações voltadas para a cidadania, o que inclui a melhoria da qualidade de vida e a ampliação das formas de expressão de todos os membros de uma comunidade.
- A pesquisa informa, também, que predominam os especialistas do sexo feminino, à razão de 59% de mulheres para 41% de homens. Apurou-se que a tendência vincula-se de forma intensa às habilidades exigidas pelas funções operacionais atribuídas aos Educomunicadores. Deve-se levar em conta, também, a maior presença da mulher no mercado de trabalho na última década.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> SOARES, Ismar de Oliveira. O Perfil do Educomunicador. Disponível em <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>. Acesso em: 20/jan/2008.

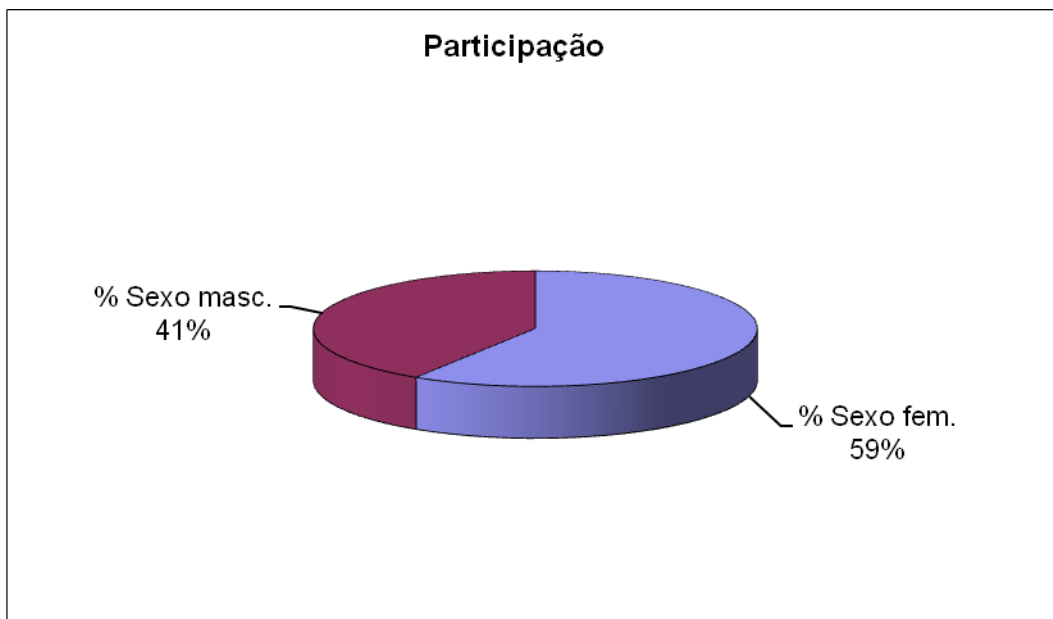
**GRÁFICO IV – PERFIL DO EDUCOMUNICADOR<sup>52</sup>**



**GRÁFICO V – PERFIL DO EDUCOMUNICADOR QUANTO AO GÊNERO<sup>53</sup>**

<sup>52</sup> Gráfico desenvolvido pela autora do presente trabalho, utilizando as informações dadas da pesquisa realizada.

<sup>53</sup> Gráfico desenvolvido pela autora do presente trabalho, utilizando as informações dadas da pesquisa realizada.



Quando os entrevistados foram perguntados sobre como definiriam o trabalho do Educomunicador, a maioria o viu como um “professor” em sala de aula, quer desenvolvendo trabalhos de “análise crítica dos meios”, quer desenvolvendo “projetos tecnológicos na educação”. Isto é, um professor vinculado a uma das subáreas constitutivas do novo campo.

No âmbito da atuação profissional, a maioria dos educadores latino-americanos entrevistados caracteriza-se, contudo, não como professores, mas como coordenadores e agentes culturais, facilitadores da ação de outras pessoas, preocupados em que estes possam elaborar os materiais a partir de suas necessidades e interesses, tornando-se, eles próprios, produtores do conhecimento. Denota-se uma preocupação com a democratização do acesso à informação, utilizando-se a atuação profissional como meio para a formação de valores solidários e democráticos, para a transformação do ambiente em que vivem.

Dentre os “valores educativos” que dão suporte às “articulações” exercidas pelo profissional do novo campo, destacam-se: a) a opção por se aprender a trabalhar em equipe, respeitando-se as diferenças; b) a valorização do erro como parte do processo de aprendizagem;

c) a alimentação de projetos voltados para a transformação social. Um grande número de respostas ao questionário aponta, por fim, como expectativa de resultado, a formação para a cidadania e para a ética profissional, objetivando a educação do “cidadão global”<sup>54</sup>.

Mas o educador não pode ser encontrado tão-somente nos ambientes educativos como promotores da comunicação social. O contrário também pode acontecer. E acontece. Comunicadores sociais nadam contra a corrente funcionalista da lógica de mercado (mas não só) no qual cada ator exerce sua função, como um funcionário que é, com o propósito apenas de promover a si próprio e, conseqüentemente, ao veículo ao qual serve.

Trata-se de substituir a visão meramente mercadológica de que se impregnou a imprensa no final dos anos 80, por uma atitude voltada para a sociedade, ou seja, o leitor não pode mais ser visto meramente como consumidor do produto jornal, mas tratado em sua inteira cidadania, como parceiro na elaboração das reflexões produzidas pelos fatos noticiados, também gerador de idéias que contribuam para o processo civilizatório.<sup>55</sup>

As mídias alternativas e, mais do que isso, educadoras, abrem espaço para o profissional versátil. Apesar das estruturas atuais dos cursos de comunicação social separarem disciplinas teóricas e práticas e “como um defeito estrutural que, para além das perdas decorrentes da ausência ou insuficiência de passagens entre os dois componentes, estigmatiza todo o processo formador”<sup>56</sup>, o jornalista atravessa a rigidez da postura mercadológica e se flexibiliza em prol da pluralidade cultural e das múltiplas vozes, que enriquecem a experiência do próprio profissional, enriquecem sua visão de mundo, conseqüentemente o material produzido

---

<sup>54</sup> SOARES, Ismar de Oliveira. O Perfil do Educador. Disponível em <http://www.usp.br/nce/aeducacao/saibamais/textos/>. Acesso em: 20/jan/2008. Aspas do autor.

<sup>55</sup> COSTA, Luciano Martins. O jornal e o jornalista de amanhã. *Revista Comunicação & Educação*. São Paulo, Ano IV, n. 11, p. 19, jan./abr. 1998

<sup>56</sup> BRAGA, José Luíz. Ensino e pesquisa em Comunicação: da teoria versus prática à composição contexto & profissão. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, Ano XII, n. 2, p. 21, maio/ago. 2007

por ele e, por fim, o leitor que é beneficiado por uma narrativa mais crítica, onde é possível notar uma abertura para o diálogo de questões polêmicas, de relevância social e articulações preocupadas com discussões relevantes, em nível local e/ou global. Tal atitude não deve ser confundida com tendência/idealismo/utopia, nem o conceito de mídia alternativa ser necessariamente tomada como educacional.

De acordo com Ismar de Oliveira Soares,

...existem fronteiras entre aquilo que se chama Teoria da Comunicação e as práticas alternativas adotadas na sociedade. Quer dizer, a prática alternativa é alternativa à alguma coisa. Então, por exemplo, a imprensa chamada mídia alternativa dos anos 70/80, que lutou contra o regime militar, não necessariamente tinha uma postura de gestão democrática.<sup>57</sup>

E, como já vimos, a gestão democrática é um dos pilares que sustenta projetos educacionais. Uma educação dialógica não pode acontecer num ambiente opressor, assim como o instrutor/conductor dos aprendizados não deve ser uma figura autoritária, sendo que dialogismo aqui se refere ao conceito de Todorov, nos escritos do Círculo de Bakhtin, para quem o termo é carregado de uma pluralidade e tem sentido amplo, sendo mais do que a comunicação oral entre dois indivíduos, mas toda a comunicação humana, de qualquer tipo que seja, pois “toda a enunciação, por mais significativa e completa que ela seja por si mesma, constitui apenas uma fração de uma corrente de comunicação verbal ininterrupta”<sup>58</sup> que “constitui um elemento de

---

<sup>57</sup> Em entrevista à autora deste trabalho.

<sup>58</sup> CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004. Verbetes: Dialogismo

evolução ininterrupta de um grupo social dado”<sup>59</sup>, ou seja, que prevê a não-obviedade das verdades, mas a construção dos valores que regem pessoas em determinado tempo-espço como percepções coletivas e necessariamente compartilhadas. Compartilhadas à maneira da pedagogia e das formas de comunicação vigentes. No caso de projetos educacionais, acontece o favorecimento e o fortalecimento da visão criativa e dialogada dos processos que conduzem à emancipação dos indivíduos envolvidos, tendo sua autonomia como prioridade, ao contrário da obediência e passividade trabalhada na tradição escolar até este ponto.

A objetividade, o mito que permeia os estudantes de jornalismo desde os primeiros dias de seu curso até os últimos, torna-se evidentemente intocável quando se observa as escolhas que compõe o texto final que vai a público, desde a escolha criteriosa do vocabulário (lembrando que a linguagem pode definir contornos preconceituosos, ideológicos, tendenciosos, etc), até as fontes (de informação) que foram ouvidas e às quais foi dado destaque. Mas a Educação não é menos exigente com a qualidade do conteúdo jornalístico produzido do que as empresas que adotam a conduta tradicional mercadológica. “Nessa linha de entendimento, reflexão e mundo, subjetividade e objetividade não se separam: opõe-se, implicando-se dialeticamente. A verdadeira reflexão crítica origina-se e dialetiza-se na interioridade da ‘práxis’ constitutiva do mundo humano.”<sup>60</sup>

Se ser alternativo é andar na contramão de algum outro movimento, a educação deve então ser mais que isso.

A gestão democrática é a forma administrativa em que há participação coletiva. Não existe um diretor máximo que faz suas escolhas somente com o julgamento de sua vontade ou seu

---

<sup>59</sup> Idem.

<sup>60</sup> FIORI, Ernani Maria. Prefácio. In FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro. 32. ed. Paz e Terra, 1970. p. 15.

repertório pessoais e irrevogáveis. A prioridade não é vender, não é desenvolver uma ação que tenha em vista a elevação de si próprio. E, uma vez não sendo para o si próprio, é para o coletivo, a partir do coletivo. Logo, como desenvolver qualquer processo para e a partir deste sem a efetiva participação coletiva nos processos de gerência das atividades educacionais desenvolvidas? Impossível seria.

Quando se trabalha com a coletividade, isto implica em diferenças. A população brasileira, mas não só e talvez nem seja a que mais apresenta aspectos discrepantes em suas manifestações culturais, possui, inegavelmente, expressões distintas. Também por ser o Brasil um país de dimensões territoriais extensas, por ter recebido colonizadores de diversas matrizes, colonizadores e, mais tarde, imigrantes que trouxeram culturas diferentes, por ter religiões de princípios divergentes convivendo pacificamente lado a lado, por ser, basicamente, uma sociedade laica e democrática, apresenta desafios quanto a qualquer padronização que tente ser imposta. E a Educomunicação, prevendo essa situação e encarando de maneira positiva e desafiadora, lida com as diferenças de maneira dialética. A dialética, para os antigos gregos, era a conversa entre os opostos que levava ao equilíbrio.<sup>61</sup> A dialética então seria, segundo Aristóteles, uma técnica de discussão entre parceiros que se utilizam de breves questões e respostas e estaria para a fala privada assim como a retórica está para a fala pública, sendo que à segunda interessa questões particulares, de ordem social ou política, mas a definição de Brunschwig (1967) talvez seja a mais interessante e precisa para o que queremos abranger:

[...] dialética como a prática do diálogo racional, a [arte] de argumentar por questões e respostas [e] que o processo conversacional se torna dialético na medida em que ele repousa sobre um problema preciso, definido a partir de comum acordo, e se desenrola entre parceiros iguais, entre os quais a fala circula

---

<sup>61</sup> TIBURI, Márcia. *Filosofia em Comum: Para ler junto*. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2008.



livremente, orientada para a busca do verdadeiro, do justo ou do bem comum, aceitando falar segundo regras explicitamente estabelecidas.<sup>62</sup>

Ao contrário da tentativa de imposição de condutas ou de convencimento do outro sobre o melhor ou pior, certo ou errado, bom ou mal, a tentativa dialética de compreensão e organização do caos do mundo, para que chegue a ser cosmos, intenta dialogar no sentido de suscitar dúvidas, trazer questões, não ferir nem inferir verdades, mas trazer à baila atuações cotidianas e duvidar delas, quebrar a rotina, o hábito que conduz à alienação ou a conformação com o que há de incoerente ou inconsistente ao redor dos cidadãos em formação de forma a concretizar o conceito de Educomunicação. E como fazer educação sem comunicação? Como é possível educar sem falar, por tanto, sem ouvir, sem gestos, sem sinais, sem desenhos, sem símbolos, sem um emissor enviando mensagens a um receptor, ou seja, sem interação entre sujeitos, consolidando assim um processo básico comunicativo?<sup>63</sup>

E, ainda na mesma linha de raciocínio, o que é a comunicação senão o processo de troca de informação entre indivíduos que se utilizam de um mesmo código para tanto? E troca de informação o que é senão um sujeito ensinando ao outro sobre ocorrências de seu meio (social, cultural, político, familiar)? Se usamos a palavra ensinar, isso implica em educação. Porque as informações que recebemos do mundo nos moldam. Quando nascemos entramos numa sala onde o filme já estava rodando. E vamos observando e colhendo dados desse mundo até que já estejamos aptos a dele participar ativamente, fazer escolhas, nos colocarmos como (novamente!)

---

<sup>62</sup> CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004. Verbete: Dialética

<sup>63</sup> PEREIRA, José Haroldo. *Curso básico de Teoria da Comunicação*. Rio de Janeiro: Quartet, 2007.

cidadãos do mundo. Ou seja, a função pedagógica é a primeira função da comunicação. E, para o resto da vida, a mais importante e a que nunca poderia ser deixada de lado, nem que se quisesse.

Por isso, ao ler um jornal/revista; assistir/ouvir um programa jornalístico na TV/rádio ou acessar portais noticiosos na Internet, o cidadão não tão somente se informa, mas se educa a respeito do seu mundo, e não só do seu próprio, mas de outros mundos, ou seja, de outras regiões onde se desenvolvem circunstâncias que não estão diretamente ligadas à sua própria cultura, à sua própria condição socio-político-econômico. Mas ele aprende a medida que entende que isso tem haver como ele de alguma maneira e suas escolhas afetam todos os demais membros desse mesmo mundo observado através da janela de sua sala, mas também através da tela da televisão (nova janela), veículo de comunicação de massa, apresentando a ele o mundo que seus olhos não alcançam por si só.

A Educomunicação também tem essa preocupação de mediar as culturas, cultivando com isso o respeito às diferenças. Propõe ser apartidária, laica, tendo em vista os debates, não as conclusões. Valoriza as perguntas, não as respostas. E valoriza os erros como parte do processo de aprendizado, por entender que o erro é necessário ao aperfeiçoamento. Muito ao contrário do que pregam as tradições ou o *modus operandi* empregado nas sociedades com práticas tradicionais onde comunicação e educação são práticas visitadas em momentos rigidamente separados, cujos erros são encarados como falhas passíveis de repreensões e castigos. Neste novo modo de educar e comunicar, o erro é coletivamente discutido, as responsabilidades por eles são coletivamente assumidas, porque também as decisões são coletivamente tomadas. Logo, o erro, ou a falha no processo, é revertido através da reflexão sobre o acontecido e a renovação de ações na tentativa de recobrar o caminho em direção aos resultados almejados, sejam eles quais forem. Sempre de maneira a cultivar a mesma democracia, lançando olhar reflexivo, cômico das

responsabilidades, causas e consequências e valorizando as diferenças étnicas, linguísticas, regionais, culturais, de gênero, sexuais.

O outro, como um universo que é de segredos, experiências, repertório, visão, escolhas, traumas, medos e anseios, ao compartilhar seu mundo, traz aos outros idéias e perspectivas que não poderiam ser vislumbradas senão por meio de trocas de experiências, diálogo e convivência. Não é possível uma única pessoa ter visões tão plurais sobre as circunstâncias que se lhe apresentam. Daí também a função dialógica da Educomunicação. O aprendizado que representa mais do que a absorção de conteúdos teóricos que não correspondem às expectativas do que os olhos (dos alunos) são estimulados a verem (e viverem) do mundo que os cercam. Então as pessoas aprendem mais do que, por exemplo, a biologia como observações isoladas e específicas em situações que não serão vividas senão no espaço escolar, mas sim uma ciência viva, que diga e traga elementos presentes e coerentes com o que existe ao redor. Também por isso a Educomunicação está comprometida em propor maneiras de transdisciplinaridade e interdisciplinaridade. É uma força fazendo com que uma disciplina curricular aborde e costure conhecimentos com outra ciência e uma dialogando com a outra, respectivamente. O que era apartado, então, se une numa dança que favorece a todos. Não somente aos alunos envolvidos no processo, mas também aos professores, que sentem-se mais realizados e, enquanto ensinam, aprendem. Porque o aluno também tem um repertório e uma visão de mundo diferente que pode acrescentar ao adulto que conduz seus processos. E este aluno não precisa ser tutelado, mas auxiliado a tornar ainda mais ampla sua visão de mundo, antes circunscrita a concepção adulta do que seja o ideal.

Como se vê, não é uma tarefa fácil e exige mais do que conhecimentos teórico-práticos para que os processos educacionais aconteçam. É preciso uma postura deveras humilde para

deixar de lado os vícios da academia que ainda reforçam a crença de que docentes são os detentores do conhecimento e que devem manipular os conteúdos de maneira a transferi-los aos seus discentes.

Acontece que conhecimento não se transfere de maneira autômata de mente para mente. O conhecer algo é um processo de exploração do que não é ainda conhecido a partir de experiências não necessariamente empíricas, mas de impressões que se formam através dos mencionados métodos dos quais a Educomunicação faz uso e apologia.

É o que diz Paulo Freire quando fala das necessidades que semeiam atuações transgressoras sob o prisma do que é usual, portanto, atuações revolucionárias.

Neste sentido, o desenvolvimento educacional exige muito do profissional envolvido. Porque o próprio processo obriga a uma postura flexível diante das diferenças que o mundo o apresenta como desafio, não raro em forma de contradições delicadas, seja ele um professor em sala de aula, seja ele um comunicador social.

Os métodos autoritários e repressivos já não são viáveis à nova educação e/ou comunicação que se pretende. Para o profissional que foi formado por métodos repressivos e para aplicar métodos repressivos no seu desempenho, é difícil transpor as barreiras e se colocar numa condição horizontal, de igual para igual com aquele a quem é dado ajudar a conhecer, de forma menos hierarquizada, rompendo com a verticalização e com o poder, em outras palavras, com a opressão intelectual. Entender que o aprendizado não se dá senão através do diálogo com o outro e que este outro não é o que não sabe, mas, mais do que isso, alguém que quer saber mais, além do que já conhece, e por isso recorre a ele, o profissional, para vir a conhecer, reelaborar ou complementar seu repertório de experiências.

A Educomunicação tem por método a confiança nesse processo dialógico, dialético, democrático, coletivo, criativo, livre, diverso, plural. “Método é o nome que os gregos davam para caminho. [...] Método é o nome que se dá ao pensamento que fica entre quem quer conhecer e o que pode ser conhecido.”<sup>64</sup> Daí a importância de um novo método, um novo caminho.

Mas, havendo tamanha diversidade entre os homens, como aplicar um único método a tantas variedades e variáveis no público-alvo e transformar por meio da educomunicação?

É que o caminho, o método, da Educomunicação é justamente não ter método rígido e fixo e que se imponha a condições desfavoráveis de ações afirmativas. Muitas vezes um professor, ainda que com a melhor das intenções, define ele próprio e sozinho o cronograma das aulas e, mais do que isso, o programa. Ele tem tudo em um esquema rígido e elabora o conteúdo que será passado dia após dia aos seus alunos, por exemplo. Mas seus alunos podem, de repente, entender que existem temas imediatos mais importantes a serem debatidos. Podem questionar o programa e pedir adaptações. Se este professor não entender que isso pode acontecer, que seu planejamento, por mais bem elaborado que seja, pode e deve sofrer adaptações diante da necessidade sentida por seus alunos, provavelmente, incorrerá no uso da autoridade para sobrepor seus interesses aos de seus alunos. Então, neste caso, todos os lados perdem. O professor, que deixa ele mesmo de aprender e encarar desafios e os alunos, que “engolem” informações que serão necessárias somente aos exames e, possivelmente, nada mais.

Assim acontece também aos jornalistas que obedecem à fôrma das pautas rígidas e burocráticas, sem humanização tanto das informações quanto nas formas narrativas, transformando suas matérias em um laudatório aos institutos de pesquisas e seus personagens em

---

<sup>64</sup> TIBURI, Márcia. *Filosofia em Comum: Para ler junto*. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2008. p. 62.

fontes estáticas de informação, desenvolvendo então boletins engessados que não parecem se referir a histórias reais que tocam o cotidiano dos sujeitos produtores-consumidores do produto notícia, jornal, telejornal. Espelho desse distanciamento público são as quedas nas vendas de jornais impressos diários e das revistas no mundo todo e que, recentemente, têm apresentado alguma reação positiva, ainda ao enfrentar a imediatez incomparável das novas tecnologias.

A Educomunicação então, articulada que está, por princípios, às percepções dos novos contornos cotidianos influenciados pelas novas tecnologias, preocupa-se em fazer destas companheiras que complementam e enriquecem a experiência que conduz ao conhecimento, ao invés de ignorá-las, como fazem os tradicionais modelos de educação e comunicação formais.

Em 1964 McLuhan já dizia que as novas tecnologias afetariam nossas relações e que “para as crianças, o processo de ensinar e aprender será afetado mais cedo do que se imagina. O fator tempo adquirirá novas formas [...] e estranhos turbilhões de poder aparecerão, inesperadamente, entre os povos.”<sup>65</sup>

A elaboração do novo campo da atividade humana, leito que é para o desaguar de outros dois campos, a Educomunicação, é a constatação de que o futuro chegou e a forma de agir em consonância com as novas necessidades e aspirações humanas.

Os jornalistas que andam pautados pelas outras mídias e saem às ruas para fazer um trabalho que fala a uma minoria, sob padrões pré-estabelecidos do que pressupõem ser de interesse público (diferente de interesse do público-alvo) e julgam estar cumprindo uma função fundamental ao exercício da cidadania, não estão, de fato, trabalhando em prol da cidadania ou do direito humano à comunicação.

---

<sup>65</sup> MCLUHAN, Marshall. *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964. p. 119

As publicações preocupadas em estabelecer um diálogo claro e afinado com as necessidades do interesse público procuram, justamente por isso, veicular suas matérias em espaço privilegiado para tudo o que realmente enriquece o debate de questões sociais sem quebrar o acordo tácito de confiança que seu leitor deposita ao adquirir o produto cultural, de maneira que não se apropria de verdades absolutas ou receitas de bolo para uma vida perfeita. Estampa nas capas uma pessoa condizente com a realidade pública, e não que sustentem padrões estéticos inatingíveis ou irreais, personalidades ligadas ao consumismo ou dicas e testes que dão voltas em torno do nada.

Ainda sobre o direito à comunicação, existem muitos debates infintos e importantes, por exemplo: como trabalhar com a questão da identidade, a imagem, em uma nação de faces tão variadas como é o caso da população brasileira?

A identidade implica a possibilidade de se chegar muito perto das coisas: o sonho de tocar nas coisas que existem com os conceitos e as palavras que o revestem. O único modo de compreender a identidade é levando em conta a diferença, pois esta controla o impulso da identidade de ser absoluta, ela demonstra seu limite, ou seja, a impossibilidade da identidade absoluta. [...] O conhecimento não é nunca chapado, fechado, plano. Isto deve nos fazer pensar que o conhecimento nasce sempre, obviamente, de sua falta.<sup>66</sup>

Este pensamento deve ser uma inspiração aos que pretendem lidar com a diversidade prevista e ressaltada pelos preceitos da Educomunicação de maneira construtiva. E eis porque não é possível fazer educomunicação sem um engajamento pessoal nas circunstâncias. Na prática dela não há espaço para o funcionalismo, para a lógica de mercado onde funcionários são designados para suas funções específicas e pelas quais trabalham até o final do mês e pelo que recebem um

---

<sup>66</sup> TIBURI, Márcia. *Filosofia em Comum: Para ler junto*. Rio de Janeiro: Record, 2008. p. 161-2.

salário. É preciso mais. Envolvimento é o mínimo que se espera e se necessita. Sem o envolvimento, dificilmente será aprimorada a qualidade do diálogo com o outro. E, como já foi visto, as conversas verticais, repressivas e estanques não funcionam como método para a educomunicação.

O compartilhamento de idéias e a constante visão e revisão na conduta adotada pelos inclinados ao novo método é fundamental, uma vez que as atitudes não podem cair no uso automático das mesmas técnicas, das mesmas formas, das mesmas posturas. E é confiando no que pode surgir de útil a partir das experiências que não são ainda conhecidas é que a educomunicação precisa da gestão democrática. E democracia nem sempre (talvez quase nunca) é uma prática fácil. Principalmente quando se pensa no paradoxo lógico que é o fato de que a democracia abre precedentes justamente para ações anti-democráticas.

Falar em gestão participativa por si só já se constitui num desafio. Instaurar a gestão democrática é um desafio ainda maior. Para que isto aconteça, é necessário que instituição e profissional se comportam de maneira disposta e que viabilizem processos coletivos. Neste sentido, as novas tecnologias se mostram eficazes instrumentos de democratização do conhecimento e possibilidade de gestão participativa de espaços virtuais.

Sobre isso, a pesquisadora Marta Araújo Pinheiro considera:

Os processo comunicacionais são importantes para combater a desigualdade no campo do conhecimento e fazem-se pelo uso das redes que promovem a circulação e a livre distribuição da informação. [...] Para atuar nessa nova comunidade global, nem local nem virtual, são também importantes experiências de comunicação, de interatividade e de relações sociais que ultrapassem a informação sob controle, a informação-objeto e a informação-espetáculo e permitam criar uma sociedade global conectada em rede. [...] Eles também demonstram a capacidade de gerar, por sua teia de links, uma rede de comunicação em que se formam os valores cooperativos, políticos e econômicos, constituindo uma tecnologia que não é mais só gerenciadora de informações, mas também meio de relacionamento. Sem abandonar o papel ativo de gestão, eles se



alimentam sempre de novas descobertas para sustentar o desequilíbrio como fonte de inovação, pois inteligência coletiva é cultura compartilhada, saber vivo e vivido que tem como condição o espaço de exercício da cidadania global.<sup>67</sup>

Dá a importância de se apropriar, cada vez mais, das novas tecnologias da informação. O aluno (ou leitor de uma publicação) irá fazer uso das novas ferramentas de qualquer maneira. Logo, antes apoiado e munido de condições para criticar o que lhe chega agora por tantos meios diferentes. As novidades, se utilizadas de maneira correta de acordo com os métodos da Educomunicação – ou seja, levando a debates e a experimentação – pode intensificar o contato com o mundo e forjar cidadãos mais críticos. É o que se chama educação crítica para os meios, na qual eles (rádio, tv, jornal, revista, internet) não são negados, mas incorporados à rotina como instrumentos que oferecem mais assuntos, mais temas factuais a serem abordados pelo professor (ou discutidos pelo jornalista - produtor de sentidos - que os divulga através dos meios).

Há muito a televisão, e mais atualmente a internet, vêm sendo considerada como corruptoras do bom senso e do interesse em leitura, por exemplo. É uma visão preconceituosa e ultrapassada.<sup>68</sup>

Os preconceitos a respeito dos novos meios só fazem alimentar a postura de resistência à incorporação das novas tecnologias nas escolas ou deflagrar crises onde os veículos impressos são declarados perdedores antes de serem visto como suporte diferenciado. É preciso perceber que os diferentes veículos cumprem diferentes funções e que, em prol da informação, do conhecimento e da educação, há lugares para todos. A briga então acaba sendo mais um elemento que, ao invés de aproximar, distancia o aluno do universo escolar. Claro. O aluno se banha de

---

<sup>67</sup> MAIA, João e COGO, Denise. *Comunicação para a cidadania*. Rio de Janeiro: UERJ, 2006. p. 82.

<sup>68</sup> MELO, José Marques de. *Para uma leitura crítica da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1985.

informações provindas de cada vez mais meios simultaneamente (celular, televisão, rádio, internet) e naturalmente se adequa a um novo ritmo. Lousa e giz não correspondem mais a essas expectativas e ao ritmo mais acelerado de compreensão e assimilação de conteúdo.

Mas uma instituição de ensino cujos professores se servem de meios multimídia para lecionar não é, necessariamente, educacional. Isto porque o uso dos meios não define a educação, mas esta se baseia numa série de elementos combinados que contornam o novo caminho. Assim como também os veículos impressos que não garantem um material mais profundo, contextualizado, uma narrativa mais humanizada, um trabalho diferenciado e interessante, vão mesmo bater de frente com internet, já que os dois competirão pelo mesmo espaço junto ao público: o de disseminação de dados crus, cada vez mais concisos e, embora precisos, fora do que seja compreensível aos novos sujeitos que chegam tentando acompanhar acontecimentos já em andamento. Os jornais, com excessão dos populares, usam uma linguagem hermética, para iniciados, de difícil compreensão. Além disso, o tempo disponível para ler jornal diminuiu, o que contribui para a busca de soluções mais simples, como a superficialidade dos veículos eletrônicos que prezam pela agilidade em detrimento da qualidade.

Previendo a supremacia desses novos meios e preocupado com os efeitos sociais da absorção das novas funções, Horácio Martins de Carvalho refletiu:

A indústria cultural, apanágio do uso dos meios de comunicação de massa, não se procria em contextos onde se pratica um diálogo crítico, onde a população se torna sujeito das suas transformações. Não sobrevive enquanto instrumento de manipulação porque não incide sobre objetos, mas sim, sobre indivíduos numa prática da comunicação social libertadora.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> BORDENAVE, Juan E. Diaz. *Além dos Meios e Mensagens: Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência*. 5. ed. São Paulo: Vozes, 1983 *apud* BORDENAVE, Juan E. Diaz e CARVALHO, Horácio M. *Comunicação e Planejamento*. São Paulo: Paz e Terra, 1979. p. 110

### 3. MÍDIA HEGEMÔNICA

Quando se fala em mídia, pensa-se no plural de meio<sup>70</sup>, muito embora alguns autores utilizem mídia e meio como sinônimos. Mas no presente trabalho, a fim de se ter uma comparação justa dos veículos, uma vez que o estudo de caso é sobre uma revista que se constitui em veículo educacional, articularemos informações a cerca de jornais e revistas que fazem parte do universo hegemônico do País, não sendo necessária maior abrangência.

Ao termo hegemonia, por sua vez, é atribuído um valor e uma idéia de exercício de poder sobre os pares em preferência ao qual se sugere, sendo o hegemônico um modelo, um exemplo, um padrão, por ter qualidade, liderança ou outros apelos desejáveis.

Ela tradicionalmente indicava o domínio de um país ou governantes sobre outros. Em segundo lugar, também significava o princípio em torno do qual um grupo de elementos era organizado. Hoje em dia ela se aplica não apenas às relações internacionais, em que ainda significa domínio, mas – principalmente sob a influência do pensador marxista italiano Antonio Gramsci, que desenvolveu o conceito de forma significativa (1929-35) – também passou a indicar o princípio organizador de uma sociedade na qual uma classe se impõe sobre as outras, não apenas através da força, mas também mantendo a sujeição da massa da população. Essa sujeição é conseguida tanto por meio de reformas e

---

<sup>70</sup> MCLUHAN, Marshall. *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

concessões, nas quais se levam em conta os interesses de diferentes grupos, como também pela influência sobre o modo como as pessoas pensam.<sup>71</sup>

Pois quando se pensa em mídia jornalística, há que se pensar num discurso, que não pode fugir de veicular alguma ideologia travestida das subjetividades possíveis e prováveis de todos os atores sociais que dessa comunicação pública participam.

O jornalismo é uma prática simbólica cultural que se utiliza da observação de acontecimentos para sua posterior reprodução simbólica com a consequente apreensão desses fatos pelo público (seja leitor, ouvinte, telespectador, internauta). [...]

O jornalismo é um processo de mediação social elaborada cotidianamente em conflito. A atribuição de sentidos nas narrativas jornalísticas exige múltiplas participações e interferências, além daquelas majoritariamente aceitas como determinantes nos conflitos ideológicos e nas relações de poderio econômico.

As várias vozes e os universos de interferências nas narrativas jornalísticas perpassam também as relações pessoais, as afinidades, as rejeições, os interesses (pessoais e coletivos), o momento racional e imaginário do relato do acontecimento. É uma narrativa cujo produto final – a notícia – incorpora todas as interferências de cunho cultural, ideológico e político do fato e dos seus atores. E isso vale também para a imprensa sindical.

Nesta perspectiva, os processos de comunicação deixariam de ocupar um lugar de instrumentalização ou de manipulação das massas para ir ao campo cultural, das possibilidades de mediação social. O lugar de mediação amplia as possibilidade de leitura da comunicação do jornalismo e dos papéis dos diversos tipos de jornalismo.<sup>72</sup>

E não à toa este trabalho se preocupa com a veiculação desse conteúdo e assume suas interferências, de maneira que entende o processo da comunicação social também como contribuinte não só do desenvolvimento do repertório cultural de uma sociedade, mas também, e até por isso, contribui para a construção dos níveis de educação dos indivíduos.

---

<sup>71</sup> BOTTOMORE, Tom e OUTHWAITE, William. *Dicionário do Pensamento Social do Século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. Verbete: *Hegemonia*.

<sup>72</sup> MARTINS, Jaqueline Lemos. *Jornalismo Sindical : concepções e práticas – a notícia na Folha Bancária e na Tribuna Metalúrgica do ABC* – Mestrado, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, maio/2001, pág.35

Entende-se aqui que os meios educam, uma vez que oferecem informações e com isso participam do cotidiano das pessoas, auxiliam no processo de construção simbólica do que seja o próprio cotidiano, que não é observado e observável somente pelas experiências reais que se vive, mas também pela imensa gama de experiências oferecidas através dos meios.

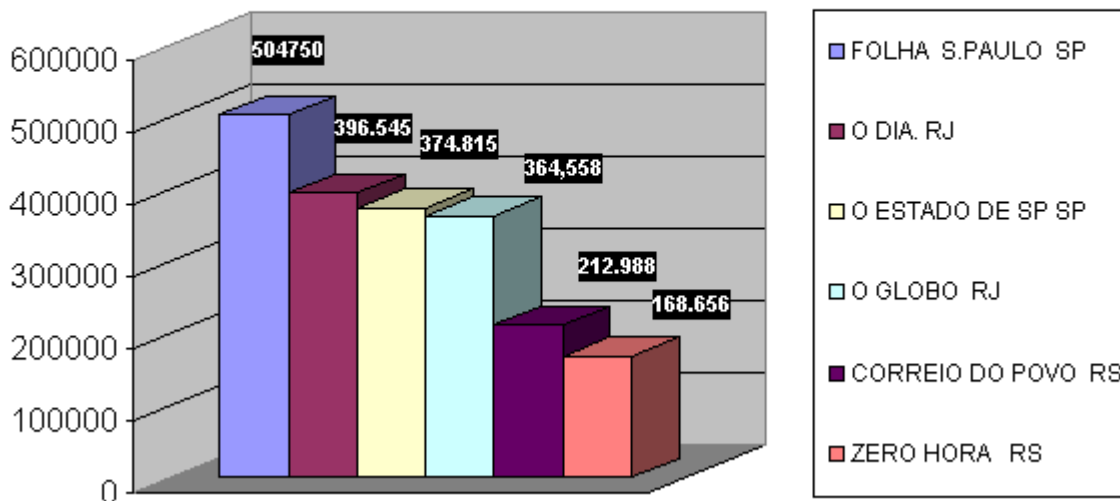
Limitar-nos-emos aqui aos veículos impressos, jornais diários e revistas, uma vez que concorrem mais diretamente com o veículo analisado e tido como educomunicativo, contextualizando suas ações durante o período de maior desenvolvimento e discussão sobre os conceitos e práticas educomunicativas: os últimos dez anos.

Ao visualizar os gráficos<sup>73</sup> seguintes, pode-se perceber a clara hegemonia existente no país, tanto com relações aos jornais quanto com relação às revistas, de um modo geral. Mas um fato relevante a ser notado é que o quadro se modificou bastante ao longo dos anos analisados, de modo que, embora veículos considerados de mídia hegemônica ainda continuem tendo circulação superior, vêm-se ameaçados agora pela diversidade de veículos que concorrem mais de perto, inclusive de outros estados que não fazem parte do eixo econômico e político brasileiro, o Rio-São Paulo. A começar pelos jornais diários, nota-se que em já em 2008 um jornal popular de Belo Horizonte, Minas Gerais, aproximou muito suas vendas de um jornal da grande mídia, de São Paulo:

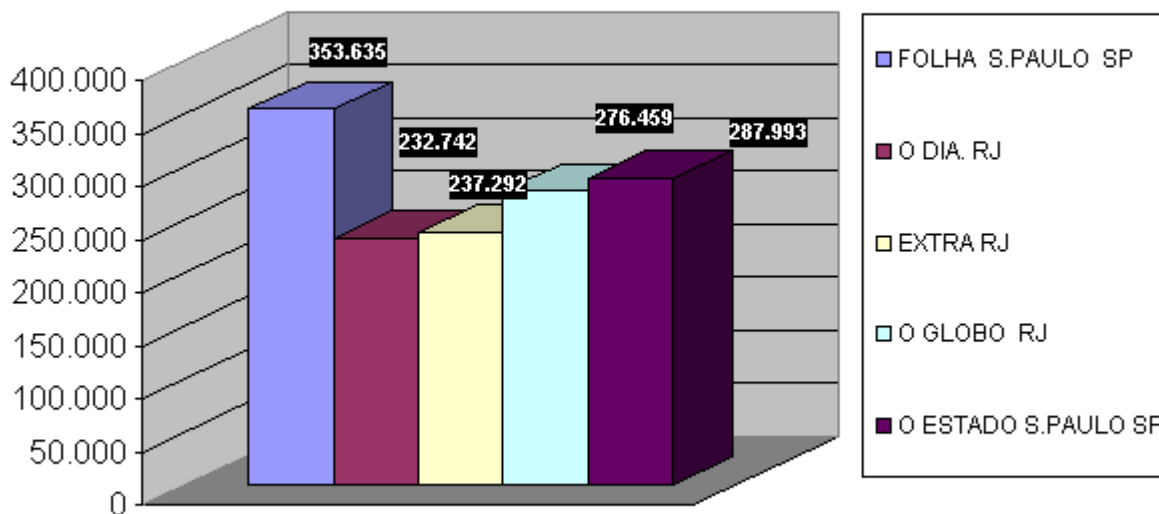
---

<sup>73</sup> Os gráficos foram desenvolvidos pela autora do presente trabalho, de acordo com os dados fornecidos pelo Instituto de Verificação de Circulação. Esta organização não faz pesquisa, mas compila dados recebidos por auditoria.

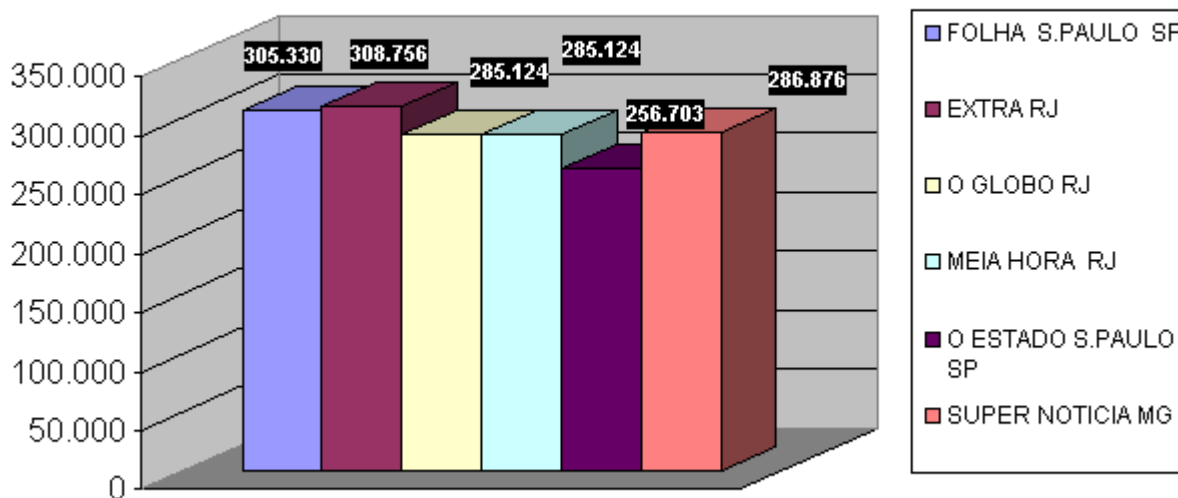
**GRÁFICO VI – CIRCULAÇÃO MÉDIA - JORNAIS DIÁRIOS EM JAN/1998**



**GRÁFICO VII – CIRCULAÇÃO MÉDIA - JORNAIS DIÁRIOS EM JAN/2002**



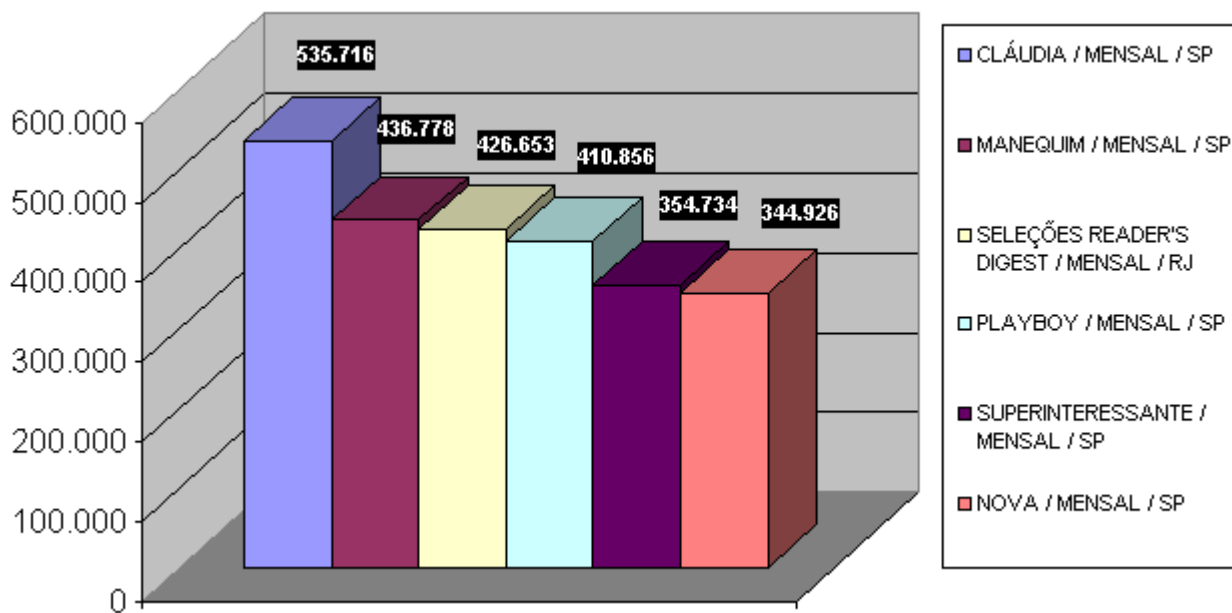
**GRÁFICO VIII – CIRCULAÇÃO MÉDIA - JORNAIS DIÁRIOS EM JAN/2008**



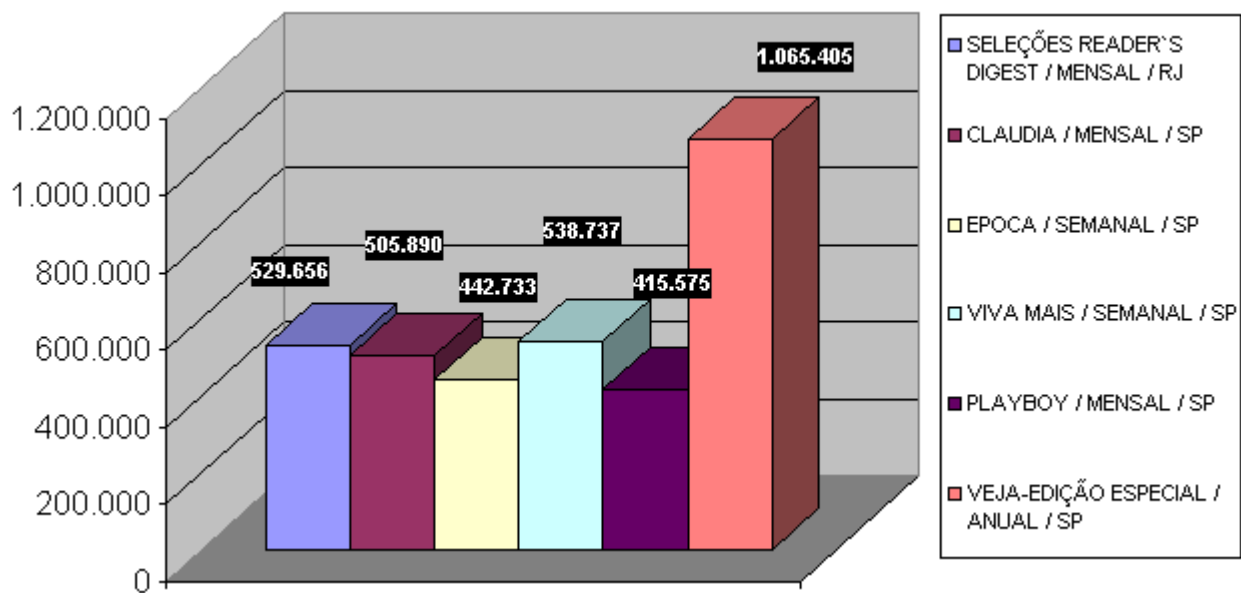
Com relação às revistas em geral, a publicação dominante está, atualmente, bem definida.

Mas não foi sempre assim:

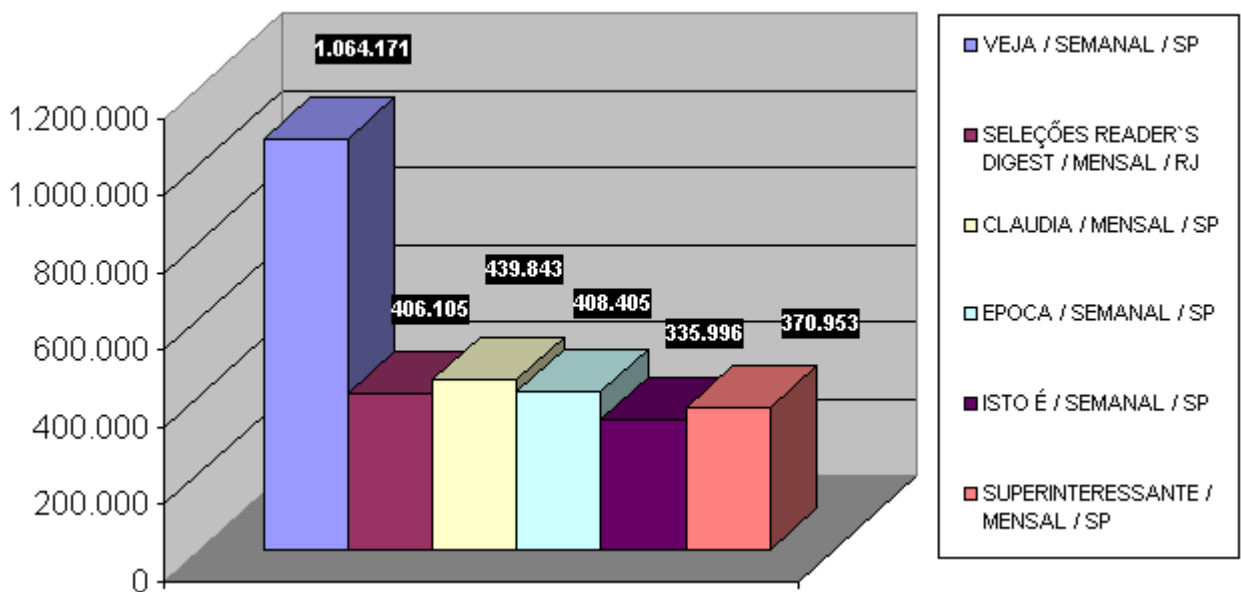
**GRÁFICO IX – CIRCULAÇÃO MÉDIA- REVISTAS EM JAN/1998**



**GRÁFICO X – CIRCULAÇÃO MÉDIA - REVISTAS EM JAN/2002**



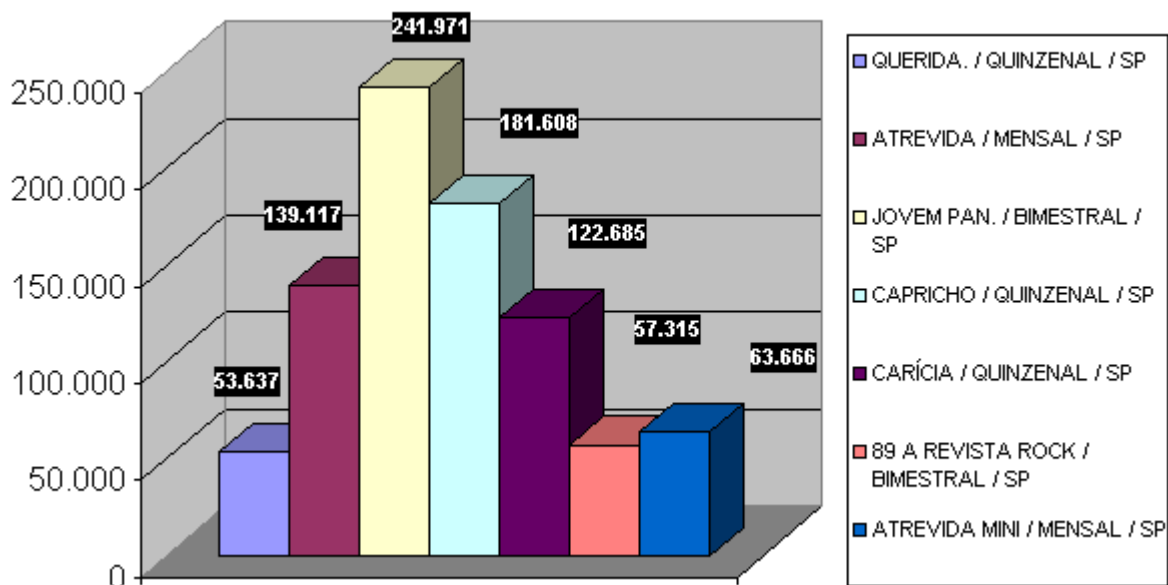
**GRÁFICO XI – CIRCULAÇÃO MÉDIA - REVISTAS EM JAN/2008**



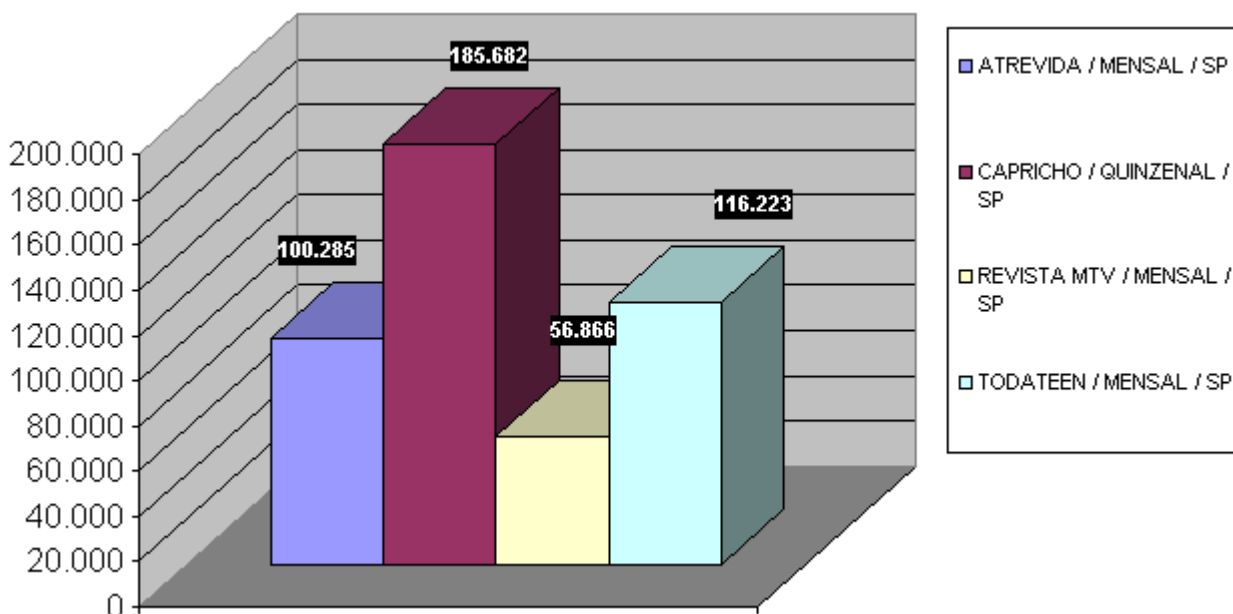


Já as revistas seguímentadas para o público jovem são, normalmente, separadas por gênero. Durante o período analisado alguns títulos surgiram no mercado, enquanto outros foram descontinuados:

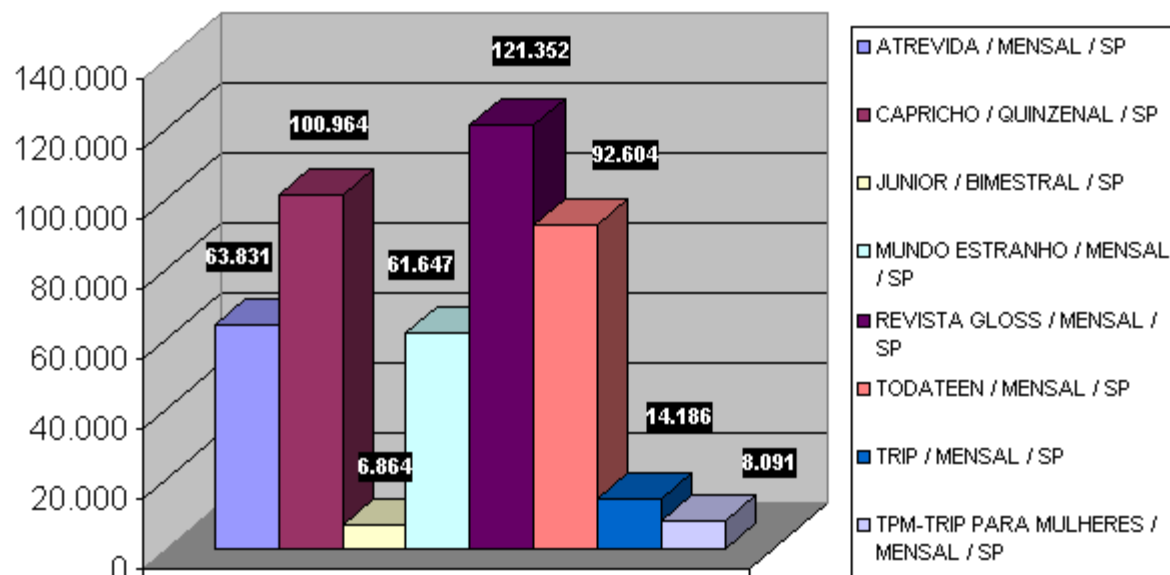
**GRÁFICO XII – CIRCULAÇÃO MÉDIA - REVISTAS SEGMENTADAS EM JAN/1998**



**GRÁFICO XIII – CIRCULAÇÃO MÉDIA - REVISTAS SEGMENTADAS EM JAN/2002**



**GRÁFICO XIV – CIRCULAÇÃO MÉDIA - REVISTAS SEGMENTADAS EM JAN/2008**



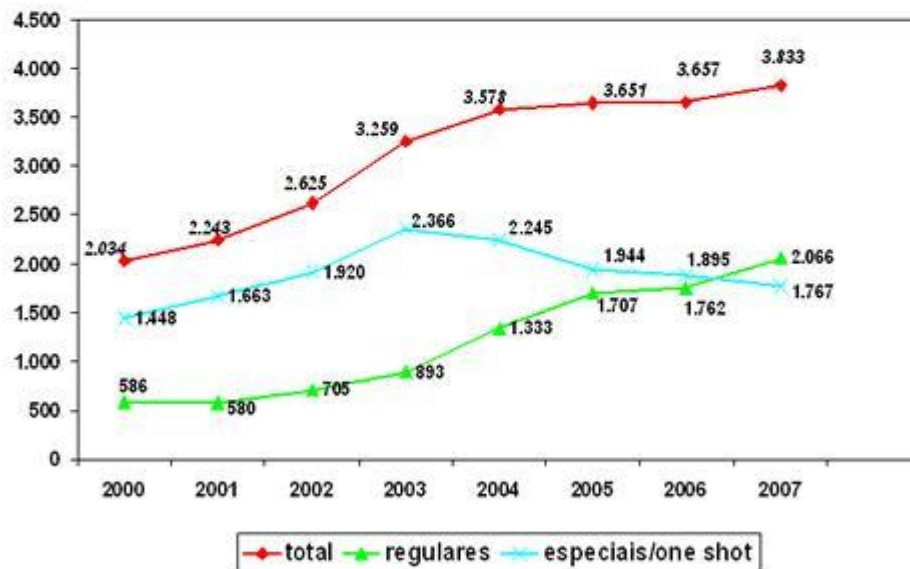
Ou seja, em 2008 há mais variedade de publicações, no entanto a circulação é díspar. É esse mercado que uma publicação juvenil, de moldes hegemônicos ou alternativos, encontra. Ao mesmo tempo que existe um amplo espaço a ser explorado tendo como público-alvo o infanto-juvenil, todas as publicações acessíveis ao Instituto de Verificação de Circulação seguem os padrões hegemônicos de ser e de se fazer mídia. Logo, o fator alternativo ou novidade pode não ser exatamente atraente para um mercado acostumado à lógica do consumismo, alimentado e que alimenta as expectativas do mercado editorial.

## GRÁFICO XV – CRESCIMENTO DOS TÍTULOS DE REVISTAS<sup>74</sup>

### CIRCULAÇÃO

#### ■ Evolução dos títulos

## NÚMERO DE TÍTULOS



Fonte: IVC e Distribuidoras

<sup>74</sup> Dados do Instituto de Verificação de Circulação. Gráfico desenvolvido pela Associação Nacional dos Editores de Revistas – ANER.

#### 4. MÍDIA ALTERNATIVA

De acordo com o Professor Doutor Ismar de Oliveira,

Muitas vezes nós temos formas concentradas e autoritárias de comando num pequeno veículo de comunicação. Que é alternativo em termos de número, de abrangência, de tema. Pode até ser um veículo que esteja contribuindo com a sociedade, com as mudanças, e assim por diante. Porém, ele não tem o perfil de engajamento que permita, por exemplo, aquilo que Paulo Freire vai designar de comunicação dialógica.<sup>75</sup>

Trabalharemos aqui com a noção de que o que é alternativo é participativo. E essa participação pode se dar em vários níveis, de acordo com Cicilia Peruzzo (1998). Segundo a autora, existem fronteiras importantes entre o que é do povo – que pode se referir tanto a uma idéia de nação, como também pode ser um termo pejorativo que indique uma classe social de baixa renda ou baixo nível de erudição – e o que é popular, que pode ser um popular-folclórico, popular-massivo ou, o que nos interessa, popular-alternativo, que se trata justamente dos movimentos populares, das manifestações organizadas da sociedade civil e que já inclui a noção da construção de projetos que estejam em dialética com outros.<sup>76</sup>

Essa discussão é muito pertinente, uma vez que a Constituição brasileira garante, em tese, todo o necessário para que os cidadãos sob essa jurisdição se desenvolvam adequadamente. É o que acontece também sobre a comunicação. A constituição nos diz que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto” (Art. 220). Mas não tem sido assim.

---

<sup>75</sup> Em entrevista à autora deste trabalho.

<sup>76</sup> PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação nos Movimentos Populares – A participação na construção da cidadania. Editora Vozes, Rio de Janeiro, Petrópolis, 1998. Págs. 116, 117, 118, 119

De acordo com o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, 271 políticos são sócios ou diretores de emissoras de televisão e rádio no Brasil. Justamente os veículos com maior poder de penetração entre a população.

O Ministério das Comunicações publicou no dia 13 de março, no Diário Oficial da União, a autorização para a primeira rádio comunitária do município de São Paulo. A rádio Heliópolis já funcionava na favela com grande sucesso entre os moradores da região desde 1992. Mais de dez anos depois, em julho de 2006, foi fechada por agentes da Polícia Federal e da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Bruno Fuser, jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, conclui em sua pesquisa<sup>77</sup> que

o potencial do rádio como veículo de uma comunicação dialógica, horizontal e interativa já vem sendo destacado há bastante tempo. As reflexões e propostas de Bertolt Brecht, na década de 30, no sentido de superar a divisão entre pólo produtor e receptor na radiodifusão, rompendo com o monopólio do discurso, são ainda referência para estudos e iniciativas na área de comunicação em que a interatividade e a democratização plena de acesso aos meios sejam as principais características.

Vamos aos fatos: dados apurados recentemente pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom) revelam que, contrariando o texto constitucional (artigo nº 54, capítulo I), políticos são sócios ou diretores de 348 emissoras de radiodifusão (rádio e TV). Nesses números, porém, não estão contabilizadas as relações informais e indiretas (por meio de parentes e

---

<sup>77</sup> FUSER, Bruno. *Rádios Comunitárias em Campinas: a perda de espaço da alternativa popular*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002.

laranjas), que caracterizam boa parte das ligações entre os políticos e os meios de comunicação no País.<sup>78</sup>

Segundo a pesquisadora Márcia Vidal Nunes, doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará, existem no estado atualmente

cerca de trezentas emissoras denominadas comunitárias, [...] que vem assumindo um papel nitidamente instrumental, desvirtuando-se de seu verdadeiro objetivo: a promoção dos interesses autenticamente comunitários. Muitas rádios são montadas por políticos, ou mesmo empresários, para serem utilizadas durante a campanha eleitoral e, depois, revendidas aos comerciantes locais<sup>79</sup>.

A lei n. 9.612, de 19/02/1998, estabelece que essas rádios devem ser operadas necessariamente por fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, dando oportunidade à difusão de idéias e elementos de cultura da comunidade, prestando serviços de utilidade pública, transformando-se em instrumento de capacitação no exercício do direito de expressão. A potência deverá ser limitada a 25 watts, com alcance de no máximo um quilômetro de distância do transmissor e a programação deve servir de preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, voltadas para os interesses da comunidade, sem qualquer tipo de discriminação, vedado o proselitismo, garantidos os princípios de pluralidade de opinião e o acesso a todo cidadão da comunidade que deseje emitir suas impressões sobre quaisquer assuntos.

---

<sup>78</sup> Do boletim *e-Fórum* nº 196, 21/3/2008, do [Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação](http://forum.nacional.org.br). Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=478IPB001>. Acesso em 3/abr/2008.

<sup>79</sup> NUNES, Márcia Vidal. *As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da cidadania ou instrumentalização(1998-2002)*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003.

Evidentemente isso não acontece quando o poder de difusão da informação está nas mãos de um cidadão ou um grupo que pratica a gestão do veículo com interesses ideológicos. Para começar, sem gestão democrática não existe veículo autenticamente comunitário.

Autoridades alegam a interferência na comunicação entre aviões, rádios da polícia e celulares, para combater as rádios comunitárias, também chamadas de rádios piratas. Atrapalham a sociedade e causam avarias que podem ser irremediáveis, no caso de um acidente aéreo causado por comunicação falha entre aeronave e torre de comando, por exemplo. Mas há mais fatores em torno da dificuldade encontrada para a legalização de rádios comunitárias verdadeiras em todo o País.

A Anatel, que obriga as comunidades a observarem uma série de necessidades técnicas antes de legalizar sua rádio, não oferece nenhum subsídio para que essas exigências sejam cumpridas. Colocar um transmissor é fácil. Contratar um engenheiro técnico que regule os equipamentos já não é tão barato. E estamos falando de comunidades populares. Favelas, por exemplo. Então, por quê políticos encontram tantas facilidades e comunidades tantas dificuldades em instalar sua própria rádio? Por quê a rádio Heliópolis foi fechada em 2006, se a lei que regulariza as rádios comunitárias surgiu em 98? Por quê a Polícia Federal fiscaliza e fecha rádios piratas e não rádios comunitárias que veiculam interesses partidários? Questões que não se findam, ou não deveriam se findar, com a concessão da Rádio Heliópolis.

Comumente, sob o ponto de vista teórico, a comunicação popular é entendida numa perspectiva de igualdade entre emissor e receptor. Mas essa noção em geral é adotada abstratamente. Chega-se a utilizar conceitos e categorias de comunicação participativa oriundos de outros países latino-americanos, sem a preocupação de verificar sua adequação à realidade da experiência concreta,



provocando um certo deslocamento entre a fundamentação teórica utilizada e o estudo de caso em foco.<sup>80</sup>

A verdade é que há vários tipos, níveis e possibilidades de participação, sendo esta uma condição fundamental para o alternativo que também é educucomunicativo.

De acordo com Ismar de Oliveira, “todo o veículo educucomunicativo é alternativo, mas nem todo veículo alternativo é educucomunicativo”, porque a educucomunicação pressupõe, entre outros fundamentos conceituais e práticos, a gestão democrática, que é mais do que uma participação direta ou indireta no projeto em desenvolvimento, mas uma autêntica apropriação desse processo, de maneira que os membros que compõe as atividades propostas sejam mesmo co-gestores do que acontece, tomando parte em no que é principal e no que não é.

Isso não significa que todas as pessoas tenham que saber de absolutamente tudo o que se passa de dentro do projeto de proposta educucomunicativa, mas que, pelo menos, haja essa possibilidade caso se sinta essa necessidade de, por exemplo, inteirar-se dos processos administrativos e, porque não?, das transações financeiras, dos programas, dos planejamentos, das decisões que concernem aos assuntos de importância política, local, regional ou global do que se trata por ações de educucomunicação.

Para um veículo simplesmente alternativo, há que se propor alguma possibilidade de participação, que não é necessariamente (nem comumente) tão profunda quanto propõe a ousada Educucomunicação.

A verdade é que mesmo um veículo comunitário, por auto-intitular-se comunitário, não é, necessariamente, de fato comunitário, nem mesmo coletivo, nem mesmo alternativo. Os títulos e

---

<sup>80</sup> PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares – A Participação na Construção da Cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 140-1.

classificações podem e são usados visando a credibilidade que pode sugerir ao público-alvo, uma vez que demonstre abraçar a onda de responsabilidade social que parece ter tomado conta do País.

Trabalhar com as noções de gestão democrática implica que as decisões sejam sempre tomadas a partir de votações, das quais todos devem participar, sem distinções de cargos ou desempenhos. Mas o que precisa ficar claro aqui é que a gestão democrática não é proibitiva ao exercício da autoridade e/ou da hierarquia, desde que estas não sejam exercidas de maneira autoritária.

Para que um veículo seja alternativo, basta que proponha alguém nível de participação, entre eles<sup>81</sup>:

- o envolvimento direto com as mensagens transmitidas, o que abrange entrevistas, depoimentos, denúncia, avisos, pedidos de músicas, envio de sugestões e inscrição em concursos, entre outros;

- o envolvimento pode também se dar a partir de uma participação efetiva que permita o uso de habilidades técnicas pessoais, como edição, elaboração ou preparação de materiais, como textos, diagramação, imagens, entre outros;

- a participação pode acontecer quando da definição de linhas editorial e/ou política, em nível local, regional ou global;

- pode ser de administração, sendo que o poder e a gestão do veículo seja compartilhado;

---

<sup>81</sup> PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares – A Participação na Construção da Cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 144-5.

Vale lembrar neste ponto que as propostas educomunicativas devem pretender a participação em todos os níveis ou que presuma viabilizar participações que a princípio podem não ser facilmente praticadas por questões das mais diversas. Deve existir, inclusive, uma preocupação com relação a participação pessoal a partir de competências técnicas, sendo que a capacitação mínima que a permita deve ser providenciada, como oficinas ou educação de pares que preencham lacunas de entendimento e sejam suficientes para a concretização das propostas e envoltimentos coletivos organizados.

A existência de veículos alternativos é a resistência ao um sistema imposto e um enfrentamento, tanto com relação ao caminho que vai na contra-mão dos moldes hegemônicos de se fazer mídia, quanto com relação às dificuldades de se manter um nível de qualidade competitivo no mercado, uma vez que precisa se manter. Além disso, a criatividade é um fator importante, aliás, para qualquer veículo que deseja atingir satisfatoriamente seu público, sendo ou não alternativo.

Para tanto, existem diversas limitações, que podem ser mais ou menos agressivas, a depender de uma série de variáveis que atinjam ou não um veículo alternativo apontado<sup>82</sup>:

- tiragem baixa que acarreta em circulação reduzida, o que pode tornar o veículo acessível somente para iniciados na temática abordada;

- inadequações técnicas, como a preocupação com as formas de se atingir o público-alvo e dificuldades de planejamentos básicos importantes;

---

<sup>82</sup> PERUZZO, Círcia Maria Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares – A Participação na Construção da Cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998. p. 149-58.

- inapropriação das novas tecnologias da informação por dificuldades financeiras também são comuns, o que leva a opções mais econômicas, mas com menos poder de disseminação de informações;

- o uso dos mesmos meios de comunicação de forma invariável podem empobrecer os processos comunicativos, logo, a variedade de meios é desejável, mas nem sempre viável;

- preparo profissional técnico para o adequado manejo e exploração dos meios é uma dificuldade constante dos veículos alternativos;

- a falta de variedade também com relação ao conteúdo é uma contante, já que a linguagem costuma ser viciada, bem como as informações e os apelos artísticos são repetidos (como as músicas, no caso de uma rádio comunitária);

- a instrumentalização também é um perigo que pode comprometer muito a qualidade do conteúdo disseminado por veículos alternativo, já que faz deles meros reprodutores de ideologias preconcebidas, viciando pautas, assuntos, enfoques e abordagens;

- as dificuldades financeiras, que acabam refletindo em outras dificuldades;

- uso dos veículos alternativos somente em caráter emergencial, tornando as publicações descontínuas e não programadas;

- os usos políticos-leitorais ou comerciais são um risco às tentativas comunitárias de comunicar-se coletivamente;

- os níveis de participação, não-raro, são bastante desiguais entre os membros de um mesmo veículo;

Mas assim como há dificuldades e limitações, os veículos que se propõem a ser alternativos, também possuem aspectos positivos:

- a comunicação popular, alternativa, utiliza-se dos mais diversos materiais, a depender de suas possibilidades financeiras;

- os comunicadores sociais que optam por meios alternativos comumente se apropriam de meios e técnicas, fazendo um uso variado ao generalizante estilo massificado;

- veículos da mídia alternativa são bons em conquistar espaço e público, ainda que concorram com meios hegemônicos e, não raro, conquistam espaço, inclusive nas próprias mídias massivas, uma vez que trazem propostas e projetos inovadores ou, no mínimo, diferente do que se vê;

- poder de divulgação de conteúdos críticos, uma vez que preocupa-se em fazer análises locais sobre realidades concretas;

- a preservação da autonomia da instituição é uma preocupação constante constante;

- o trabalho da veículos alternativos, por investirem em maior ou menos grau de participação, apostam na articulação dos movimentos populares, fortalecendo e valorizando a diversidade cultural;

- na tentativa de quebrar a rigidez das funções estáticas de emissor e receptor de mensagens, os veículos alternativos acabam por imprimir na sociedade novos valores ou, pelo menos, a reelaboração dos valores vigentes;

- por dar mais atenção às questões locais e regionais, ajuda a fortalecer identidades;

- por ser um serviço de utilidade pública, a comunicação popular, alternativa, participativa, é um modo de proteger a sociedade do mercantilismo da mídia;

- ao contar a história das decisões sociais, documenta a história e ajuda a preservar memórias culturais;

- intensifica os processos democráticos a partir do momento que democratiza os meios que fazem, justamente, a manutenção do próprio sistema democrático;

- por ter objetivos e metas voltadas a um bem social maior, acaba por contribuir com o processo de conquista da cidadania.

Por essa perspectiva, considera-se que a existência de movimentos da sociedade organizada podem ser alimentados, fortalecidos ou mesmo criados a partir da mobilização que pode ser a causa ou o efeito dos veículos que optam por um linha de conduta que se diferencie em alguns ou muitos pontos, mas que se configure alternativo a partir do momento que se proponha a ser alternativo.

É importante que haja diversidade, inclusive e principalmente nas formas de se fazer comunicação social, e o papel dos veículos alternativos é justamente o de defender outros aspectos que vão, por natureza, na contramão da lógica do funcionalismo do mercado. Mas seu papel é relevante, não só por ser o contraponto ao mercado, não é uma questão de antagonismo nem se sugere aqui que os fazedores desta forma sejam os heróis da sociedade, mas somente a necessidade da diversidade mesmo.

Quando pensamos no exercício do jornalismo, no contar contínuo dos fatos, procuramos entender essa produção dos sentidos como uma prática de mediação social. Tanto quando falamos de produção de sentidos como quando falamos de mediação social, devemos ter claro que não existe um só sentido de interferência nesse discurso. Não podemos pensar no jornalismo como um processo esquemático, em que as palavras assumem tão-somente o papel de marionetes: isso é dito, para que tenha tal efeito, sobre aquelas pessoas, e para que seja dada uma certa resposta como retorno. Não é mais possível pensar nesse esquema fechado de produção do discurso jornalístico. Estamos falando de uma narrativa elaborada quotidianamente em conflito e que tem por característica essencial a mediação social.

[...]

Observar a prática das narrativas da contemporaneidade dentro de linhas formais de produção de sentidos, no contexto do esquema sujeito – mensagem – receptor,

é por demais limitado, e, portanto, não pode ser um instrumental suficientemente amplo para analisar os muitos sentidos e as várias vozes que compõem as narrativas jornalísticas.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> LEMOS, Jaqueline. *O discurso nu – Um breve ensaio sobre os campos de interferência nas narrativas da contemporaneidade*. Revista Integração – Ensino, Pesquisa, Extensão, Ano XIII, abr./mai./jun.2007, n 49. págs. 135-6

## 5. REVISTA VIRAÇÃO

O Projeto/revista Viração nasceu em março de 2003, a partir do trabalho de um grupo de jornalistas independentes. A intenção primeira era abrir um espaço para a participação juvenil na produção de um material ao qual os próprios jovens teriam acesso. A publicação da revista impressa é mensal, não tem fins lucrativos e tem vínculos estreitos com a Associação de Apoio a Meninos e Meninas da Região Sé (AAMM), uma vez que nasceu a partir do trabalho desta e que ainda recebe seu apoio financeiro, sendo ainda esta sua razão social.

Apesar do Projeto/Revista Viração não ser dependente nem dever satisfações de suas atividades à citada Associação, esta continua sendo seu guarda-chuva jurídico, abrigando o novo projeto como uma das extensões dos trabalhos que desempenha. Isto porque o jornalista Paulo Lima, idealizador e fundador da Viração, atual dirigente da revista e coordenador de suas atividades, trabalhava na AAMM e conseguiu apoio para começar a empreender seu próprio projeto, o que não quer dizer que não haja a intenção de separar juridicamente ambas as instituições, assim que houver segurança para tanto.

A Revista Viração hoje possui diversas parcerias, desde pessoas físicas, que participam oferecendo seu trabalho voluntariamente de maneira profissional, como ilustradores da revista (Letini, Márcio Baraldi, Natália Forcat, Novaes) e articulistas (Paloma Klysis e Sérgio Rizzo), até instituições como a empresa Link e Cérebro, que produziu e faz a manutenção do portal na internet e dos sites vinculados, criados para a divulgação de movimentos acontecidos em Agências Jovens de Notícias (cobertura de determinado evento que mobilize adolescentes e jovens na produção de materiais multimídia), promovidas pela Viração. O trabalho contratado da desta empresa prevê remuneração. No entanto, por ser parceira e ter anúncio garantido em todas



as edições da revista, a Link e Cérebro cobra valores a baixo do mercado em contribuição com a ONG.

Outra empresa que auxilia muito o projeto é a responsável pelo projeto gráfico da revista, Identità, que realiza a diagramação das edições a preço de custo.

Além disso, o Projeto/revista Viração ainda conta com o apoio institucional de organizações como a Unesco, Unicef, Andi, entre outros, e se sustenta financeiramente por meio de doações, patrocínios, venda de anúncios e assinaturas por todo o país.

O projeto elabora 10 edições por ano, com tiragem que varia entre 4 e 5 mil exemplares a cada edição.

### **Da elaboração**

A idéia de uma revista não somente alternativa, não somente uma mídia comunitária, mas também educomunicativa, participativa, dialógica, surgiu de uma necessidade sentida pelo jornalista Paulo Lima, a partir de experiências e observações particulares.

Vicente de Paulo Pereira Lima nasceu em Fortaleza-CE, em 1967. Filósofo pelo Centro Teológico do Maranhão; jornalista pela Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo; teólogo pela Pontifícia Universidade Urbaniana de Roma e especialista em Comunicação pelo Studio Paolino Internazionale della Comunicazione Sociale, de Roma.

Paulo Lima já prestou assessoria a ONGs brasileiras e italianas que atuam no campo dos direitos humanos e do desenvolvimento; atuou na organização de cursos de capacitação sobre programas para rádios comunitárias e jornal mural; trabalhou como redator, repórter fotográfico e, posteriormente, como diretor da revista Sem Fronteiras; foi correspondente da agência de notícias suíça Apic (Agence Press Internationale Catholique); participou da idealização e foi

editor do jornal Brasil de Fato; exerce ainda a função de presidente da Associação de Apoio a Meninos e Meninas da Região Sé (AAMM); dá consultoria de comunicação ao projeto Agência Jovem, do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; capacita e forma lideranças juvenis junto à Pastoral da Juventude da arquidiocese de São Luís do Maranhão, de lideranças jovens afro-brasileiras em Fortaleza (CE) e de lideranças indígenas do Estado do Ceará, além de ter fundado e estar dirigindo a Revista Viração.

A revista é composta também por um Conselho Editorial, do qual participa Eugêcio Bucci, Ismar de Oliveira, Izabel Leão, Immaculada Lopez, João Pedro Baresi, Mara Luquet e Valdênia Paulino, e uma Equipe Pedagógica, composta por Aparecida Jurado, Cássia Vasconcelos, Isabel Santos, Juliana Rocha Barroso, Maria Lúcia da Silva, Nayara Teixeira, Roberto Arruda, Robson Oliveira e Vera Lion. Importante para a revista é também o Conselho Editorial Jovem (participantes da viração de todos os estados onde o projeto está presente), além de alguns setores terceirizados.

Os Conselhos Editorial e Pedagógico da revista são formados por profissionais que já trabalhavam anteriormente com projetos que se afinizam à proposta da revista Viração, ou seja, que trabalham com juventude, comunicação, educação e cidadania.

Os membros de ambos os conselhos observam e

auxiliam a equipe da Viração no trato de temas específicos, na indicação de fontes para as matérias, entrevistas e reportagens e, ainda, na solução de dúvidas tanto em relação a possíveis mudanças na publicação (inovações visuais e editoriais), quanto em relação a estratégias e posicionamentos a serem adotados. Colaboram, ainda, com todos os outros projetos que estão vinculados à Viração: a versão digital da revista, os especiais, as oficinas de capacitação promovidas etc. São profissionais com competências diversificadas e que, exatamente por este motivo, são capazes de atribuir às publicações uma multiplicidade de olhares. Dentre

outros, integram o Conselho Profissional e a Equipe Pedagógica: psicólogos, pedagogos, pesquisadores, sociólogos, agentes e líderes comunitários.<sup>84</sup>

Quando o projeto começou a ser formulado, Paulo o expôs para jovens e adolescentes fazerem avaliações quanto às formas e conteúdos da revista. E esta prática segue até hoje.

Ele entrou em contato com entidades que trabalhavam com a juventude, a fim de apresentar a *Viração* e chamar os adolescentes e jovens a participar de suas atividades. Procurou o Centro de Estudos das Relações do Trabalho e da Desigualdade (Ceert), ONG que produz conhecimento, desenvolve e executa projetos voltados para a promoção da igualdade de raça e de gênero; a Fundação Abrinq, organização sem fins lucrativos que busca promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania da criança e do adolescente; os onze Centros de Defesa da Criança e do Adolescente de São Paulo (Cedecas da região sudeste), que em âmbito nacional atuam na defesa dos Direitos Humanos da infância brasileira; e alguns movimentos sociais, como o Movimento Negro, que luta pela igualdade racial e o Movimento dos Sem Terra, que prima pela reforma agrária e pela justiça social.<sup>85</sup>

Os jovens que se envolvem com o projeto passam a contribuir com opiniões, críticas, sugestões e, mais do que isso, passam a frequentar reuniões mensais cujo objetivo é discutir pautas (assuntos que serão abordados na revista impressa) que interessem a si próprios como produtores e consumidores do produto revista e elaborar a forma de cobertura dessas pautas, bem como negociar possíveis auxílios para o cumprimento delas, como financiamento de transporte, alimentação ou estrutura. Os jovens que trabalham neste processo podem, inclusive, dispor de materiais como gravadores de voz, câmera fotográfica e computadores da redação.

Vale lembrar que este trabalho não é desempenhado somente no Estado de São Paulo, mas em 21 estados brasileiros. São eles: Alagoas, Pará, Goiás, Rio Grande do Norte, Rio Grande

---

<sup>84</sup> TEIXEIRA, Nayara. *A mídia alternativa Revista Viração: UMA INICIATIVA QUE INCLUI ADOLESCENTES E JOVENS NA BUSCA PELA EMANCIPAÇÃO SOCIAL*. Universidade Metodista de São Paulo. [dissertação de mestrado]. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Bernardo do Campo, 2007, p. 84.

<sup>85</sup> *Idem*, p. 85.

do Sul, Brasília, Piauí, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Pernambuco, Espírito Santo, Paraíba, Minas Gerais, Maranhão, Rio de Janeiro, Ceará, Bahia, Santa Catarina, Amazonas, e São Paulo.

A formação de um conselho jovem se dá sempre que a equipe da revista encontra em alguma região (cidade, estado) um grupo de pessoas que se interessem em trabalhar juntas para produzir conteúdos e participar das atividades da revista *Viração*. Então a revista entra em contato com alguma organização da região, que ficará incumbida de oferecer seu espaço físico para discussões, encontros e compartilhamento de computadores, para que os jovens possam escrever e se comunicar com a redação em São Paulo pela internet ou telefone.

Na redação de São Paulo é onde se concentra a administração da revista como um todo, como por exemplo o gerenciamento do portal on-line e os processos de produção e organização dos conteúdos que seguirão para a revista impressa. Mas não só isso. Sendo uma publicação com proposta educacional, o projeto não somente oferece espaço para a voz aos adolescentes e jovens, como também desenvolve projetos paralelos que, além de serem serviços vendidos a instituições particulares e públicas, fundamentais à sobrevivência da *Viração*, são também meios de fomentar a comunicação, de maneira que oficinas de educação e jornal mural são comuns e têm calendário próprio, além de uma parte da equipe cuidando especificamente disso, oferecendo conhecimento de técnicas que se transformam em ferramentas de apropriação dos espaços de convivência jovem, aumentando o já citado atrito, no sentido de contato, com seus pares.

As oficinas do jornal mural consistem, basicamente, em ensinar um grupo de jovens dentro de uma escola, que pode ser privada ou pública, a planejar uma publicação local que, no caso, independe de verbas para impressão e distribuição do material, já que é afixado em uma

parede visível de um lugar compartilhado. O jornal mural de cada escola tem seu nome próprio, bem como formato e um conceito, tudo formulado durante as oficinas e sob a orientação da equipe da revista. Desta forma, alunos e professores são preparados para o compartilhamento de informações por meio de ações organizadas, ou seja, o veículo proposto é planejado quanto à sua periodicidade, estilo, segmento, e outros pontos que sejam relevantes para a equipe que fará o trabalho. Nas oficinas é importante que sejam integrados os esforços de alunos e professores de diversas disciplinas, já que as informações devem ser checadas quanto à sua correção ortográfica e/ou de conteúdo. Mas o jornal mural não precisa ser apenas isso. A prática incentiva, inclusive, a publicação de poesias, desenhos, letras de músicas ou outras produções artísticas que os alunos queiram divulgar, bem como acontecimentos passados e futuros da comunidade.

Outro trabalho comumente realizado pela equipe é o de assessoria de imprensa para eventos de mobilização social, como congressos e simpósios cujos temas estejam dentro da discussão dos direitos humanos, meio ambiente ou a própria Educomunicação, além da elaboração de edições especiais temáticas da revista, patrocinadas pela Unicef.

Mas o protagonismo juvenil nas ações organizadas pela revista é que é o fio-condutor para todas as decisões, seja com relação a contratos de prestação de serviços, seja com relação a patrocínios. É um projeto orientado pelos jovens para os jovens, que conta com profissionais preparados para facilitar as relações que enriquecem os processos desenvolvidos por essa equipe, visando, ao final, a transformação social que se pensa possível fortalecendo as ferramentas de comunicação promotoras de educação.

(A revista Viração) Surgiu de uma lacuna no mundo editorial. Eu não falo nem no mercado editorial, falo no mundo, porque foi em um ambiente editorial que vai além do mercado. Tinha um espaço para criar algo diferente, inovador. [...] Bem, não basta ser uma revista. Tem que ser mais do que uma revista. Tem que ser um

projeto social impresso e eletrônico. Tem que ser algo que possa envolver os jovens e adolescentes num processo de produção. Daí que a gente criou a Viração. O número zero, por exemplo, foi estraçalhado em sala de aula. O pessoal cortou e colou cada página na parede, fizeram avaliação, mandaram sugestões para melhorar, foi muito legal esse processo. E aí surgiu a idéia também de se criar um conselho jovem, uma experiência piloto em São Paulo. A gente soube só depois que existia algo parecido em Brasília, com o jornal Radical, que é feito para as escolas do ensino médio de Brasília. E aí a gente queria inovar. Trazer jovens e adolescentes de diversas realidades para que eles pudessem dialogar e criar algo diferente a partir de uma discussão.

**Paulo Lima, em entrevista**

Percebe-se então, na fala de Paulo Lima, que a revista já nasceu com a função de ser alternativa. Mas ser alternativa não é sinônimo de ser educacional. O essencial do trabalho, a intenção, a proposta inicial já tinha uma identidade propícia à educação, que foi ganhando forma à medida que foi se desenvolvendo.

Uma mídia alternativa talvez seja alternativa à mídia massiva, mas não alternativa à maneira da mídia massiva se reger ou se administrar. Muitas vezes nós temos formas concentradas e autoritárias de comando num pequeno veículo de comunicação. Que é alternativo em termos de número, em termos de abrangência, em termos de tema. Pode até ser um veículo que esteja contribuindo com a sociedade, com as mudanças, e assim por diante. Porém, ele não tem o perfil de engajamento que permita, por exemplo, aquilo que Paulo Freire vai designar de comunicação dialógica. Então existem algumas marcas conceituais que vão caracterizar a Educação. Uma delas é estar muito atento a tudo que é alternativo. É um alternativo consoante com a proposta freireana da comunicação dialógica? Esse alternativo está sintonizado com a proposta de uma concepção sociológica das mediações culturais? Que é uma concepção que admite que a comunicação é um fenômeno não exatamente administrativo, mas cultural. Que é a sociedade que gera a mídia como ela está. E essa sociedade mesma que gera a mídia, gera o receptor de mídia e permite que esse receptor se transforme também num produto cultural. E aí nós vamos reconhecer algo, a possível autoria presente em todos os espaços da sociedade. E aí a educação vai facilitar essa autoria. E vai tentar transformar todas as pessoas que tenham vocação, que queiram. Vai tentar aproximar essas pessoas das condições de uma execução autônoma, de uma produção autônoma também. Nem tudo que é alternativo é educacional. E tudo o que é educacional é alternativo em relação aos sistemas pré-estabelecidos, da chamada educação tradicional e comunicação tradicional. Nós apoiamos o projeto desde o princípio. Então, não é que eu

participe como integrante da redação. Eu sou alguém que viu o projeto no seu nascedouro e, em nossos projetos (na ECA), nós usamos a revista.

**Ismar de Oliveira, em entrevista**

Com o apoio dos profissionais chamados para compor conselhos editorial e pedagógico, a publicação foi ganhando contornos mais específicos de suas práticas que fomentavam nos participantes do projeto, profissionais, adolescentes e jovens envolvidos, a idealização de maneiras de participação mais e mais efetivas. O projeto encontra-se, ainda hoje, em estado de constante revisão e reformulação para se adaptar às demandas que vão crescendo a medida que a revista ganha projeção nacional, mais assinaturas e mais contribuições.

Até pelo fato de que a Educomunicação, além de ser um conceito e uma prática definida, está também prestes a se tornar curso do ensino superior no Brasil, as discussões em torno do tema se avolumam e chamam a atenção de diversos grupos que já pensavam, propunham e realizavam trabalhos por meio de grupos da sociedade civil organizada e tanto a Educomunicação em si quanto o Projeto/revista *Viração*, oferecem subsídios a essas pessoas através de seus exemplos.

Também por seu trabalho de perfil inconcluso, mas sempre em transformação, a equipe da revista começa a pensar em alçar vôos internacionais. Em parceria com a Unicef a Revista *Viração* foi convidada a fazer a mobilização jovem do III Congresso Mundial de Enfrentamento da Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes, que aconteceu no Rio de Janeiro entre os dias 25 e 28 de novembro de 2008. Para tanto, a equipe trabalho na produção de materiais informativos e entrevistou jovens de várias partes do mundo para colocar a discussão dos temas que atravessam a questão da exploração na pauta de trabalho de organizações por todo

o mundo, tenho como apoio três blogs desenvolvidos especialmente para esta ação, onde eram publicados os mesmos conteúdos na versão em inglês, português e espanhol.<sup>86</sup> Tal trabalho repercutiu em 95 países, o que, de muitas formas, ajuda a colocar a revista como uma referência de mídia alternativa jovem no terceiro setor.

Mas essa preocupação com os rumos do projeto não é recente e quanto mais ele cresce, mais a equipe sente a necessidade de mais organização para que continue crescendo, ao mesmo tempo que se questionam as práticas, os funcionamentos e a metodologia de trabalho, bem como os ideais e os objetivos, que devem ser os mesmos entre os membros, embora estejam, muitas vezes, desempenhando papéis extremamente distintos em diferentes locais. A necessidade de se ter um discurso uniforme e afinado com as metas maiores do projeto é uma observação específica de um planejamento que teve início em outubro de 2008, com o auxílio da Ashoka e Mckinsey Consultoria.

O planejamento ainda não está concluído, mas a equipe já definiu alguns pontos importantes, aqui reproduzidos a fim de que se tenha mais precisas as noções da etapa de desenvolvimento em que o projeto se encontra atualmente:

### **Planejamento Estratégico do Projeto/ Revista Viração**

#### **Missão:**

Fomentar e divulgar processos e práticas de educomunicação e mobilização entre jovens, adolescentes e educadores para a efetivação do direito humano à comunicação e para a transformação social.

---

<sup>86</sup> <http://www.blog.stopx.org/>



**Visão:**

Tornar-se um referencial nacional em mídia jovem e como promotora de ações educacionais, conquistando novos espaços e públicos e ampliando a nossa área de abrangência para além do terceiro setor.

**Forças:**

Equipe comprometida e identificada com os valores  
Trabalho colaborativo  
Transparência  
Capilaridade  
Capacidade de tecer parcerias  
Dois ponto zero impresso  
Democratização e educação entre pares  
Criatividade  
Participação jovem efetiva  
Espaço físico e infra-estrutura  
Profissionais capacitados  
Apoio institucional  
Estar em São Paulo  
Diversidade  
Carta de princípios  
Mão na Roda.

**Fraquezas:**

Administração  
Falta de organização/administração profissional  
Falta de meios para sustentabilidade  
Ansiedade com a construção de sonhos  
Falta de equipe para captação de recursos  
Distribuição precária e nível de salário  
Não ter uma sede própria com acessibilidade  
Carga e logística de trabalho  
Poucos projetos fixos  
Parcerias que não agregam para a sustentabilidade do projeto  
Muitos projetos sem retorno financeiro  
Dificuldade de definir prioridades  
O remanejamento da equipe para projetos  
Questões trabalhistas  
Formação e capacitação da equipe e dos virajovens  
Relação com os virajovens  
Dificuldade de mobilização e de aproximação dos virajovens de outros Estados  
Não ter adotado software livre ainda

**Oportunidades:**

Tornar-se Ong ou OSCIP

MEC quer priorizar o ensino médio  
Ampliar parcerias e redes  
Estruturação da prestação de serviços  
Projeto Agente Vira  
Inclusão em um portal maior (Uol, Ig, Terra)  
Venda em bancas  
Revista bilíngüe  
Centro digital com 15 computadores já implantado na sede  
Educomunicação na agenda das principais organizações  
Rede de escolas particulares  
Aumento da visibilidade internacional  
Novos canais de distribuição  
TVira (programa em parceria com a TV USP<sup>87</sup>)

**Ameaças:**

Concentração dos meios de comunicação no Brasil  
Perder profissionais para outras organizações  
Entrada de concorrentes  
Disparidade nos discursos  
Incoerência ideológica  
Revista corre o risco de virar release de projetos sociais

**Aspirações:**

Buscar fontes de recursos mais estáveis  
Manter os princípios  
Reforma e reformulação da administração/profissional  
Ajustes de coerência na revista  
Estruturar área comercial  
Atingir em cada Estado 70% das escolas  
Sede própria com acessibilidade  
Tornar o portal referencial como mídia jovem/adolescente  
Criar rede de revistas jovens pelo menos na América Latina e países de língua portuguesa  
Revista bilíngüe  
Redação mambembe  
Trazer de 3 a 5 empresas socialmente responsáveis  
Ocupar mais espaços públicos (TV USP, praças)

---

<sup>87</sup> TV USP faz parte do Canal Universitário (CNU) de televisão comunitária que, em parceria com a Revista Viração, produz um programa semanal chamado Quarto Mundo, que estreou na primeira semana de novembro, onde jovens aprendem a manipular equipamentos de produção audiovisual, além de entrevistar personalidades convidadas, em oficinas semestrais.

A partir deste documento é possível entender um pouco melhor o trabalho desempenhado atualmente pelo projeto, além de compreender suas metas e rumos nos próximos 5 anos de trabalho.

## 6. REVISTA VIRAÇÃO – PRÁTICA EDUCOMUNICATIVA

De acordo com Ismar de Olimar Soares, Educomunicação se baseia na reflexão de que,

se existe uma educação para manter a sociedade como está, nós precisamos de uma educação para transformar a sociedade. Porém, transformar a partir do próprio agente que está participando do processo. Então não é alguém que vai ensinar a criança a ser revolucionária. Ela vai ser revolucionária a medida em que ela participa desse processo no sentido de estar em dialética com o adulto, dialogando e criando junto com o adulto. E essa criação é respeitada pelo adulto e, quando juntos, eles começam a implementar atividades.

**Ismar de Oliveira, em entrevista**

Essa informação reforça a idéia de que a revista Viração deve ser um projeto que promova a transformação social, que encontramos na fala de Paulo Lima, quando se refere ainda ao processo de construção da revista, desde o princípio, assim como foi reforçada essa idéia quando do planejamento estratégico da equipe.

Mas como garantir que essa transformação social, proposta pelo próprio conceito da Educomunicação, está sendo exercido por este projeto, e não que se trata apenas de uma mídia alternativa?

Este capítulo pretende discutir brevemente as práticas da revista como um todo, sua organização e sua maneira de exercer e fomentar ações educacionais no participante/público-alvo. A começar pela revista em si.

## **Os conselhos**

Existem conselhos espalhados por todo o país e o espaço da revista impressa é limitado – 36 páginas. A redação de São Paulo organiza a participação desses conselhos em um rodízio das seções. As seções da revista (que são os espaços fixos com temas agendados e que trazem conteúdos regulares em todas as edições) são divididas pelos conselhos, sendo que cada um participa elaborando a seção que lhe cabe na determinada edição, que é mensal. Assim sendo, um mês a matéria de capa é de determinado Estado, no mês seguinte é de outro Estado e assim segue.

Para reunir esses conteúdos e garantir uma relação aproximada entre os jovens dos conselhos e a equipe da redação, foi criado um sistema que denominaram de Anjos. Os Anjos são os jornalistas, estagiários e funcionários da redação (designer, oficineiro, educador, secretária) que cuidam de determinado número de conselhos. Alguns anjos chegam a articular até 3 conselhos, sendo responsável por se comunicar com eles, oferecer ajuda na etapa de procura das fontes até a elaboração do texto, propriamente dito, bem como de estreitar laços da equipe com o restante do país. Esses contatos são feitos via e-mail, telefone, programas de mensagens instantâneas e encontros presenciais (o que é mais raro, uma vez que o país é muito grande e existe dificuldade de locomoção).

As seções, como Sexo & Saúde (que traz dúvidas de jovens e respostas de especialistas sobre sexualidade), Mais Igual (matérias que abordam dificuldades sofridas por minorias, étnicas, raciais, de gênero, entre outras), Que figura (a história de um personagem já falecido que tenha feito uma obra em prol da sociedade, local ou global), tem cada qual a sua proposta e é importante que o conselho participante entenda essa proposta e cumpra seu papel.

Para tanto a equipe criou um manual de redação e estilo, o Mão na Roda que, entre outras informações, traz as especificações e objetivos de cada seção.

A fim de articular os conselhos regionais, foi criada uma nova função para o participante ativo que tivesse justamente essa função de ser o facilitador das relações entre os adolescentes e jovens participantes do processo (virajovens) e a revista em si, garantindo assim um processo de discussões de pautas, organização de atividades, bem como o cumprimento dos prazos para a entrega dos materiais – textos, fotos, imagens, entre outros. Por ter essa função de mediar as comunicações e também de ter, por objetivo final, mediar, ou seja, trabalhar com a mídia, tornar público o trabalho produzido, esse articulador regional recebeu o título de mediador. É ele quem responde pelo conselho e que, não raro, mantém com a redação um contato mais aproximado, constante e estreito, para saber das definições, planejamentos, avaliações e necessidades da equipe de São Paulo.

Segundo Vivian Ragazzi, editora da revista e do portal da Viração, existe um critério claro para o material que será aproveitado na versão impressa e o que será encaminhado para a versão on-line.

O que costuma acontecer é o seguinte: eu recebo bastante coisa dos virajovens, mas são coisas assim: “ah, cobri um evento aqui, outro ali”. Geralmente ligado a essas ongs que eles participam. Então, dependendo do material que chegar para o site, ele pode ir para a impressa. Mas o que a gente costuma fazer?: privilegiar material que não seja tão datado. Que não seja tão quente – quente, no jargão jornalístico, é que perde a validade, que está muito em cima da hora, e a revista privilegia o material mais frio, porque ela é para ser usada por anos. Professor pode usar daqui a cinco anos aquela matéria que saiu. Então, se eu der na impressa uma matéria que é muito ligada a um fato específico que aconteceu, ele perde força. Chegou alguma coisa para o portal eu posso encaminhar para a impressa, desde que tenha esse caráter atemporal.

**Vivian Ragazzi, em entrevista**

A produção desse material ao qual a editora se refere é livre, sendo que mesmo adolescentes, jovens que não estão articulados em nenhum conselho da Viração, líderes de

movimentos sociais ou representantes de minorias podem escrever artigos ou notas informativas, porque o portal on-line tem espaços específicos, inclusive para textos opinativos.

Sobre a produção específica dos conselhos, existem reuniões mensais onde os membros discutem pautas que gostariam de ver na revista, que gostariam de executar ou que sugerem para outros jovens participantes ou mesmo para a equipe de jornalistas da Viração elaborar e transformar em conteúdo. Também por isso, por causa da participação juvenil nessas discussões, é a que se deve a qualidade e diversidade das pautas, que procuram abordar temas comuns às juventudes e favoráveis à cidadania.

Quando algum jovem necessita de estrutura para cumprir alguma pauta que tenha sido aprovada pela maioria dos presentes, como computador para escrever matéria, gravador de voz, câmera fotográfica, dinheiro de condução ou mesmo contatos, a equipe se mobiliza para auxiliar, bem como é permitido pegar equipamentos emprestados. É comum, também, que os iniciantes se sintam inseguros para realizar entrevistas ou escrever, assim alguém da equipe ou um jovem com alguma experiência acompanha o outro e o auxilia também na fase elaboração do texto. Os textos só são corrigidos quanto à gramática. Texto opinativo tem um determinado espaço, matéria com entrevistas, outra espaço, divulgação de eventos entra na seção Agenda, do portal, e assim por diante.

Ainda de acordo com Vivian Ragazzi, qualquer tema entra, e é preferível uma linguagem mais jovem do que assuntos e formas burocráticas ou engessadas. “Até palavrão entra.”

Virajovens como Éric de Andrade, que já participa há quase dois anos do conselho de São Paulo, fazem questão dessa liberdade. “Eu tenho certeza porque li tudo. Só corrigiam erros de português. Se mexessem eu nunca mais ia participar. Porque o que uma pessoa cria, não pode ser mexido. Principalmente texto opinativo.”

A proposta é que adolescentes e jovens se apropriem desse espaço de discussão grupal e público da forma que acharem que devem, desde que tragam questões relevantes à sociedade e à cidadania, em consonância com os conceitos pilares da Educomunicação.

Mas, por ser um projeto ainda novo, que coloca em prática conceitos ainda recentes, e por ser um processo em construção, algumas práticas precisam ser aprimoradas para que o desenvolvimento Educomunicativo seja mais efetivo e delineado.

Ubirajara Barbosa, que está no projeto há 3 anos e trabalhou como mediador durante 2 anos, faz reflexões importantes sobre o esquema de funcionamento.

A Vira cumpre seu papel de veículo de educomunicação. Funciona. Porém, eu acho, que essa questão dos 21 conselhos, do crescimento, isso acaba não ajudando. Em certos momentos a gente acaba tendo relações que acabam indo de encontro com o que a gente quer. Aquilo que a gente se posiciona contra, que é a grande mídia, como é que funciona. E eu acho que esses 21 conselhos, esse crescimento, de certa forma é quase lidar com sucursal, que é uma coisa que eu nem sei se existe mais. E eu não sei se é esse o objetivo, lidar de tão longe. Como veículo de educomunicação funciona. Enquanto projeto também. Hoje ela está numa fase de uma gestão um pouco mais democrática, aqui na redação mesmo. É um bom veículo educunicativo. *[Mas alega:]* Eu particularmente acho bastante complicado ver o funcionamento desses 21 conselhos. Eu vejo, de contato próprio, de ter falado com alguns conselhos, que as coisas não estavam acontecendo como a gente achava que estava, ou como achava que deveriam estar. Ou de conselho que está funcionando, de repente não está mais. Como é muita gente para fazer uma revista só, que não tem tantas páginas assim, não cabe para todo mundo, mesmo que a gente quisesse. Fora as páginas que a gente tem fechadas com a Unicef, com a Geração MudaMundo. Em princípio funciona assim: a Vira fecha parceria com algumas organizações e cada organização fica responsável pelos virajovens de lá.

A gente não está aqui para controlar esses conselhos. A gente está aqui para que os conselhos aconteçam e que eles não só produzam pauta, produzam matéria, porque pra isso é fácil, a gente pede pra qualquer um, mas que o processo educunicativo aconteça. Eu acho que 21 conselhos é muita coisa. Eu acho muita coisa desde dos 15 conselhos. Não dá para acompanhar tudo. Em um ano e meio a gente passou de 2 para 21 conselhos. Eu acho muita gente, muita organização, muito complicado de lidar com isso. E são lugares distantes, são organizações com realidades diferentes. Não sei se eles funcionam. Eu tenho minhas dúvidas se eles funcionam bem. Todos. A importância do espaço físico, computador, máquina fotográfica, gravador e gente querendo fazer, acho que é isso basicamente. Eu vejo que é assim: o processo educunicativo, eu, enquanto



educador, penso que 80 pessoas no processo, uma vez por mês, não sei se funciona tão bem. É mais volume do que conteúdo.

**Ubirajara Barbosa, em entrevista**

Também em entrevista, que aconteceu em outro dia e em outro espaço, Éric de Andrade tocou na mesma questão:

Uma vez por mês é muito inútil, se você for ver. Uma vez no mês, para você fazer uma revista mensal, não dá certo. Por isso que o jovem não participa totalmente. Eu acho que devia ter mais, só que entra o custo, a passagem, alimentação, e isso é complicado. E o jovem tem uma vida também. Você não pode querer que a Viração seja a vida do jovem. Ele tem coisas a fazer durante a semana. Só que eu acho que é necessário fazer mais de um, com certeza. É o que eu estou tentando mostrar lá. Eu não sei se eles vão aceitar isso. Seria o ideal uma (reunião) no começo e no fim (do mês). Você pega a pauta e a gente te ajuda durante o mês e aí no final do mês a vemos como é que está. Ir lá, não só mandar e-mail. Não é assim.

**Éric de Andrade, em entrevista**

Quer dizer, a forma de articulação dos conselhos, mesmo o de São Paulo, ainda está está muito bem ajustada às possibilidades e necessidades da revista e dos jovens que dela participam.

Paulo Lima pondera:

Existem grupos que estão num determinado momento desse processo educacional. Outros estão um pouco mais avançados, mais em conformidade com aquilo que a gente propõe. Existem outros que, por conta da situação de empobrecimento, de falta de equipamento, falta de pessoal, já estão num outro momento também. Mas eu acho que a grande dificuldade é que esses grupos estão descobrindo que não é fácil promover a participação em todo o processo. Porque há desafios. Tem núcleos que não têm máquina fotográfica digital, que dependem de um amigo que pode emprestar. [...] Há vários níveis de participação. O que a gente procura mostrar é um pouco isso, a pluralidade de fontes, de vozes, de experiências. [...] Há várias formas de ser virajovem. O favorecimento do diálogo, do trabalho em equipe.

**Paulo Lima, em entrevista**

## **Participação**

De acordo com Ismar de Oliveira, “a Educomunicação se dá, na verdade, no embate de idéias e de interesses. Há grupos que favorecem e os que tentam criar obstáculos, porém existe alguma coisa fundamental, que é uma paixão que surge a partir do momento em que as pessoas descobrem que existem aliados em torno de uma idéia da expressão. Existem aliados em torno da idéia de facilitar as contradições que sejam resolvidas pelo diálogo educativo. A idéia de que a escola tem que favorecer a capacidade de expressão das próprias crianças.” Segundo ele, essa participação deve acontecer em tantos quantos forem os espaços que permitam essa atuação, sendo que a gestão democrática é um dos pilares da chamada Educomunicação.

Mas em um ambiente onde existem processos administrativos correntes, é possível que não haja hierarquia? E, uma vez que há, é possível uma autoridade não ser autoritária?

A equipe da revista *Viração* procura realizar reuniões mensais para discussão dos mais diversos assuntos que tocam a execução dos diversos processos promovidos por ela. Como a equipe é muito seguitada, por vezes as pessoas passam algum tempo sem se ver ou se falar, senão por telefone e e-mails, por conta da agenda de atividades de cada um, que surge conforme o ritmo de trabalho dentro de cada projeto paralelo. Sendo assim, é necessário um dia e um horário específicos de encontro, o que se torna importante até para que uns saibam o que os outros estão fazendo, o papel que estão desempenhando e quais frutos estão colhendo. Além disso, é importante também a decisão coletiva em torno de temas comuns a todos e que afetam a revista enquanto instituição, como algumas regras de condutas, fatos cotidianos, acordos, contratos, propostas, patrocínios, redefinições de tarefas, entre outros.

Paulo Lima diz que “sempre que pode, compartilha e abre para gestão, para um processo de decisão. Isso estamos tentando fazer mais e mais. Mesmo internamente, quando temos que decidir algo, a decisão é muito coletiva, todo mundo decide junto.”

Durante as reuniões internas, de equipe, são comuns questionamentos a cerca de decisões tomadas pelo jornalista responsável Paulo Lima, ao que ele argumenta que foram decisões estratégicas ou políticas. Logo, até onde vai a democracia, até onde vai a voz para a gestão do projeto, não está também muito claro. Talvez por não haver delimitação física precisa entre o departamento comercial/administrativo e a redação (todo o espaço é muito fluido, não há portas nem divisórias), as pessoas se integram e têm acesso, de fato, a tudo o que acontece, o que não-raro pode gerar algum conflito, já que com a justificativa da gestão democrática, jornalistas acabam tomando decisões influenciados por questões financeiras, que o coordenador abre e coloca em discussão sempre que julga necessário, além de tomar decisões sozinho, usando seu poder e noções gerais e mais aprofundadas que tem sob seu ponto de vista privilegiado, o que coloca a equipe em questionamento sobre sua autonomia e poder de decisão. Este é outro ponto de conflito, onde um grupo descobre que a gestão democrática realmente não é tão simples quanto parece e algumas decisões não podem fugir do exercício de uma hierarquia, já que alguém tem que responder pelo projeto.

Mas também é fato que existe uma abertura para que o jovem participe de tantos processos quanto realmente queira. Por exemplo:

A gente participou das reuniões de planejamento. Sentou com a diagramadora, que era uma coisa que a gente já queria fazer faz tempo. E funcionou, mudou. Tinha umas fontes esquisitas, uma letra de mão num fundo estranho. Não dava para ler. O intuito da revista não é só ficar bonitinha, tem que passar informação, tem que conseguir ler, no mínimo. E isso nunca tinha acontecido. Eu falei, caramba! Como em 5 anos de revista ninguém viu isso. Ou é acomodação ou

*ninguém viu. – diz Éric, deixando claro que os processos do projeto como um todo estão em aberto, ou seja, que a participação é possível e tudo o que diz respeito às atividades desenvolvidas é passível de contradições, argumentações e diálogo, ainda que os limites das questões políticas e financeiras ainda não estejam muito claros e talvez devam um pouco à tal gestão democrática.*

Ainda sobre a participação juvenil, existem outros pontos, levantados por Éric, que são conflitantes com a proposta educacional:

Acho que tem gente que fala que o jovem deve participar, mas não demonstra que quer tanto essa participação. Acho que isso é acomodação. E vejo em várias pessoas da redação. Ter mais contato com o jovem, não largar matéria na mão dele e ele se virar. Eles falam ‘ah... vocês podem pedir ajuda...’, mas não parece real, porque lá tem pouca gente para fazer muitas coisas. Aí fica meio complicado de eles ajudarem todo mundo. Eu acho que o jovem que tá entrando agora precisa de uma ajuda, de uma atenção extrema, ter um laço. Não só ir lá de sábado, uma vez no mês, se ver e volta. Para ele fazer a revista tem que fazer parte da revista, tem que conhecer o grupo, depois o método de fazer matéria e isso vai acontecendo conforme a turma está reagindo a proposta.

Ao criticar o próprio projeto, Paulo Lima se lembra também desta questão:

Não são apenas as novas tecnologias que eu tenho que saber operar, é muito mais que isso. A comunicação tem que ser entendida de uma forma muito mais integral e sistêmica, com um olhar crítico sobre o projeto. A gente tem muito o que caminhar nesse sentido. E é difícil, às vezes, voluntários que estão no projeto comungar desse pensamento, porque os coloca em crise. ‘Pô, como é que pode eu, que fiz 4, 5 anos de faculdade, vou aceitar uma sugestão de um jovem que vem lá não sei da onde, que está em medida socioeducativa na Fundação A Casa, antiga Febem, dizer que eu tenho que mudar esse desenho porque tá feio?!’ ...Enfim.

Isso quer dizer que talvez a própria equipe não esteja tão habituada a essa excessiva participação, além do que os projetos são muitos, o que impossibilita, realmente, uma atenção maior aos jovens. Mas expandir a equipe, por hora, não pode acontecer, por causa de limitações financeiras.

Porque nós estamos num cenário político, financeiro, econômico, que vai contra iniciativas como essa. As altas cargas de juros, mas também a carga tributária, pesa não apenas para o pessoal da Abril, pesa para um projeto como o nosso, também. Mesmo sendo um projeto sem fins lucrativos. Os custos de papel e de correio são iguais aos custos que paga uma Abril, uma Folha de São Paulo, sendo que os nossos objetivos são assimétricos. Eu acho que um dos grandes desafios é a captação de recursos. A gente tem que inovar também nisso. Temos que descobrir novas formas de captar recursos, sem depender de patrocínios de empresas que se dizem de responsabilidade social e que na verdade, você vai descobrir, elas têm uma folha corrida de antecedentes criminais muito feia. Como ter mais assinaturas, como captar mais anúncios institucionais, como fazer com que os teus leitores sejam mais cúmplices e mais participativos até de forma econômica, como vender produtos e serviços. [*são grandes preocupações de Paulo Lima*]

**Paulo Lima, em entrevista**

### **Patrocínio**

O Projeto/revista Viração dispõe de uma carta de princípios, na qual se baseia para aceitar ou recusar auxílio financeiro. Segue:

### **Carta de princípios do Projeto/ Revista Viração para receber doação e patrocínio e instaurar parcerias e alianças**

Esta carta se baseia na Carta de Princípios do Fórum Social Mundial, que defende as alternativas a um processo de globalização comandado pelas grandes corporações multinacionais e pelos governos e instituições internacionais a serviço de seus interesses, com a cumplicidade de governos nacionais. Elas visam fazer prevalecer, como uma nova etapa da história do mundo, uma globalização solidária que respeite os direitos humanos universais, bem como os de tod@s @s cidadãos e cidadãs em todas as nações e o meio ambiente, apoiada em sistemas e instituições

internacionais democráticos a serviço da justiça social, da igualdade e da soberania dos povos.

Para ser fiel à sua missão:

O Projeto/ Revista Viração não recebe doação não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas que utilizam mão-de-obra infantil ou escreva em sua cadeia produtiva e de distribuição nacional e internacional.

O Projeto/ Revista Viração não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas que desrespeitem os direitos trabalhistas de seus trabalhadores previstos nas legislações brasileiras ou de seu respectivo país, quando se tratar de um doador, patrocinador, parceiro ou aliado internacional.

O Projeto/ Revista Viração não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas que desrespeitem as legislações ambientais de sua cidade, de seu Estado, de seu país.

O Projeto/ Revista Viração não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas da indústria de fumo e tabaco, bebidas alcoólicas e refrigerantes, farmacêutica, bélica, agrotóxicos e aditivos alimentares.

O Projeto/ Revista Viração não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas que atuam na imposição e manutenção do monopólio privado nas áreas das telecomunicações, da informação e da comunicação em nível nacional e internacional.

O Projeto/ Revista *Viração* não recebe doação e patrocínio ou faz parceria e aliança com grupos, associações, fundações, institutos, empresas nacionais ou transnacionais ou entidades representativas das áreas das telecomunicações, informação e comunicação que, em seus produtos, iniciativas e campanhas, desrespeitam os direitos humanos, inclusive o direito humano à comunicação, garantidos nas legislações nacionais e internacionais.

Baseados nesta carta de princípio é que responderam a uma situação polêmica e por causa dela ganharam visibilidade entre grupos do terceiro setor como um exemplo de coerência. “Prestes a firmar uma parceria com a Votorantim a redação descobre que ela está expulsando, de forma violenta, 500 famílias de sem-terras das terras compradas pela empresa em Pernambuco. Resolve, então, abrir mão da parceria mesmo passando por problemas econômicos.”<sup>88</sup>

Mas mesmo quando a ajuda vem de parceiros confiáveis, questões éticas sempre permeiam os trabalhos. Vivian Ragazzi cita:

Isso acontece, não vou mentir. Acontece porque quando você coloca seu nome, sua logomarca na capa, você, de uma certa forma, está respondendo por aquilo. Qualquer parceiro. Eles lêem as matérias, eles fazem comentários. Eu acho que isso fere um pouco o que a gente aprendeu como jornalista, que temos que falar. A gente vive num dilema sobre isso.

**Vivian Ragazzi, em entrevista**

Para Paulo, o jogo de negociações faz parte da trajetória de qualquer veículo e não necessariamente compromete a linha-guia das ações educomunicativas: “É claro que em alguns momentos temos que ceder, mas sem perder a nossa cara, a nossa independência editorial, sem

---

<sup>88</sup> TEIXEIRA, Nayara. *A mídia alternativa Revista Viração: UMA INICIATIVA QUE INCLUI ADOLESCENTES E JOVENS NA BUSCA PELA EMANCIPAÇÃO SOCIAL*. Universidade Metodista de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social São Bernardo do Campo, 2007, pág 89- 90

desviar daquilo que perseguimos em 5 anos. Por outro lado o parceiro também tem que ceder em alguns casos.”

Ismar de Oliveira faz uma análise bastante precisa sobre isso:

Na Educomunicação nós temos um conceito da construção do campo. E a construção do campo se dá pela superação dos obstáculos que se colocam. E aí a informação de que não há educomunicação 100% Educomunicação. São construções. Então, quando você tem aliados, você vai negociar. E vai ceder o que é possível ceder. Existem questões que são princípios, que não se pode ceder, e há questões que são mais ou menos secundárias, que se pode ceder para poder conservar as conquistas que se tem. Essa é uma prática da convivência com as contradições sociais. Se você tem consciência disso, sabe dos limites que tem, aceita esses limites para poder avançar. Caso contrário o sistema não vai permitir que você avance. É um conceito derivado das teorias das mediações que entende que todos nós somos sujeitos midiáticos. Todos nós somos pessoas envolvidas com a mídia, entendendo a mídia como um conjunto das formas de expressão da sociedade contemporânea. Nesse conjunto ninguém pode escapar dele. Somos consumidores, no mínimo, de mídia, mas nós somos usuários, porque pelo barateamento dos equipamentos, pela acessibilidade técnica, cada vez mais as gerações estão se apoderando. Eu posso considerar as pessoas como sujeitos midiáticos. É um conceito fundamental para a Educomunicação, porque está apontando para o fato de que os processos educativos não podem desconhecer essa realidade mais. O mundo da comunicação não pode mais desconsiderar essa realidade. Tanto assim que a tv pública, que hoje está surgindo, uma das metas é a aplicação da educomunicação. Eles vão criar um conselho editorial de crianças e adolescentes. Crianças e adolescentes vão opinar sobre programas que eles vão fazer ou vão conciliar para entrar no canal. Isso porque já se partiu do princípio de que nós somos cidadãos midiáticos.

Estamos vivendo a partir de uma perspectiva da chamada teoria das mediações culturais, quer dizer, a cultura é que define as práticas de comunicação. E se nós intervirmos na cultura, e nessa intervenção nós privilegiarmos as práticas culturais feitas através das mídias, nós estaremos mudando as políticas de comunicação.

Outro conceito é a opção pela prática da cidadania versus a prática mercadológica. Os parâmetros que regem a Educomunicação não são os mesmos que regem o mercado. A Educomunicação dialoga com o mercado. Para ela existir vai necessitar do mercado. Ela vai trabalhar para atender a demanda do mercado. Porém ela vai suscitar demandas no mercado. Então ela vai tentar influir o mercado para que o mercado descubra a Educomunicação e passe também a solicitar a educomunicação. Vamos dialogar com o mercado. Porém nós não trabalharemos com a lógica do mercado. É a lógica da cidadania. A revista *Viração* é um projeto clássico da Educomunicação. Ele é pensado a partir da perspectiva de garantir a expressão juvenil. Uma coisa é você garantir esse protagonismo, mas não dar voz a esse protagonista. Ou você colocar um pedestal



para ele. E, no caso da Viração, o protagonista está no ground, está no chão da sociedade e lá ele vai produzir redes de comunicação e de informação, haverá um espaço para expressar isso. É um espaço de uma mídia impressa e uma mídia áudio-visual, que é o site. O fato da Viração se preocupar com a cidadania, se preocupar com o direito à comunicação, se preocupar com o protagonismo de todos os jovens, independentemente de condições econômicas, DST/aids, de gênero e assim por diante, são todos elementos analisados. Eles cobrem todos os itens do que é a Educomunicação. Então é uma prática educ comunicativa muito bem sucedida. Com a chamada coerência epistemológica. Se você analisar essa prática, poderá identificar a presença dos principais ditames e princípios da Educomunicação. Por outro lado nós vamos ter aí um elemento fundamental que é a aliança entre adultos, crianças e adolescentes. O adulto experiente na comunicação alternativa, que é o caso do Paulo Lima. É alguém que está muito próximo a comunicação alternativa, (jornal) Brasil de Fato e outros veículos. Está próximo à juventude também, a essa linguagem, e ele tem a utopia de Betinho, de Paulo Freire, a utopia de todos que lutam pela transformação social. Eu diria que ele concretiza. Se há como contar uma história para dizer o que é Educomunicação, a história da Viração é essa história.

**Ismar de Oliveira, em entrevista**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa nos permitiu mapear a trajetória da Educomunicação como conceito e prática social sistematizada e relevante, além de entender os desafios que se apresentam tanto na delimitação da teoria quanto nas atividades práticas que implicam no desenvolvimento de projetos que visam à transformação social por meio da confluência das práticas pedagógicas e comunicativas.

Entender uma palavra na amplitude de seu conceito e abrangência foi um aprendizado, mas também compreender que um novo campo da atividade humana não nasce simplesmente de acasos, mas de necessidades sociais. Uma prática tem uma história e os indivíduos inseridos no processo têm, igualmente, uma trajetória que os levaram a considerar o que seja melhor para si, para o outro e, não raro, para o mundo.

A Educomunicação beira a utopia de fazer da comunicação um empreendimento para a educação e, por fim, para cidadãos mais preparados para exercer a cidadania que lhes cabe. É um trabalho árduo, difícil, que exige mais do que a precisa manipulação dos métodos e formas, mas também um aprimoramento de si para o aprimoramento do outro. É no aprimoramento do outro que se enxerga a melhora de si mesmo.

A importância do diálogo, não necessariamente a comunicação direta interpessoal particular, mas também coletiva, também silenciosa porque mediada, quem sabe, por código gráfico, ficou evidente no decorrer do trabalho. Já que, na fala de Bordenave, comunicação é comunhão. Assim ficou provado.

O desenvolvimento de novas mídias, bem como o aprimoramento das mídias mais antigas, mostrou-se elemento de influência social. A intenção aqui não foi provar se sim ou o

quanto, mas entender por meio de um breve remonte histórico, como as novas mídias vêm mudando a percepção social do que seja real e do que não seja. E isto é relevante a partir do entendimento de que a construção social perpassa a percepção individual, que acarretará escolhas que refletirão no ambiente imediato de atuação pessoal e mais. Afinal, o que é o global se não o produto da soma dos locais?

Fazer um levantamento sobre a circulação de jornais diários e revistas trouxe a noção de transformação dos meios a partir de mudanças sociais, assim como também das mudanças sociais a partir de uma nova postura dos meios, hegemônicos ou alternativos.

Não que tenham havido mudanças gritantes ou substanciais na forma de se fazer mídia, mas os confrontos e interesses estão passando por modificações relevantes e apontam mesmo para discussões mais profundas e próprias que permeiam a conscientização da importância da educação como ferramenta, como forma de potencializar e fortalecer indivíduos e ações, conseqüentemente sociedade e massa, para que deixem seu posto de massa e passem a ser agentes, participativos e promotores das mudanças que são desejáveis, como redução da desigualdade social, da violência, entre outros, cuja resolução ou, no mínimo, melhoria, depende mesmo do exercício de uma democracia participativa.

Esta é uma proposta. Somente uma entre tantas.

É certo que, assim como nenhum sistema parece perfeito, a Educomunicação também não é, e encontra desafios que por vezes podem comprometer seus objetivos. Mas que, de forma geral, quando bem planejada mas não hermeticamente programada, pode trazer bons resultados e aprimorar a formação dos envolvidos direta ou indiretamente no projeto, já que a informação, como onda, só precisa de um foco para se propagar nos diversos espaços que uma única pessoa seja capaz de ocupar.

## BIBLIOGRAFIA

- BORDENAVE, Juan E. D. *Além dos meios e Mensagens: Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência*. 5.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1983.
- BOTTOMORE, Tom e OUTHWAITE, William. *Dicionário do Pensamento Social do Século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- BRAGA, José Luíz. Ensino e pesquisa em Comunicação: da teoria versus prática à composição contexto & profissão. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, Ano XII, n. 2, p. 21, maio/ago. 2007.
- BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia – de Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- COSTA, Luciano Martins. O jornal e o jornalista de amanhã. *Revista Comunicação & Educação*. São Paulo, Ano, n. , p. 19, jan./abr. 1998.
- DEJAVITE, Fabia Angélica. *A Notícia Light e o Jornalismo de Infotainment*. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.
- DIMENSTEIN, Gilberto. *O Cidadão de Papel*. São Paulo: Ática, 1993.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 32. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.
- FUSER, Bruno. *Rádios Comunitárias em Campinas: A Perda de Espaço da Alternativa Popular*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002.
- LEMOS, Jaqueline. *O discurso nu – Um breve ensaio sobre os campos de interferência nas narrativas da contemporaneidade*. *Revista Integração – Ensino, Pesquisa, Extensão*, Ano XIII, abr./mai./jun.2007, n 49.
- LEMOS, Jaqueline. *Jornalismo Sindical : concepções e práticas – a notícia na Folha Bancária e na Tribuna Metalúrgica do ABC – Mestrado*, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, maio/2001.
- LIMA, Solange Martins Couceiro de. *Comunicação & Educação: um olhar para a diversidade*. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, Ano XII, n.1, p. 7, jan./abr. 2007.
- MAIA, João e COGO, Denise. *Comunicação Para a Cidadania*. Rio de Janeiro: UERJ, 2006.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Comunicação: Troca Cultural?*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MATTELART, Armand e MATTELART Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 9. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

- MCLUHAN, Marshall. *Os Meios De Comunicação Como Extensões Do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MELO, José Marques de. *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1985.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no Século XX: O Espírito do Tempo – 2. Necrose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- NUNES, Márcia Vidal. *As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da cidadania ou instrumentalização(1998-2002)*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003.
- PEREIRA, José Haroldo. *Curso Básico de Teoria da Comunicação*. Rio de Janeiro. 4. ed. Quartet, 2007.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares: A Participação na Construção da Cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da Comunicação: O Pensamento e a Prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- SOARES, Ismar de Oliveira. *Mas, afinal, o que é educomunicação?* Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>. Acessado em: 18/jan/2008.
- SOARES, Ismar de Oliveira. *O Perfil do Educomunicador*. Disponível em <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>. Acessado em: 20/jan/2008.
- TEIXEIRA, Nayara. *A mídia alternativa Revista Viração: UMA INICIATIVA QUE INCLUI ADOLESCENTES E JOVENS NA BUSCA PELA EMANCIPAÇÃO SOCIAL*. Universidade Metodista de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Mestrado, São Bernardo do Campo, 2007.
- TIBURI, Márcia. *Filosofia em Comum: Para ler junto*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

