

“Jornalistas” Na Cidade Sem Jornal: Educomunicação Como Prática Social No Município De Adrianópolis (PR)¹

Hendryo ANDRÉ²

Maria Zaclis VEIGA³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Resumo

Neste *paper* aborda-se a educomunicação enquanto recurso de ensino/aprendizagem em Adrianópolis, município paranaense onde não há circulação de meios jornalísticos impressos e audiovisuais em âmbito local. Por meio de um relato da produção de um *fanzine* e de um jornal mural com meninos e meninas entre 12 e 15 anos, busca-se demonstrar a relevância do jornalismo como ferramenta para a inserção participativa do jovem na sociedade e, conseqüentemente, a importância da alfabetização midiática.

Palavras-chave: Educomunicação; alfabetização midiática; *fanzine*; jornal mural.

Introdução

Fundado em 1960 e historicamente marcado pela contaminação oriunda da exploração desordenada de chumbo, Adrianópolis, município localizado na região do Vale do Ribeira, registra um dos piores IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) do estado do Paraná. Estima-se que a população local, atualmente de 6,3 mil habitantes (16,82% deles analfabetos), triplique⁴ até 2020 por conta da instalação de indústrias de cimento na região. Com o objetivo desenvolver um trabalho de conscientização a respeito dos problemas e vantagens oriundos do progresso, um projeto de extensão universitária idealizado pelo *Núcleo de Estudos e Laboratório de Cidades da Universidade Positivo*, situada em Curitiba (PR), reúne cursos da instituição no

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor do curso de Jornalismo da Universidade Positivo. E-mail: hendryoandre@gmail.com.

³ Coordenadora e professora do curso de Jornalismo da Universidade Positivo. Doutora em Ciências da Informação - Jornalismo pela Universidade Fernando Pessoa. E-mail: zaclisjornalismo@gmail.com.

⁴ Fonte: <http://migre.me/u9k9O>

local. A “adoção” da cidade pela Universidade pretende, também, provocar ações que estimulem os universitários ao serviço comunitário e voluntário, ampliando o seu leque de percepção e atuação sobre a sociedade.

Após a identificação da incipiência de veículos impressos e de emissoras locais de rádio e televisão em Adrianópolis, em novembro de 2014 o curso de Jornalismo da UP iniciou as atividades no local com a incumbência de captar imagens e depoimentos para registrar a história local por meio de um documentário e de um livro⁵. Além disso, em ação paralela buscou-se criar um espaço para discutir temas locais com adolescentes do município por meio de oficinas de educomunicação – conceito entendido enquanto uma forma de intervenção social localizada entre os campos da Comunicação Social e da Educação “capaz de contribuir com a construção da cidadania através do direito à expressão e à comunicação” (SANTOS, 2012, p. 94).

A expedição à Adrianópolis reuniu três professores e 12 estudantes de graduação, além de três egressos e um jornalista convidado. As ações de educomunicação, foco deste trabalho, realizaram-se em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Adrianópolis e dividiram-se em dois encontros, quando 18 jovens estudantes, entre 12 e 15 anos, orientados por dois professores, um graduando e um egresso, produziram um *fanzine*, distribuído na tradicional Festa dos Caminhoneiros da cidade, e um jornal mural que descreveu o processo de produção do *fanzine*. Mais que um relato, a intenção neste texto é discutir a educomunicação como recurso de ensino/aprendizagem num ambiente sem jornais e rádios locais e demonstrar a importância do jornalismo como recurso à inserção participativa do jovem na sociedade.

Para atingir esses objetivos parte-se da premissa de que a comunicação é um componente pedagógico (CITELLI, 2006) e de que a apropriação dos meios impressos pela Educação não deve ser encarada apenas por um viés instrumentalista (SOARES, 2000). Aborda-se no texto, portanto, um dos principais legados de Paulo Freire: o de que a leitura do mundo é anterior à leitura da palavra escrita, e que a junção horizontal

⁵ O documentário *Entre morros: de Paraná a Adrianópolis*, lançado em junho de 2016 no município, pode ser visto no link <http://migre.me/u91Nd>. Já o livro ainda não tem previsão de lançamento.

dessas leituras permite a produção legítima de conhecimento. Há intenção de analisar nesta argumentação as percepções dos jovens em relação ao jornalismo e a temas como meio ambiente, urbanização e usos dos meios de comunicação, compilados numa ficha produzida pelos próprios jovens e compreender a produção do *fanzine* e do mural. Um princípio da produção textual é o entendimento do ato de escrever como prática social, atingido a partir da exigência de que o aluno entenda a situação comunicativa: por que se escreve, como e o que se tem a dizer, quem lerá (CAMPOS, 2009).

Dito isso, no *paper* parte-se de uma discussão em torno da relevância das mídias impressas (jornais, revistas, *fanzines* e murais) no contexto social, problematizando as dificuldades de uma alfabetização midiática (leitura crítica e criativa de mundo) em regiões sem jornais ou emissoras locais e, ainda, em espaços que costumam desprezar os meios de comunicação, como a escola. Em seguida, apresenta-se a educomunicação enquanto recurso metodológico capaz de criar uma cultura de consumo e produção midiática em Adrianópolis e, finalmente, descreve-se as percepções que os adolescentes participantes das oficinas têm em relação aos meios de comunicação, bem como o processo de produção do *fanzine* e do jornal mural.

Leitura crítica e criativa das mídias impressas

Ao dialogar com as apropriações da Comunicação Social pelo campo da Educação, este tópico é voltado à relevância que os meios impressos podem ter no processo não formal de aprendizagem. Tenta, assim, dissecar e compreender os motivos pelos quais é relevante ofertar a leitura e promover a produção de materiais impressos para uma formação crítica e criativa (JENKINS, 2012). É crucial frisar que, embora as oficinas de educomunicação tenham sido realizadas com estudantes, a opção mais viável para educadores pode estar no desenvolvimento de ações de formação continuada de professores. Enquanto multiplicadores, tais profissionais são capazes de, a partir do desenvolvimento da leitura crítica, propor atividades nas quais os estudantes possam criar uma leitura criativa da realidade, ou seja, gerar novos produtos midiáticos que dialoguem com as versões apresentadas pelos meios hegemônicos. “As escolas têm, historicamente, ensinado os estudantes a ler com o objetivo de produzir uma resposta

crítica; queremos encorajar educadores a também ensinar aos alunos como se engajar criativamente com textos” (JENKINS, 2012, p. 13).

Em condições ideais, o uso de impressos em sala seria uma tentativa de romper com certo isolamento que a escola tem do mundo real, algo que reforça uma premissa do papel que o professor deve desempenhar: mais que o central papel pedagógico, parece ser também uma responsabilidade nada periférica do docente, indiferente da disciplina e da etapa a qual leciona, criar e fomentar vínculos entre estudantes e sociedade – os usos da comunicação de forma transversal no currículo tornam-se uma das alternativas mais viáveis para estabelecer coesão entre o mundo escolar e o das práticas e experiências cotidianas. A comunicação seria, portanto, considerada “não como um mero instrumento midiático e tecnológico, e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico” (CITELLI, 2006, p. 01), um dos princípios basilares da educomunicação. Esse desafio detém particularidades em locais como Adrianópolis, onde, em âmbito local, não há circulação de impressos ou veiculação de programas de rádio e televisão. Essa incipiência midiática local potencializa, em tese, as dificuldades para compreender a relevância da comunicação, sobretudo no que se refere ao caráter transformador que tal campo pode ter em uma perspectiva local, mas cria nichos à produção de mídias impressas com interesse social, alcance e público definidos.

No Brasil, o advento da cultura de massas se concretizou, sobretudo, a partir da consolidação da televisão enquanto principal meio de comunicação. Tal fato ocorreu nos anos 1970, duas décadas após a inauguração da televisão no país, culminou em um ideal de modernização pautado pelo papel centralizador do Estado e, por conseguinte, refratou o fazer jornalístico (ORTIZ, 2001) ao auxiliar no fomento de uma visão instrumentalista da mídia. Tão importante quanto reconhecer a amplitude que os meios de comunicação alcançaram desde o advento da cultura de massas é o assentimento de que há, especialmente em municípios interioranos, uma ligação volátil com os meios de comunicação locais. Isso não significa, em absoluto, desconsiderar o papel fundamental que as rádios comunitárias, emissoras que “podem atuar em vários pontos [...] sempre de forma cooperativa, participativa, com programação alternativa, popular, educativa” (COELHO NETO, 2002, p. 71), têm no acesso à comunicação em áreas rurais ou mais

isoladas. Todavia, exprime que, mesmo com a existência de formas alternativas de produzir informação, a carência de veículos locais amplia o poder de inserção dos grandes conglomerados de comunicação, sobretudo os audiovisuais.

As implicações do papel hegemônico de alguns grupos midiáticos reduzem o papel mediador dos meios de comunicação, fator essencialmente ligado aos princípios democráticos, bem como outras características que fazem das plataformas midiáticas – entre elas, os meios impressos – elementos centrais para a dinâmica de mundo atual. Enquanto fontes de informação, jornais e revistas são fundamentais ao desenvolvimento do cidadão e, em específico, à formação de estudantes a partir da possibilidade de leitura crítica e criativa da realidade na qual vivem: a partir da lógica do confronto de ideias, os meios de comunicação levam o estudante “a conhecer diferentes posturas ideológicas frente a um fato, a tomar posições fundamentadas e a aprender a respeitar os diferentes pontos de vista” (FARIA, 2006, p. 11).

Mesmo com avanços na educação, o índice de analfabetos funcionais no país teve baixa redução desde a criação do *Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf)*, em 2001. A título de ilustração, 60% dos jovens metropolitanos entre 15 e 24 anos não atingem o nível pleno de alfabetismo (INAF, 2009). O que chama mais chama a atenção é o fato de que 88% deles cursam ou já cursaram o Ensino Médio (*Ibid.*). Embora não haja estimativas para municípios interioranos, acredita-se que tais percentuais apontem para uma realidade ainda mais grave. Numa dinâmica social na qual cada vez mais os indivíduos dependem de informações, o analfabetismo midiático é um fator que semeia intolerância e ódio, limita a capacidade de estabelecimento de causas e consequências nos fatos cotidianos e, por fim, restringe a propensão de leitura social e à cidadania:

Um dos princípios para a verdadeira produção textual (...) pressupõe a diferença entre escrever como grafar e escrever como produzir texto e construir significados sócio-compartilhados. O segundo é de que, para que a produção textual seja uma prática social, é necessário ter uma visão mais rica do ato de escrever em si: escrever não pressupõe apenas a produção do texto, mas que o aluno saiba quem são seus interlocutores, tenha clareza da situação comunicativa: quem escreve, com que intenção, qual o gênero textual mais adequado, o que se tem que dizer, quem vai ler o texto, onde ele será publicado (CAMPOS, 2009, p. 05).

Dessa maneira, a leitura crítica e criativa de jornais e revistas possibilita formas de libertação, além de outras vantagens: tais meios fornecem, bem ou mal, uma referência de padrão de escrita, possibilitam um contato direto com o texto escrito autêntico e registram a história *in loco* (FARIA, 2006), ainda que seja um processo desarticulado e não hierarquizado como aquele que se aprende na escola. Nesse contexto ganha importância a tentativa de aguçar nos estudantes uma perspectiva de leitura crítica e criativa dos meios. “Se o conceito de leitura está geralmente restrito à decifração da escrita, sua aprendizagem, no entanto, liga-se por tradição ao processo de formação global do indivíduo, à sua capacitação para o convívio e atuações social, política, econômica e cultural” (MARTINS, 1994, p. 22).

Embora se compartilhe o princípio de Martins (1994) de que não há nenhuma metodologia de alfabetização midiática que contemple por si só a capacidade de criar leitores críticos e criativos, acredita-se que a incorporação de elementos inerentes ao campo da comunicação nas práticas pedagógicas seja crucial para educar na era da informação. De acordo com Soares (2000), esse seria um movimento contrário ao percurso histórico dos campos da Educação e da Comunicação Social, que se distanciaram por vários fatores.

O discurso educacional é mais fechado e enquadrador, oficial, mais autorizado. Validado por autoridades, não é questionado. Neste sentido, é autoritário, posto que é selecionado e imposto em forma de currículo a alunos e professores. O discurso comunicacional, ao contrário, é desautorizado, desrespeitoso e aberto, no sentido que está sempre à procura do novo, do diferente, do inusitado (*Ibid.*, p. 18).

Assim, o campo da Comunicação Social – se colocado em diálogo com o campo da Educação de maneira transversal – tem potencialidade para estabelecer uma série de provocações às práticas pedagógicas tradicionais. Isso romperia e provocaria, de certa forma, abalos sísmicos a paradigmas constituídos dentro da escola. Soares (2000) partilha do princípio de que “a escola eduque para a incerteza, para usufruir a vida, para a significação, para a convivência e, finalmente, para a apropriação da história e da cultura” (SOARES, 2000, p. 17).

A apropriação dos meios impressos em sala de aula não deve ser encarada apenas por meio de uma abordagem instrumentalista desses recursos, já que se espera que “a própria comunicação se converta no eixo vertebrador dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação” (SOARES, 2000, p. 20).

Dessa maneira, embora a vertente de trabalho desta argumentação seja voltada às mídias impressas, partilha-se do princípio de que há processos distintos de leituras noutros meios de comunicação e noutras relações do indivíduo com a realidade a qual vive. Nesse âmbito, aguça-se a percepção de que o professor precisa desafiar-se para instigar que os estudantes tenham interesse pela leitura, a partir do referencial do próprio estudante e não sempre por meio da hierarquia escolar. Assim, a leitura crítica se torna criativa à medida que esse processo não se resume ao mundo da leitura e escrita literais, pois “permite a descoberta de características comuns e diferenças entre os indivíduos, grupos sociais, as várias culturas; incentiva tanto a fantasia como a consciência da realidade objetiva” (MARTINS, 1994, p. 29). A confecção de produtos vinculados aos princípios do jornalismo no espaço escolar resulta exatamente no ideal de que o texto escolar desdobra-se como uma prática social.

As oficinas de educomunicação em Adrianópolis

Passa-se a arguir sobre a experiência educacional com os 18 estudantes adrianopolitanos. Para a realização da oficina houve o arranjo de uma sala de aula em dois círculos, sendo um deles interno e com as cadeiras voltadas para o círculo externo. A estratégia metodológica foi sugerida por educadores vinculados à Central de Notícias dos Direitos da Infância (Ciranda), instituição social que atua há 16 anos no Paraná com a promoção dos direitos da infância e adolescência sob uma perspectiva do jornalismo e da educação.

Na atividade foram propostos alguns temas para discussão, basicamente relacionados à família e amigos, à escola, à cidade e a outras regiões e, por fim, aos hábitos de consumo midiáticos desses adolescentes. A cada rodada de perguntas, o círculo externo girava em sentido horário. Foram realizados nove grandes temas para o material, até que todos os integrantes do círculo interno pudessem interagir uma vez

com os do círculo externo. Cada estudante anotava as principais observações do colega em folhas sulfite, recolhidas após a atividade e que serviram de documentação para a elaboração deste *paper*. Por se tratar de um município com apenas quatro escolas de nível médio (IBGE, 2014), muitos estudantes se conheciam, mas a ação facilitou o processo de interação.

Restritos a uma lógica de mundo midiático que faz apologia ao estilo de vida que vigora majoritariamente em grandes centros urbanos, os estudantes, em geral, demonstraram valores similares aos ideais hegemônicos nos meios de comunicação, sobretudo, na televisão e na internet. Ainda que não unânimes, encaixam-se nesses valores, além do repúdio dos adolescentes à estrutura e funcionamento escolar (citada por um dos estudantes como uma “prisão educativa”, e onde outra estudante alega se sentir como uma “presidiária”), a falta de *shopping centers*, cinemas, casas de festas noturnas, pistas de manobra de *skate*, parques de diversão, internet pública de banda larga, ciclovia, universidades, escolas de idiomas e de natação, e até mesmo metrô na cidade foi destacada pelos estudantes. À primeira vista, Adrianópolis foi considerada como um lugar pequeno, ermo, monótono, “sem muitas coisas para fazer”. Outro estudante relatou que poria outra cidade no local, pois “tudo o que tem em outras cidades não tem aqui”.

Essa apologia a valores intrinsecamente ligados a grandes centros urbanos explica, por um lado, a ambição em conhecer cidades como Londres (a ponto de um estudante descrever que sente “medo de não conhecer Londres antes de morrer”) e Paris, além de países europeus como Alemanha e Portugal. Várias das profissões almeçadas pelos estudantes (cantor, administrador de empresas, desenhista, arquiteta, entre outras), praticamente só se concretizariam com a migração para grandes ou médios centros urbanos. Outro quesito que também se encaixa nos valores hegemônicos propagados pelos grandes meios de comunicação é a valorização aos padrões hegemônicos de beleza e à frustração que parte dos estudantes demonstra pelo pouco ou nenhum acesso às tendências de vestuário.

Durante todas as atividades buscou-se quebrar com alguns desses pressupostos e demonstrar que o município de Adrianópolis também possui características que o

tornam singular em relação ao espaço urbano, ao mesmo tempo em que se procurava problematizar o processo de crescimento urbano desenfreado que a cidade passaria ao longo dos seis anos seguintes.

O processo de produção do *fanzine*, relatado a partir de agora, reflete um pouco do reconhecimento desses adolescentes enquanto ao anseio de tornarem-se partícipes ativos da realidade social a qual pertencem. Oriundo da junção da expressão *fanatic magazine*, o *fanzine* surgiu na década de 1930, nos Estados Unidos, voltado especialmente a temas de ficção (NEGRI, 2005). Em geral, os *fanzines* são um tipo de revista amadora, experimental e sem fins lucrativos com uma pequena tiragem e, quase sempre, produzidas de forma artesanal. “É um material que se caracteriza como uma comunicação alternativa. Geralmente feito com recortes e colagens, são materiais simples com reprodução de qualidade popular – em preto e branco. A linguagem do *fanzine* é livre, bem como a temática” (MARTINS, 2011, p. 106).

Nesse aspecto, o *fanzine*, como plataforma midiática que traz por si só um caráter particular e, portanto, autêntico de expressão, torna-se mais uma forma de estreitar os laços do estudante com a leitura e a escrita.

Os *fanzines* são uma mistura de veículo de comunicação e obra literária, possuem um caráter socialmente agregador, já que buscam a troca entre os produtores. São também um registro espontâneo da história recente, um recorte que reflete a realidade social contemporânea, uma transmissão de informações e produção de cultura (CAMPOS, 2009, p. 01-02).

Tida como uma forma de comunicação que é marginal (no sentido de “estar às margens”) do jornalismo convencional, esse produto estimula o uso da criatividade até mesmo em turmas nas fases iniciais do Ensino Fundamental. Segundo Campos (2009, p. 06), “desenhos à mão, colagens, montagens, gravuras, xerox” são artifícios corriqueiros na construção de *fanzines*. Entretanto, há alguns que são desenvolvidos em computadores e impressos em gráficas e também pela internet (CAMPOS, 2009).

Após a identificação e reconhecimento do grupo ao qual a equipe trabalharia, iniciou-se o processo de produção do material que, em comum acordo, faria alusão a Festa dos Caminhoneiros, tradicional evento no município. Disso resultou a expressão

“jornalistas” na cidade sem jornal, que dá título a este *paper*. Instigados pela possibilidade de produzirem o primeiro jornal impresso do município, os estudantes aceitaram o desafio produzir o material dentro de um período de cinco horas (da apuração dos fatos até a diagramação e impressão do material). Um elemento curioso foi a escolha do nome do veículo: *Paranaí*, nome dado à região antes da emancipação política do município, em 1960. A título de curiosidade, Adrianópolis é um município localizado na divisa entre os estados do Paraná e São Paulo. Há relatos de que a expressão surgiu a partir do questionamento de viajantes que passavam pelas margens do Rio Ribeira do Iguape do lado paranaense. Quando perguntavam sobre qual região estavam, escutavam a resposta de moradores do lado paulista: “Paraná aí”. Disso resultou a aglutinação *Paranaí*. Os estudantes consideraram que o primeiro veículo impresso da cidade teria que ter um título mais original e mais vinculado às raízes de Adrianópolis. Além disso, alguns demonstraram certa inquietude sobre o nome atual do município, dado em homenagem a um empresário do setor de chumbo, Adriano Seabra da Fonseca, proprietário da *Plumbum*, empresa responsável pela contaminação de chumbo que marcou negativamente a história do município (ADRIANÓPOLIS, 2016).

Segundo lembra Martins (2008), “fazer um jornal impresso é um trabalho que exige a participação de um grupo engajado na distribuição de tarefas” (MARTINS, 2011, p. 83). Portanto, para que a produção de uma mídia impressa pudesse ser realizada com sucesso foi necessário seguir alguns passos. O primeiro deles foi organizar e realizar uma *reunião de pauta*, que “é o momento em que se decide o que vai ser colocado no jornal, quais temáticas serão abordadas e o que cada um vai fazer” (MARTINS, 2011, p. 83). A reunião de pauta com os estudantes foi o momento para planejar a edição do jornal e pode ser perfeitamente conciliada, quando apropriada em sala de aula, com explicações acerca de um tema central. É a etapa de seleção de assuntos que serão abordados pela mídia impressa (quais deles merecem veiculação), a definição do objetivo e do enfoque de cada notícia, o levantamento de informações prévias, que depois serão “checadas” e ampliadas nas etapas de apuração e edição. As ideias podem nascer da observação de situações vividas no cotidiano pelas pessoas

envolvidas no processo de produção, de conversas com pais, funcionários, ou com a própria leitura de jornais, revistas, sites, blogs, redes sociais, entre outras mídias.

Com a definição das pautas e da distribuição das equipes os estudantes foram a campo. Atividades como essa têm potencial para criar engajamento e despertar a curiosidade, fazem com que os estudantes percam a timidez, conversem com pessoas fora do ambiente virtual e, além disso, possibilitam que enxerguem e se reconheçam como pertencentes aos locais onde vivem, algo fundamental para a construção de cidadania como usufruto de direitos e deveres. Na ocasião, os estudantes foram atrás de fontes como o organizador da festa, o prefeito do município, bem como de personagens centrais na história de Adrianópolis.

Após a produção, realizada com a orientação de um professor, um estudante e um egresso de jornalismo, entrega dos textos e o compartilhamento dos fatos “apurados” pelos “repórteres” foi preciso diagramar os textos. “Uma coisa interessante é fazer um esboço da diagramação junto com os alunos. É só imprimir os textos no formato imaginado, selecionar as imagens, imprimir (...) e fazer um exercício de colagem” (MARTINS, 2011, p. 86).

Realizada a diagramação, o jornal está pronto para ir à gráfica, à impressora ou até mesmo ao estêncil. A distribuição pode ser dirigida – voltada aos participantes da festa, por exemplo – ou disponível a toda a comunidade escolar. Essa é uma etapa crucial para os jornais tradicionais e não deixa de ser para os escolares, já que é nesse momento em que ocorrem as possibilidades de interação entre a comunidade escolar e os estudantes. O alcance do jornal, dependendo da comunidade na qual está inserido, pode ser extraordinariamente relevante. O *Paraná* (ver *Figura 01*) teve uma tiragem de 300 exemplares, todos distribuídos na Festa dos Caminhoneiros.

Enquanto os estudantes distribuía o jornal, houve o convite para que na manhã seguinte fosse realizada uma oficina com o propósito de relatar, por meio da confecção de um jornal mural, a experiência dos “jornalistas” na cidade sem jornal. A proposta consistiu em incentivar a criação de outros *fanzines* por parte de estudantes que não participaram da atividade. A proposta não surtiu grandes efeitos, fato que apenas ratifica a relevância de se desenvolver trabalhos de educomunicação também com

professores, por conta do caráter multiplicador. Ainda assim, é preciso relativizar tal afirmação, à medida que há, historicamente, hegemonia de referenciais teóricos ligados à perspectiva da Teoria Crítica no campo da Educação.

FIGURA 01 – Capa do *fanzine* Paranaí, produzido em oficina de educomunicação



Fonte: Os autores (2015)

Já o jornal mural é uma ferramenta pertinente e viável, tanto do ponto de vista econômico quanto ambiental, para o trabalho com a juventude. Por um lado, este meio possui limitações frente ao jornal individual quando o assunto é a tentativa de interação com os pais, por exemplo. Entretanto, dentro do ambiente escolar pode ter maior impacto. “É um veículo essencialmente coletivo, no qual seus participantes podem ler e escrever mais livremente suas notícias e opiniões” (MARTINS, 2011, p. 103). As técnicas do lide e da pirâmide invertida se encaixam na proposta do jornal mural, muito embora, por vezes, os textos desse gênero não ultrapasse o primeiro parágrafo (ou seja, resume-se praticamente ao lide). A oferta de exercícios com materiais jornalísticos é capaz de auxiliar no desenvolvimento da leitura e da escrita, e as tradicionais técnicas do jornalismo informativo podem ser um recurso capaz de auxiliar na hierarquização e construção de ideias. Afinal, em jornais murais a lógica da síntese e da hierarquização das informações deve imperar.

O local onde o jornal será fixado pode interferir no formato do material (isso deve ser previsto pelo grupo). Não há regras para a composição dos jornais murais, mas eles geralmente têm um *editorial* (texto curto, não assinado, e que representa a opinião do jornal sobre um ou mais temas da edição), e um *expediente* (destinado às informações sobre a equipe, bem como para disponibilizar as mais diversas formas de contato). O restante pode ser preenchido com notícias, entrevistas pingue-pongue, textos de opinião, espaços de arte, agenda, entre outros elementos.

No caso do jornal mural Paranaí, produzido no dia posterior à Festa dos Caminhoneiros, a intenção foi relatar o processo de produção do *fanzine*, a fim de compartilhar com estudantes e professores a experiência. Houve a divisão dos 12 estudantes presentes em duas oficinas, conforme a escolha de cada um deles: um voltado à produção de uma oficina de textos literários, composto por oito estudantes, e uma oficina de fotografia, com o restante. Em ambas as atividades optou-se por trabalhar com o problema da destinação do lixo na cidade após o evento e com a socialização da experiência de produção do *fanzine*.

Considerações finais

As respostas descritas na atividade de apresentação sobre a percepção que os adolescentes têm sobre o local onde moram comparadas com os conteúdos apresentados nos produtos informativos desenvolvidos ao longo dos dois dias de oficinas são conflitantes. Essa divergência possui vínculos com a quebra de paradigmas propiciada pelas ações de educomunicação, cujo propósito, além da intervenção social, apontou a realidade de Adrianópolis como singular: uma cidade que enfrentou um grave problema ambiental, como a contaminação de chumbo, e que mais uma vez aposta na industrialização como uma alternativa ao progresso; um espaço onde as formas de violência comuns nos centros urbanos quase inexistem, mas que deve ver a população triplicar – e, conseqüentemente, os problemas aumentarem – em menos de uma década.

A apologia ao caráter urbano foi tangenciada mediante a noção de que o município possui problemas que, aparentemente, estão distantes, como a destinação do lixo e a própria fronteira entre espaço urbano e natural. Ao trabalhar com o

protagonismo dos adolescentes, a partir da noção de que eles seriam, de fato, os primeiros “jornalistas” de uma cidade sem jornais, demonstrou não só a relevância de discutir a temática da sustentabilidade sob um viés transversal, mas também o fato de que há interesse intrínseco dos estudantes em produzir meios de cunho informativo.

A oficina fotográfica, realizada como parte das atividades para o jornal mural, talvez tenha sido o melhor exemplo de leitura crítica e criativa da realidade. Quatro estudantes e um professor foram às ruas com a missão de retratar as condições da cidade após a Festa dos Caminhoneiros. O excesso de lixo proveniente do evento e de ações cotidianas, o descarte incorreto de alguns exemplares do *fanzine* e problemas estruturais da cidade foram registrados. Após a sessão, os estudantes deveriam escolher entre três e cinco fotografias e justificar a escolha para a inserção no jornal mural. As justificativas versaram sobre o quanto o espaço local possui “coisas legais”, sobre o quanto o crescimento da cidade pode ampliar os problemas registrados via olhar fotográfico e, especialmente, sobre a responsabilidade que cada um tem para a manutenção de um espaço de convivência agradável.

Acredita-se que a apropriação dos princípios da educomunicação de forma mais perene possa auxiliar no processo de alfabetização midiática dos estudantes e, sobretudo, instigar o olhar crítico e criativo para a transformação social.

Referências

ADRIANÓPOLIS. Prefeitura Municipal de Adrianópolis. **Adrianópolis**: a cidade. 2016. Disponível em: <<http://migre.me/uanD1>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Paraná**: Adrianópolis – Síntese das informações. 2014. Disponível em: <<http://migre.me/u9n5z>>. Acesso em: 02 jan. 2016.

CAMPOS, Fernanda Ricardo. Fanzine: da publicação independente à sala de aula. *In*: ENCONTRO NACIONAL SOBRE HIPERTEXTO, 3., 2009, Belo Horizonte. **Hipertexto**. Belo Horizonte: Cefet-MG, 2009. p. 1-14. Disponível em: <<http://migre.me/u9n4Q>>. Acesso em: 02 nov. 2014.

CITELLI, Adilson Odair. Meios de comunicação e Educação: Desafios para a formação de docentes. **Unirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p.01-13, jun. 2006. Semestral.

COELHO NETO, Armando. **Rádio comunitária não é crime**: direito de antena, o espectro eletromagnético como bem difuso. São Paulo: Ícone, 2002.

FARIA, Maria Alice. **Como usar o jornal na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2008.

INAF. **O alfabetismo juvenil**: inserção educacional, cultural e profissional. São Paulo: Inaf, 2009. 13 p. Disponível em: <<http://migre.me/u9n3Q>>. Acesso em: 21 out. 2014.

JENKINS, Henry. Lendo criticamente e lendo criativamente. **MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 6, p. 11-24, jul. 2012. Semestral. Disponível em: <<http://migre.me/ualNg>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

MARTINS, Lucimeire. **Peço a palavra!**: dinâmicas, métodos e técnicas de atuação com grupos que têm algo a dizer e muito a transformar. 2011. 129 f. TCC (Graduação) – Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Universidade Positivo, Curitiba, 2011.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

NEGRI, Ana Camilla. Quarenta anos de fanzine no Brasil: o pioneirismo de Edson Rontani. *In*: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5., 2005, Rio de Janeiro. **Ensino e Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2005. p. 1-12. Disponível em: <<http://migre.me/u9mYF>>. Acesso em: 02 nov. 2014.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. ed. 5. São Paulo: Brasiliense, 2001.

SANTOS, Jonathas Fontes. Educomunicação: uma inter-relação entre educação e comunicação. **Revista Letrando**, Paripiranga, v. 2, p.89-96, jul. 2012. Disponível em: <<http://migre.me/u9mWz>>. Acesso em: 02 jan. 2016.

SOARES, Ismar. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 19, p.12-24, set./dez. 2000. Semestral. Disponível em: <<http://migre.me/u9mXS>>. Acesso em: 10 dez. 2015.