

Reflexão sobre a construção do Projeto de Pesquisa: Práticas Educomunicativas como configuradoras de Cidadania Comunicativa – análise do encarte jornalístico Boquinha de Rua¹

Vitória Brito SANTOS²

Jiani Adriana BONIN³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

Neste texto trago uma reflexão sobre a construção do meu Projeto de Pesquisa de conclusão de curso na área do Jornalismo. Procuro traçar um paralelo entre os campos da educação e da comunicação, e seu envolvimento com o meu objeto de pesquisa. O projeto tem como enfoque o Encarte jornalístico “Boquinha de Rua” e é através da análise do produto impresso e das atividades que dão origem ao jornal que procuro compreender qual o potencial educomunicativo do material. Para isso faço uso de três conceitos: cidadania comunicativa, jornalismo infantil e educomunicação. Proponho pensar aqui a relação da construção teórica e da análise empírica como forma de compreensão do fenômeno estudado.

Palavras-chave: Boquinha de Rua; Educomunicação; Jornalismo Infantil; Cidadania Comunicativa.

Introdução

Um dos primeiros passos para a construção de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é estruturar bem o Projeto de Pesquisa de forma que contemple as etapas do fazer científico. Alguns métodos devem ser pensados estrategicamente para que deem conta do fazer investigativo, se constituindo em etapas importantes, como a contextualização, a pesquisa da pesquisa, a metodologia de trabalho e a relevância do tema escolhido para o pesquisador e para o campo no qual ele está inserido.

A construção do projeto de pesquisa serve como pré-requisito para o amadurecimento da proposta de pesquisa. No presente texto me proponho a descrever alguns passos do projeto de pesquisa do meu TCC, que desenvolvi para o Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Licenciada em Pedagogia pela Universidade Federal de Pelotas (UFPeL), estudante de Graduação, 6º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo – da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), email: vita.saochico@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora/pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, email: jianiab@gmail.com.

Parto da escolha do meu objeto – encarte infanto-juvenil *Boquinha de Rua* –, que se deu por seu caráter inclusivo no mundo social e por seu trabalho destinado às crianças. Para estudar o material, precisarei encontrar “munição” em meus dois maiores gostos – a Comunicação Social e a Educação Escolar. O *Boquinha de Rua* me encantou desde o primeiro momento em que vi a produção (em uma aula do curso de Jornalismo) e pensei, imediatamente, em todo o potencial *Educomunicativo* que havia naquele produto.

Quando o encarte *Boquinha de Rua* surge como parte integrante do *Jornal Boca de Rua*, dá suporte ao público infanto-juvenil, que precisava de uma atividade específica. O trabalho social desenvolvido por meio da *Rede Boca* e da Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação (Alice), é um trabalho de grande valia para esses sujeitos, que se encontram em situação de vulnerabilidade social.

Falar para um público de crianças/adolescentes depreende outro tipo de trabalho. A forma como se ensina e se aprende na mediação com esse público é feita de maneira diferente do que com adultos. Aliás, o fato de se encontrarem em situação de risco faz com que a forma pela qual a realidade social é construída no entorno deles seja uma atividade difícil. As matérias que são produzidas no encarte advêm de atividades educativas e culturais desenvolvidas com as crianças no turno contrário ao da escola regular. Há um processo de construção de cidadania nesse movimento a partir do momento no qual os integrantes são respeitados em suas individualidades, de forma a serem inseridos em um processo que faz parte de uma mediação social.

A *Educomunicação* é um campo ainda em processo de formação/construção e de enfrentamentos. Falo na educomunicação como uma área de pesquisa e de interação social que traz em si duplicações: conceitos, metodologias, referências e objetivos que são diferentes tanto dentro da Educação Escolar quanto da Comunicação Social, mas que dialogam entre si (SOARES, 2000, 2011). Pode-se pensar em um primeiro momento que a educomunicação é somente uma junção das palavras Educação e Comunicação, mas esse pensamento é equivocado. Trata-se aqui de um terceiro termo: a *ação* construída dentro desse novo campo, com base em uma retomada histórica, de construção de um sujeito comunicante que aprende ao mesmo tempo em que ensina. Uma ação que gera uma *cidadania comunicativa*. (MATA, 2006).

Paulo Freire (1921 – 1927)⁴, pensador pernambucano e mentor da educação para a consciência, defendia que o maior objetivo da educação é conscientizar o sujeito. Em relação às parcelas desfavorecidas da sociedade – como os integrantes da Rede Boca – isso as levaria a entender sua situação de oprimidos e a agir em favor da própria libertação. Freire propunha que não podemos compreender esses processos de construção de significação e pensamentos fora de uma dupla função: a cognoscitiva e a comunicativa. Isto é, não se trata de educar usando a comunicação, mas conscientizar que a própria comunicação é um eixo dos processos educativos⁵. A cidadania comunicativa é um conceito que ainda está em desenvolvimento, mas que já pode, no caso da educomunicação, ser definida como um espaço onde há um sujeito político construtor da sua própria trajetória.

O trabalho organiza-se da seguinte forma: num primeiro momento, contextualizo o objeto escolhido – encarte jornalístico *Boquinha de Rua*. Num segundo momento trago os primeiros conceitos teóricos que pretendo abordar na pesquisa e sua relação com o tema escolhido. Após, explico a metodologia de trabalho que será utilizada na investigação do objeto e, por último, trago as considerações finais sobre o desenvolvimento desses pontos iniciais do projeto de pesquisa.

Do projeto de pesquisa: Encarte jornalístico Boquinha de rua

Boquinha de Rua é um encarte infanto-juvenil do jornal Boca de Rua⁶, produzido pela Organização Não Governamental (ONG) Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação (Alice)⁷. Surgido em agosto de 2000 na cidade de Porto Alegre (POA), Rio Grande do Sul (RS), o jornal é produzido e comercializado por pessoas que já estiveram ou estão em situação de rua⁸. Podem fazer parte do grupo até 30 pessoas, maiores de 16 anos, pois quem não tem ainda essa idade não pode vender os jornais. Os integrantes fazem parte

⁴ Paulo Freire é Patrono da Educação Brasileira. Considerado um dos mais notórios pensadores da educação mundial, criou a prática didática da leitura do mundo, dedicou grande parte de sua vida e estudos à educação popular – uso como base para essa reflexão inicial seu livro mais famoso *Pedagogia do Oprimido*.

⁵ FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

⁶ O jornal Boca de Rua é uma iniciativa das jornalistas Clarinha Glock e Rosina Duarte e tem como principal finalidade chamar a atenção da população para a realidade de opressão e exclusão que existe para com os moradores de rua e pessoas em situação de vulnerabilidade social. O jornal é produzido e comercializado por pessoas com diversas formações profissionais – essas pessoas fazem parte da Rede Boca.

⁷ <www.alice.org.br> – organização que coordena iniciativas de comunicação voltadas à sociedade desde 1999. Mesmo funcionando desde a década de 90 a Alice só foi registrada como Órgão Não Governamental em 2004.

⁸ A expressão “situação de rua” é muito debatida entre os pensadores da área da educação e os teóricos da área da sociologia, pois a definição “pessoa em situação de rua” poderia ser empregada a qualquer sujeito que esteja andando em uma calçada que fique em um passeio público. Deste modo usei primeiramente essa nomenclatura, mas depois utilizei a expressão “morador de rua” – que consiste naquela pessoa que tem como habitat as ruas em uma situação de caráter permanente e não transitória (SCOREL, 2000), além de ser a designação que as pessoas que moram na rua dizem ser a correta quando vamos nos dirigir a eles.

de todo o processo de montagem e execução do jornal. Produzem as pautas, as imagens, os títulos das matérias, realizam as entrevistas e escrevem o texto – para realização dessas atividades os integrantes contam com o suporte da equipe de coordenadores da ONG.

Cada edição do jornal contém oito páginas, sendo que três delas são destinadas ao *Boquinha*. O *Boquinha* surge da necessidade de se ter um projeto voltado para crianças e adolescentes ligados diretamente aos moradores ou ex-moradores de rua participantes do projeto Boca de Rua, visto que haviam começado a aparecer nas reuniões do Boca. Como não se podiam tratar as crianças/adolescentes da mesma forma como se tratavam os adultos com relação aos valores recebidos pelos integrantes (valores esses advindos da venda dos exemplares), – cada integrante tem direito a uma média de 25 a 40 exemplares do jornal para ser vendido sob o preço de R\$1,00 (um real). Os valores arrecadados com a venda são revertidos integralmente aos participantes, sem precisarem repassar nenhum valor à Alice.

Em 2003, foi criada a primeira publicação do suplemento infanto-juvenil *Boquinha* no jornal. O encarte é produzido em encontros diferentes do Boca de Rua. Ele é proveniente de ações em oficinas lúdicas e educativas que envolvem brincadeiras, teatro, artesanato, prática circense, artes plásticas, música e passeios em espaços de cultura e lazer. O *Boquinha* é composto por um grupo de 15 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social⁹. Os responsáveis pelas crianças/adolescentes recebem uma ajuda de custo semanal. Para dar “vida” ao projeto, conta-se com uma equipe multidisciplinar formada por jornalistas, educadores, psicólogos e profissionais de informática.

Para participar do projeto, as crianças não podem estar morando na rua. Quando uma criança deseja participar do projeto, a Alice entra em contato com a família e com as autoridades competentes em POA para que a criança seja encaminhada a uma instituição de acolhimento e comece a frequentar a escola. Essas ações desenvolvidas pelo projeto *Boquinha de Rua* podem ser vistas como exemplos de educomunicação e de cidadania comunicativa.

Da escolha dos conceitos

Para dar conta de compreender o objeto escolhido me embasei em três conceitos principais: Educomunicação, principal conceito utilizado para o uso da análise do objeto, pensando a ação dos sujeitos comunicantes que criam o Encarte; Jornalismo Infantil, já que

⁹ Quando falo em vulnerabilidade social me refiro não somente às questões financeiras, mas ao nível afetivo-emocional dessas crianças e adolescentes, o risco físico do entorno do local aonde moram e convivem, as práticas de vivência de suas famílias ou das pessoas que os acolhem. (JANCZURA, 2012).

estou analisando um produto feito por e para crianças; e, Cidadania Comunicativa, pensando a compreensão de sujeito comunicante que “tem” o direito de ensinar ao mesmo tempo em que aprende. Minha pesquisa versa sobre os dois campos já citados no texto – Comunicação Social e Educação Escolar – pensando o caráter educ comunicativo do objeto escolhido. Trilhar um caminho de estudos entre temas que vão além de uma simples descrição de novas ideias, e conteúdos, que acabam formando um novo campo a ser compreendido e estudado, requer um suporte teórico-metodológico que dê aporte a essa pesquisa, para que o entrelaçamento de áreas distintas não seja uma simples junção de referências bibliográficas.

Da educomunicação

Pensando o conceito de *Educomunicação*, acredito que o primeiro ponto é compreender o processo comunicacional educativo que envolve um produto jornalístico, produzido e consumido por crianças. Para isso, é preciso trabalhar com conceitos que dialoguem entre esses dois campos (Comunicação Social e Educação Escolar) dentro de produções jornalísticas. Deste modo, o ponto inicial para compreender esses processos é o entendimento da Educomunicação, conceito formativo do processo social de uma comunicação entre sujeitos que ensinam ao mesmo tempo em que aprendem. Educomunicação é a *ação* proveniente de uma comunicação educadora, ou seja, o processo comunicador que, por si só, é uma forma de educar.

A terminologia Educomunicação aparece pela primeira vez em um artigo no Brasil em 1998, quando Ismar de Oliveira Soares emprega o termo em um estudo desenvolvido na Universidade de São Paulo (USP). Porém, o termo já vinha sendo utilizado desde 1980 pela UNESCO, para indicar a leitura crítica dos meios. A Universidade Federal de São Paulo (USP) ressemantiza esse termo, que não era muito conhecido, para dar a ele um novo sentido. A ideia era criar uma maneira de se referir ao novo campo que, na década de 70, havia começado a se disseminar e era tratado como Comunicação e Educação, Comunicação/Educação ou ainda Mídia e Educação.

Pesquisa desenvolvida por Soares (1999) tem projeto elaborado em 1997, coleta de dados aplicada em 1998 e relatório publicado em 1999. Constituindo a práxis do profissional que desenvolve suas ações na inter-relação entre os dois campos a ECA/USP rompe o paradigma dos macrocosmos e fundamenta a existência de um macrocosmo cuja autonomia está centrada em leis próprias, distintas em relação aos campos científicos da comunicação e da educação. [...] Soares no relatório de

pesquisa denomina esse macrocosmo de Educomunicação. (MESSIAS, 2011, p.3).

A Educomunicação surge de uma prática de cidadania e não somente da reflexão de teóricos e pensadores. É na década de 70 que ela começa a ganhar força como um novo campo de formação e não mais somente como a junção das áreas de comunicação-educação, sendo considerada então como uma nova área com conceitos e ideias próprias que servem para agir sobre o meio social. (SOARES, 2011).

Bourdieu (2004) definiu primeiramente que os estudos sobre comunicação/educação poderiam ser somente subcampos das áreas de Comunicação Social e Educação Escolar se o nível de autonomia em relação a elas fosse pequeno. Porém, o que temos é uma nova área com conceitos e práticas que não podem ser explicados somente por uma dessas duas áreas separadas. Bourdieu (2004) chama esse fenômeno de macrocosmo, pois segundo ele, se o macrocosmo (campo) é submetido a leis sociais próprias e essas são diferentes das leis das áreas das quais advém, então ele poderá ser um novo campo.

Estudos do Núcleo de Educação e Comunicação da Universidade de São Paulo (NEC-USP) apontam que é nos Congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) que esse novo conceito, desenvolvido inicialmente pelo semiótico espanhol Jesus Martín-Barbero e pelo jornalista argentino Mario Kaplun, começa a ganhar força como campo social. É na edição do congresso de 1999, realizado no Rio de Janeiro, que Ismar Soares e Eliany Salvatierra publicam o primeiro artigo que contém o termo Educomunicação, resultante da pesquisa desenvolvida no Brasil e no restante da América Latina.

Tanto a educação como a comunicação são indispensáveis à construção da cidadania. A junção de ambas agrega transformações significativas e leva a “mudanças substanciais nas relações sociais e no modo como os grupos humanos interagem” (SOARES, 2011, p.11). Seguindo essa premissa de Soares (2011), podemos entender que a Educomunicação é um processo que promove uma educação emancipatória, que gera uma leitura crítica dos meios, independentemente do local em que isso é feito – no caso, não depende de ser somente na educação formal (dentro de uma instituição de ensino).

A Educomunicação, ao reconhecer e codividir com preocupações, da educação, relacionadas a produção midiática, situa-se a partir de seu lugar específico, que é a interface. Reconhece, em primeiro lugar, o direito universal à expressão, tanto da mídia quanto de seu público. No caso, mais especificamente o direito do público, levando em conta que o sistema

vigente desconsidera esta hipótese. Em decorrência, fará todo esforço necessário para ampliar o potencial comunicativo dos membros da comunidade educativa e – no contexto de seu espaço privilegiado, que é a escola – de todos os membros desta comunidade, sejam docentes e discentes, ou, ainda, a comunidade do entorno. (SOARES, 2011, p.17).

A educomunicação teria, então, como objetivo, a construção da cidadania, o aprimoramento por parte dos educandos de uma leitura crítica dos meios e do mundo, aumentando o senso crítico e a conscientização da formação da sociedade. Com a expansão da área foram definidos oito princípios para a educomunicação, a saber: a ideia de que a mídia não é somente um reflexo da realidade, que ela a constrói e que muito dessa construção traz interpretações próprias, que a significação midiática parte de cada sujeito de acordo com a sua realidade, que a mídia é um fator comercial, que ela pressupõe códigos e valores, ideologias políticas e sociais, que cada veículo tem uma forma de produzir conteúdo e de disseminá-lo e que cada mídia se apropria e interage de maneiras diferentes com o público. (VIVARTA, 2004, Apud FREIRE; CARVALHO, 2012).

Os estudantes precisam ser capazes de compreender esses oito preceitos para que consigam entender de que modo a comunicação funciona. Esses princípios nos indicam que a Educomunicação é um conceito aplicável na prática diária de sala de aula, e que ela pode ser parte do Projeto Político Pedagógico (PPP), assim como dos Planos de Ensino da Escola, servindo de base para uma educação que perpassa o meio social em que o aluno vive de forma a inseri-lo como agente fundante do seu processo de ensino-aprendizagem.

Nesse contexto, é pertinente trazer as colocações de Paulo Freire, que trabalhou sempre em prol da construção de uma cidadania humanizadora. Ele propunha uma educação pela qual o educando se tornasse um sujeito capaz de ler o mundo. Segundo Freire, os sujeitos precisam ter senso crítico. Nesse sentido, a Educomunicação se torna uma forma indispensável de ensinar os alunos a conseguirem fazer uma leitura crítica dos meios, pois “quanto mais crítico um grupo humano, tanto mais democrático e permeável, em regra. Tanto mais democrático, quanto mais ligado às condições de sua circunstância”. (FREIRE, 1985, p.95).

Freire (1987), quando fala de uma pedagogia autônoma, que dê voz ao sujeito auxilia no entendimento sobre esse processo educacional de interação social colocado por Soares (2011). Ambos os autores possibilitam compreender que a Educomunicação perpassa a formação para o exercício da cidadania, e o seu retorno como campo social vai

estar diretamente ligado à forma como os sujeitos comunicantes fazem uso desses espaços educacionais onde há comunicação.

A prática da Educomunicação auxilia no ensino de uma nova forma de refletir sobre a cultura dos meios de comunicação e instruir como buscar informação em várias fontes, diferentes das habituais. A Educomunicação visa à modificação de comportamentos de forma duradoura, como a atitude passiva diante das informações que são ofertadas diariamente. E pretende estimular uma escolha consciente do consumo de mídias. Desta maneira, compreende-se a Educomunicação como uma base educacional para o desenvolvimento de uma leitura crítica dos meios pelos indivíduos. (PEREIRA; COUTINHO, 2014, p.3).

A educomunicação seria, deste modo, pelo ponto de vista do meu objeto de trabalho, uma forma de fazer o público infanto-juvenil compreender o processo e a tomada de decisão das produções jornalísticas, conseguindo assim elencar o que de fato tem relevância para eles como seres sociais, e de que forma eles conseguiram fazer-se notar como sujeitos de direito através das suas escolhas midiáticas.

Do Jornalismo Infantil

Para entender de que forma esse encarte do *Jornal Boca de Rua* produz seu conteúdo, levando em consideração o público ao qual se destina e pelo qual é produzido, é necessário estudar o conceito de *Jornalismo Infantil*. Esse conceito é estudado por Furtado (2009) que conceitua o Jornalismo infantil como um tipo de jornalismo no qual não há objetividade. Furtado (2009) coloca que, com o advento da internet, os jornais impressos passaram a segmentar muito mais seus discursos, destinando seu conteúdo a um público específico. Isso é o que temos com o encarte infanto-juvenil *Boquinha*. A partir de um público específico – crianças e jovens –, percebeu-se a necessidade de produzir um material focado nesses sujeitos que estavam diretamente ligados ao projeto *Boca de Rua*.

O Jornalismo Infantil é um gênero discursivo e, portanto, feito de forma a agradar seu público consumidor. Os relatos jornalísticos do encarte alteram a realidade dos sujeitos produtores e consumidores do produto. Lembrando que um texto jornalístico não é composto somente pelas vozes que contam a história, nem somente por seus produtores.

O ato de noticiar [...] não é neutro nem desinteressado: nele se encontram, entrecruzando-se, os interesses ideológicos e econômicos do jornal, do repórter, dos anunciantes bem como, ainda que indiretamente, dos leitores. Além desses fatores, as forças políticas em confronto no momento

histórico em que se divulga um acontecimento vão constituir também os sentidos produzidos pelas notícias. (MARIANI, 1999, p.103 apud FURTADO, 2009, p.8).

Além disso, Furtado defende que esse tipo de veículo de comunicação – jornal impresso voltado ao público infanto-juvenil – dá origem a uma nova forma de escrita, pois o público ao qual está destinado compreende a notícia de outra forma. Assim, observa-se que nas notícias “Não existem conflitos, ou versões de mais de uma fonte; não são apresentadas provas; não aparece o uso de aspas; e, finalmente, o texto não aparece numa sequência já sedimentada que é a do uso do lead”. (FURTADO, 2009, p. 10).

O encarte *Boquinha de Rua* apresenta suas notícias de forma não objetiva, característica do jornalismo infantil, pelo qual “Fica marcada a voz do próprio veículo, praticamente traduzindo a notícia (ou parte dela), por vezes pressupondo juízos de valor e posicionamentos” (FURTADO, 2009, p. 13). Não existe, portanto, uma tentativa sequer de objetividade que é um dos preceitos do jornalismo – mesmo que não em sua plenitude. Ou seja, o que irá diferenciar o tipo de conteúdo produzido no encarte é justamente sua falta de objetividade, que está diretamente ligada ao fato de que os produtores do jornal estão preocupados em informar e formar cidadãos comunicantes capazes de compreender os acontecimentos do mundo.

O jornalismo infantil perpassa a lógica mercadológica de consumo. Consumo esse pensado estrategicamente para atingir um público alvo. As crianças passaram a ser consideradas consumidoras a partir da década de 90, com as empresas de brinquedos, que ao lançarem um produto pensavam em como ele seria veiculado pela mídia.

No cenário atual uma das maiores preocupações em relação às crianças diz respeito à influência que elas sofrem dos meios de comunicação e das novas tecnologias. Em razão de sua particularidade, suspeita-se que a criança não faria frente ao estímulo da propaganda, sendo alvo fácil para que as organizações divulguem seus produtos e captem novos consumidores. A publicidade é a principal ferramenta do mercado para atingir o público infantil, que influencia cerca de 70% das decisões de compra de uma família, segundo o Instituto de Pesquisa TNS Interscience. (ARREGUY; LOYOLA, 2011, p.160).

Pensando o consumo como forma de estratégia publicitária de ordem jornalística, podemos compreender que o jornalismo infantil é uma instância do marketing de produtos infanto-juvenis.

Da Cidadania Comunicativa

O conceito de *Cidadania Comunicativa* encontra-se em formação. Porém, dentro de um contexto educomunicativo, aplicado em um produto impresso (jornal infantil) e tomando Freire (1998) como base, já é possível identificar pontos a serem trabalhados. Para desenvolver o conceito, estudo Mata (2006), Cortina (2005), Freire (1987,) e Zaperlon (2012).

Entendo cidadania comunicativa como o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda, no âmbito da comunicação pública e no exercício desse direito. (MATA, 2006).

La noción de ciudadanía comunicativa remite necesariamente a derechos civiles – la libertad de expresión, el derecho a la información, la posibilidad de exigir la publicidad de los asuntos públicos, etc. – , jurídicamente consagrados por diversos instrumentos tales como la constitución de los Estados, leyes, decretos, disposiciones reglamentarias. En este sentido, y como ocurre en general con los derechos civiles, la ciudadanía comunicativa representa un límite a la acción del Estado con el fin de garantizar la libertad de las personas y representa un estatus jurídico. (MATA, 2006, p.13).

Tentando entender e dialogar com meu objeto, a *Cidadania Comunicativa* poderia ser então compreendida como os direitos civis de liberdade, de expressão e de informação. (MATA, 2006). Deste modo, no caso específico do *Boquinha de Rua*, o ato de dar liberdade, de exercer o direito a se expressar da forma mais conveniente e dentro de suas possibilidades, respeitando seu meio social, faz com que os sujeitos produtores desse material estejam exercendo seus direitos civis de forma digna. “A identidade das pessoas conta em nossos dias e em nossas sociedades com um componente irrenunciável, a igualdade de todos os cidadãos em dignidade”. (CORTINA, 2005, p. 25).

Os produtores do jornal (crianças e jovens) fazem parte de uma parcela que está à margem da sociedade. O direito de serem sujeitos comunicantes, que é inerente ao ser humano, independente de sua posição social e não deve ser negado. Segundo as definições de Mata (2006, p. 8), precisamos entender “de que modo os cidadãos se tornam visíveis no espaço midiático, de analisar quais são as representações que os meios constroem da cidadania, e como se auto representam os espaços de exercício da cidadania.”

A comunicação cidadã é feita no diálogo e na troca. Essa afirmação é percebida no encarte *Boquinha*, pois as matérias ali produzidas advêm de rodas de conversa com relatos

de experiências conjuntas e coletivas em atividades proporcionadas ao público infanto-juvenil.

Essa capacidade de interação respeita também a idealização articulada por Freire, que visualiza a comunicação num processo de não transmissão, visto ser essa abordagem circunscrita numa dinâmica considerada enquanto ato que pressupõe uma invasão à cultura do sujeito, sendo que a base autêntica de uma educação genuína deveria conceber o diálogo enquanto referente fundamental na formação humana e social do indivíduo. (ZAPERLON, 2012, p. 66).

Deste modo, me proponho a entender o meio social em que está inserido o jornal para que, assim, eu consiga compreender que tipo de liberdade de expressão está sendo produzida por estes sujeitos enquanto agentes de sua própria cidadania, usufruidores do direito de se comunicar e expressar-se em todos os seus níveis de interação com a realidade que os cerca. (FREIRE, 2001).

A escolha da metodologia de trabalho

A metodologia de trabalho foi escolhida baseada na ideia de conceitos *pluri*, que precisavam estar interligados entre as duas áreas de saber, para que o processo de entendimento do novo campo – educomunicação – fosse de fato assimilado no decorrer da construção da análise do objeto. A metodologia não é algo estático, ela é um processo que se constrói no decorrer da investigação. Para compreender o objeto a ser estudado, é necessária uma série de procedimentos e cuidados. O principal deles é escolher processos teórico-metodológicos que se encaixem ao longo do percurso trilhado na relação com a empiria. Deste modo farei na pesquisa uso da *Transmetodologia* como uma das formas a construir a metodologia para análise do material a ser estudado. Nesse processo novo de compreensão de saberes, Maldonado (2002), aponta que não pode existir somente um diálogo entre os campos, pois isso não formaria uma nova concepção e estruturação de ideias. Precisa-se ir além das confluências de informações, pois teoria e método são aspectos indissociáveis da pesquisa. Deste modo, minha metodologia inicial parte de um estudo de recepção.

Penso que para alcançar os objetivos propostos por mim para essa pesquisa o estudo de recepção do público produtor/consumidor do encarte Infanto-Juvenil Boquinha de Rua seja um bom ponto de partida. A ideia é partir de uma observação participante das oficinas que servem como local de estudo para a produção das matérias. A observação será feita em

atividades diferentes para que seja possível observar analisar manifestações diversas por parte do público.

Creio em uma metodologia que se transforma, que se modifica conforme o investigador vai aproximando a teoria e a empiria. (MILLS, 1975). Deste modo, o que proponho no trabalho é uma ideia inicial das formas de abordar a recepção que o público infanto-juvenil tem do *Boquinha de Rua*. O estudo de recepção foi fundamentado na análise do discurso e na antropologia. A concepção de recepção foi sendo alterada ao longo dos anos – passou-se da ideia do sujeito receptor como um agente passivo, para um agente ativo. Entende-se que a recepção não ocorre de forma unilateral, pois, o receptor além de receber a mensagem é também produtor de sentido, agindo sobre o fazer. Autores como Martín-Barbero (2002) e Wolf (2002) auxiliam nesse entendimento sobre os novos moldes de recepção. A recepção é um local de chegada e partida, não apenas uma etapa da comunicação, ela é o local onde se produz e se faz interação.

A pesquisa exploratória irá se dar primeiramente pelo viés de entendimento sobre infância e consumo. Pois, para que a investigação do fenômeno estudado seja posta em prática, é necessária a busca por um aprofundamento teórico que me auxilie a entender como ocorre a recepção por parte do público infanto-juvenil já que a lógica de pensar das crianças e adolescentes se dá de forma diferente da dos adultos, tendo em vista que eles são seres em formação e, portanto, mais suscetíveis ao envolvimento com os agentes externos. (VYGOTSKY, 1998).

Depois, partirei para uma observação das atividades lúdicas que envolvem o público produtor/receptor do jornal. É na ludicidade que a criança se revela e se descobre. As práticas do faz de conta, da contação de histórias, das atividades educativas sociais, são espaços aonde ela exercita sua imaginação, a sua capacidade de planejar, onde ela se comunica com o mundo do adulto e trabalha sua autoestima e confiança. (LERVOLINO; PERLICONI, 2001).

Utilizarei inicialmente a observação com registro em diário de campo (instrumento que irá me auxiliar no estudo e reflexão sobre o que observei de forma que a minha revisitação constante me dê novas pistas e constatações acerca do fenômeno estudado), e conversa informal com as crianças, pois parto do pressuposto de que entrevistas (semiestruturadas e estruturadas) não me auxiliariam na compreensão da recepção por parte do público infanto-juvenil, tendo em vista que por estarem em formação esses sujeitos não

respondem a perguntas diretas de forma linear e precisa, e sim criando fantasias e situações. (VYGOTSKY, 1998).

Além de conversar com as crianças/adolescentes, utilizarei o lúdico (na forma de desenho) para que os sujeitos investigados retratem como veem o jornal. O desenho é a forma mais próxima de obtenção de fatos conclusivos, o meio de pessoas entre 2 e 12 anos, já que é através do desenho que elas desenvolvem, em menor ou maior intensidade, seus sentimentos. Se o envolvimento com a “obra” for grande, “maior a possibilidade de estarem ali presente as suas alegrias e tristezas, as experiências vivenciadas que lhe provocam prazer, desprazer, espanto, temor, entusiasmo e muitas outras emoções”. (LERVOLINO; PERLICONI, 2001, p. 116).

Considerações Finais

A construção do meu projeto de pesquisa parte inicialmente da confluência entre minhas áreas de estudo, Pedagogia e Jornalismo. Deste modo, procuro dar conta de compreender uma nova área de formação que, no meu entendimento, faz parte de um processo educacional, que é o princípio de uma educação de todos para todos, pautada em uma cidadania comunicativa. A educação como ato formativo de sujeitos é uma das formas de articulação entre a realidade comunicacional e o ensino/aprendizagem e teria, então, como objetivo a construção da cidadania, o aprimoramento por parte dos educandos de uma leitura crítica dos meios e do mundo, aumentando o senso crítico e a conscientização da formação da sociedade.

Quando falo em uma educação de todos para todos procuro compreender as potencialidades para o desenvolvimento de uma educação cidadã e emancipatória. Minhas concepções sobre esse conceito foram alterando e readaptando-se ao longo do tempo. Minha aproximação com as perspectivas teórico-metodológicas e minha inserção no campo delinearão outros rumos na construção de minha ideia de educação. Alguns resultados desse processo de apropriação dos entendimentos sobre os novos rumos da educação com base em um ensino educacional foi o que procurei delinear no meu projeto de pesquisa.

As escolhas que fiz para a pesquisa, tanto a parte teórica como a metodológica, são indissociáveis. Os movimentos que irei traçar para dar conta de investigar o objeto são etapas essenciais da pesquisa e precisam ser analisados. Preciso estar ciente de que o método não é estático, mas constante, e que preciso problematizá-lo, colocá-lo em diálogo

com outros métodos para que consiga construir, durante a pesquisa, uma metodologia que responda ao meu objeto. (BONIN, 2011). Assim, penso ser de extrema relevância para a comunicação pensar como esse encarte contribui para a formação do público infanto-juvenil. Enquanto produto jornalístico infantil, ele consegue trabalhar por um viés educacional, agindo diretamente sobre o sujeito, respeitando sua realidade social e mostrando que precisamos, sobretudo, encarar essas pessoas como agentes de sua própria ação formativa. Ademais, reforça a necessidade de valorização deles por parte da sociedade de modo a gerar sua integração em um processo de comunicação cidadã.

Referências bibliográficas

ARREGUY, Sérgio; LOYOLA, Viviane Dias. Crianças e consumo: reflexões sobre o filme Criança, a alma do negócio. **Paideia**: revista do curso de Pedagogia da Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde – Universidade Fumec, Belo Horizonte, ano 8, n.10, p.159-177, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/paideia/article/view/1305/886>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

BONIN, Jiani. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy. et al. **Metodologia de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência**. São Paulo: Editora Unesp, 2004.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

ESCOREL, Sarah. **Vidas ao Léu**: Trajetórias de Exclusão Social. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 1999.

FREIRE, Paulo. Educação como prática de liberdade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

_____. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, Maria Teresa Marins; CARVALHO, Denise Werneck de. Educomunicação: construção social e desenvolvimento humano – um relato de pesquisa. In: Seminário de pesquisa da Região Sul, 2012, Caxias do Sul. Anais Eletrônicos... Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2012/Educacao_Comunicacao_e_Tecnologias/T_rabalho/06_22_34_2381-7546-1-PB.pdf>. Acesso em 12 jun. 2014.

FURTADO, Taís Helena. A editorialização do jornalismo infantil. In

XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Acesso em 12 de set.2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0918-1.pdf>

JANCZURA, Rosane. Risco ou Vulnerabilidade Social?. **Textos e Contextos**, Porto Alegre, v.11, n.2, p. 301-308, ago./dez. 2012.

LERVOLINO, Solange Abrocesi; PERLICONI, Maria Cecília Focesi. Autilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. **Revista Escola de Enfermagem USP**, v.35, n.2, p.115-121, jun. 2001. Disponível em:<http://www.cpc.unc.edu/measure/training/materials/data-quality-portuguese/Gruppo_Focal.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mario Wilton de. (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**, São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 39-68.

MATA, Maria Cristina. Comunicación y ciudadanía: problemas teóricos: políticos de su articulación. **Fronteiras – Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v.8, n.1, p. 5-15, jan. /abr. 2006.

MESSIAS, Claudio. A educomunicação nas Ciências da Comunicação: um conceito que surge no Brasil, a partir de práticas, reflexões e olhares. In: **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2011, Recife, PE. Disponível em: <<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=38778>>. Acesso em 27 jun. 2014.

MILLS, C. Wright. **A imaginação sociológica**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1975.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação o conceito, o profissional, a aplicação**: contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Educação**, São Paulo, (19): 12 a 24, set./dez. 2000.

VYGOTSKY, L. S. **Pensamento e Linguagem**. Editado e traduzido por E. Hanfmann e G. Vakar. Brasileira, 1998.

ZAPERLON, Franciele Corrêa. **O processo de produção radiofônica no projeto alunos em rede – mídias escolares: a produção de saberes, competências e cidadania no âmbito comunicativo e cultural**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2012. 297f.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Barbacena: Presença, 2002.