

Liga Experimental de Comunicação: A transformação no caminho do comunicador e a necessidade de subverter os modelos tradicionais por meio do experimentalismo.¹

Sâmia do Nascimento MARTINS²

Rayanne Nunes FORTE³

Cintia Karoline Lima PINTO⁴

Miguel Cela SARAIVA⁵

Sara Bacelar VIDAL⁶

Anna Heloisa de VASCONCELOS⁷

Grasielly Sousa de ARAÚJO⁸

Glícia Maria Pontes BEZERRA⁹

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A Liga Experimental de Comunicação, agência que integra estudantes dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, atua em parcerias com Movimentos Sociais, Organizações Não Governamentais (ONGs) e projetos da própria Universidade, sem fins lucrativos. A mais recente parceria da Liga, foi com o CEDECA, Centro de Defesa da Criança e do Adolescente do Ceará, para o desenvolvimento e realização da campanha Educação é justiça, que contou com o apoio do Fundo Brasil de Direitos Humanos. A campanha tem por objetivo dar visibilidade a um dos direitos fundamentais de adolescentes internos do Sistema Socioeducativo, o direito à educação.

PALAVRAS-CHAVE: Experimentalismo; Direito; Comunicação; Educação; Jovens.

1 INTRODUÇÃO

A Liga Experimental de Comunicação é um programa de extensão da Universidade Federal do Ceará que atua, desde 2007, como Agência dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Fruto do debate de um grupo de estudantes

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo.

² Aluna líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: samianascimentomartins@hotmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: rayanneforte@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: cintia-karoline@gmail.com.

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: miguel.cela.saraiva@gmail.com.

⁶ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: sarabacv@gmail.com.

⁷ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: heloisav.x@gmail.com.

⁸ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: zricci13@gmail.com.

⁹ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: gliciapontes@gmail.com.

interessados em explorar o caráter extensionista na Universidade, ela surgiu com o propósito de suprir uma necessidade básica na formação acadêmica em comunicação: aliar os conhecimentos adquiridos em sala de aula com o desenvolvimento de produtos práticos em benefício da sociedade.

Desde o princípio, a agência prioriza um caráter transdisciplinar, agregando estudantes de ambos os cursos. Os alunos realizam o trabalho em conjunto, atuando em demandas que independem do curso a que se encontram inculcados, a fim de que se torne possível a experimentação e a troca de saberes.

A Liga não trabalha com clientes, mas sim com parceiros. “A ideia fundamental é a construção de uma proposta de Comunicação que atenda ao parceiro e que traga, como contrapartida, reflexões e aprendizado prático aos integrantes da Liga”.¹⁰

Esses parceiros, são, em sua maioria, Movimentos Sociais e Organizações Não Governamentais (ONGs) que, muitas vezes, não têm recursos financeiros para atuar na produção de sua comunicação além de projetos da própria Universidade.

A parceria mais recente da Liga, foi com o CEDECA, o Centro de Defesa da Criança e do Adolescente do Ceará, que tem como missão a defesa dos direitos das crianças e adolescente, em especial quando esses são violados por ação ou omissão do poder público.

A parceria, que contou com o apoio do fundo Brasil de Direitos Humanos, consistiu no desenvolvimento e realização da campanha, Educação é justiça, lançada em dezembro de 2015, que teve por objetivo visibilizar a situação dos adolescentes expostos no sistema socioeducativo e fomentar a discussão para a seguridade dos direitos básicos desses jovens, com foco na Educação.

Para a Liga, é preciso fortalecer a ideia de que garantir o direito à educação dos adolescentes que cometeram atos infracionais é fazer justiça, pois a responsabilização está atrelada à construção de novas possibilidades para a efetiva integração social e para o bem coletivo da vida em sociedade.

¹⁰ Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/expocom/EX32-1310-1.pdf>
Acessado em: 28/05/2015 às 14h.

Para tanto, foram produzidos ao longo da campanha: spots de rádio, uma página no Facebook¹¹, um artigo que saiu no jornal O POVO impresso e online¹², uma participação na Rádio Universitária 107,9 FM¹³, uma visita ao centro socioeducativo Mártir Francisca¹⁴, uma roda de conversa dentro da universidade e um fanzine institucional da agência com foco na parceria e na campanha.

2 OBJETIVO

Entendendo a importância social do tema apresentado, e por sempre buscar uma formação mais humanizada e crítica para os seus integrantes, a Liga Experimental de Comunicação desenvolveu em parceria com o CEDECA, a campanha Educação é Justiça.

A campanha teve por objetivos: conscientizar a sociedade dos direitos que os jovens em conflito com a lei possuem, como o direito à educação, e chamar a atenção da sociedade para o descumprimento desses direitos, como ocorre com o sistema socioeducativo do Estado do Ceará.¹⁵

Os centros socioeducativos, diferentemente do encarceramento penal, têm um caráter pedagógico e preventivo e não punitivo. É importante que esses jovens se sintam amparados nos centros socioeducativos, que entendam que o erro cometido não os condenam a uma vida fora da lei. Dessa forma, são tomadas medidas que visam o reconhecimento do erro, a mudança de vida, a busca de novas perspectivas, objetivando a reinsertão deles na sociedade. E um dos direitos fundamentais que devem ser respeitados dentro das unidades, é o direito à educação.

3 JUSTIFICATIVA

¹¹ O facebook é uma rede social, criada em 2004, que hoje é considerada a maior rede social do mundo.

¹² Portal Online do Jornal cearense O POVO, o qual possui grande grupo de comunicação no estado do Ceará.

¹³ Rádio Universitária da Universidade Federal do Ceará.

¹⁴ Centro socioeducativo de semiliberdade localizado na cidade de Fortaleza.

¹⁵ O sistema socioeducacional do estado do Ceará está em colapso: superlotação, rebeliões, torturas, mortes e uma verdadeira falta de estrutura para os internos viverem dignamente. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/online/crise-no-sistema-socioeducativo-d-o-ceara-gera-ao-brasil-notificacao-de-comissao-internacional-1.1478315>

A Liga, como agência experimental dos cursos de comunicação social, não atua de maneira similar às agências de notícias¹⁶ ou redações¹⁷. O trabalho desenvolvido foge dos moldes do mercado tradicional em busca de uma produção que visa maior reflexão e aprofundamento dos conteúdos propostos.

Essa ideologia de trabalho reflete diretamente na organização interna dos membros, não existindo uma pessoa em cargo de autoridade superior que silencie os demais. As pautas requerem sempre uma meditação coletiva que pretende contemplar a policenia existente não só dentro da agência mas também da sociedade. Ao acreditar na importância da construção coletiva e interdisciplinaridade, também não restringe os seus membros as suas áreas de formação acadêmica nem ao mesmo setor de atuação - trabalhando assim diversas funções.

A Liga, ao entender a comunicação como um direito humano, dá a oportunidade de seus parceiros aprenderem a desenvolver seu próprio meio de comunicação, assim, adquirindo independência e proatividade para além do período da parceria. Em contrapartida, esses repassam seus saberes por diversas maneiras como palestras, conversas, mesas, grupo de estudos, seminários etc.

A parceria com o CEDECA proporcionou ressaltar a importância da discussão dos direitos humanos no meio acadêmico, além de contribuir para uma melhor formação profissional e humana dos estudantes envolvidos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com o começo da parceria e os primeiros encontros para pensar a campanha, foram realizadas, pelo CEDECA – em contrapartida à de parceria –, formações para o acúmulo de conhecimento e para que a produção dos materiais não ferisse nenhum direito e fosse condizente com a realidade. Dentre os assuntos trabalhados, pode-se destacar o histórico das representações sociais da infância, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), seus desafios e mitos; os direitos dos adolescentes em conflito com

¹⁶ Surgidas no século XIX com a fundação da atual Agência France-Press são companhias de cunho jornalístico, que se especializaram em distribuir dados e notícias, diretamente das fontes do acontecimento para veículos de comunicação, como jornais, revistas, rádios, Internet e emissoras de televisão.

¹⁷ Termo usado no jargão jornalístico brasileiro para o ambiente de trabalho dos jornalistas de um veículo (jornal, revista, rádio e televisão).

a lei – focando no papel da educação –, o Sistema Nacional de Atendimento (SINASE), seus princípios e sua história.

Além dos materiais cedidos pelo CEDECA, foi feito um apanhado de matérias jornalísticas, vídeos, documentários, estudo das leis e cartilhas que tratam do tema, que também serviram de fonte para o aprofundamento e inserção ao contexto.

Para a campanha, foram pensadas ações que ultrapassassem o material teórico utilizado e fossem à campo na tentativa de buscar vivências que agregassem no aprofundamento e verossimilhança do resultado final. Dentre essas, foram realizadas entrevistas com adolescentes em conflito com a lei que estão inseridos em um centro de semiliberdade de Fortaleza e com a assessora jurídica do CEDECA. A proposta dessas entrevistas foi além do fazer jornalístico, práticas e técnicas da profissão, pois buscou a inserção humana dentro das realidades – principalmente no contato tão delicado com esses jovens – e como pode-se visualizar meios eficazes de transformação social. Além disso, foi pensado em um cine debate que chegasse às periferias e camadas afetadas por essa realidade de violação de direitos, por isso um local que possui esse público-alvo foi estrategicamente articulado. No tópico a seguir, os elementos da campanha – identidade visual, ações e intervenções – serão detalhados.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Identidade visual



FIGURA 1 - Logotipo CEDECA e Logotipo da Campanha Educação é justiça

A identidade visual da campanha foi criada fazendo referência à do CEDECA, que já existia, porém carregando em si os valores e objetivos da campanha “Educação é justiça”. Foram utilizadas as cores da paleta principal do CEDECA, a figura da criança e a analogia de “vendar os olhos” através do *origami* em referência à deusa grega Têmis, representação da Justiça, cujos olhos vendados representam a imparcialidade. Além disso, foi inserido o elemento do livro como uma metonímia de educação.

O logotipo da campanha diferencia-se substancialmente da do CEDECA na mensagem que deseja passar. Ao relacionar o *origami* do barco - em contraposição ao chapéu de soldado utilizado no logotipo do CEDECA - com o livro, em conjunto com a imagem da criança, resgata a inocência da infância e correlaciona ao direito do acesso à educação. A simbologia dos olhos vendados adicionam “justiça” à equação.

O barco foi bastante utilizado na comunicação visual como um todo por trazer a concepção de “navegar”. A analogia que o barco traz faz referência ao caminho a ser navegado para que seja alcançada justiça plena e os direitos das crianças e dos adolescentes sejam respeitados.



FIGURA 2 - Design cambiante do logotipo da Campanha Educação é justiça

Em busca de ampliar a representação da campanha “Educação é justiça” por intermédio do logotipo, o design utilizado em sua criação se deu de modo cambiante, ou seja, que varia, que não é fixo. O logotipo da campanha foi utilizado de forma diferente em diversas postagens da *fanpage* do Facebook. O design cambiante foi escolhido a fim de não perpetuar preconceitos e esteriótipos, podendo, assim, englobar crianças de várias etnias e gêneros. Fica assim mostrado que o direito à educação, foco da campanha, deve ser universal.

5.2 *Fanpage*

Para as ações da campanha, foi criada a *fanpage* Educação é justiça, com o objetivo de alcançar o máximo de público possível e difundir, além de tudo, em formatos diversos acessíveis. Foram feitos, por exemplo, *posts* sobre a socioeducação; o Estatuto da Criança e do Adolescente; as medidas socioeducativas em meio aberto e em meio fechado; o direito à educação e dados da realidade do acesso à educação no Brasil.

5.3 Visita ao Centro Socioeducativo Mártir Francisca

Durante a campanha, foram feitas visitas ao Centro de Semiliberdade Mártir Francisca, onde foi possível realizar uma oficina com os jovens internos abordando o tema do direito à educação, além de atividades lúdicas que visaram indagar como esses jovens entendiam esse direito e também como eles gostariam que fossem a realidade. A ação foi realizada, mais uma vez, com membros da Liga e do CEDECA. Nas visitas, pôde-se realizar entrevistas com os jovens a fim de conhecer suas histórias pessoais e suas expectativas, agora que sabem um pouco mais sobre seu direito à educação. Tornou-se notável como, para alguns que tinham chegado à pouco no centro por meio da regressão de medida, os esclarecimentos e perspectivas de vida presentes no Mártir Francisca¹⁸ trouxeram um novo olhar de futuro para eles. “É preciso tirar a grade da cabeça de muitos”¹⁹.

5.4 Spots para rádio

Além das ações presenciais e da visita ao centro socioeducativo, foram produzidos três spots para rádio, por entender que seria possível atingir um público maior através desse meio de comunicação.

O material para os spots foi refletido a modo de conseguir sensibilizar, informar e mostrar para sociedade. O debate, por sua vez, foi articulado no programa “Sem Fronteiras: Plural Pela Paz” – programa da grade fixa da Rádio Universitária 107,9 FM –, com a participação de uma integrante da Liga Experimental de Comunicação, Sara Bacelar Vidal, e da assessora jurídica do CEDECA, Nadja Furtado Bortolotti, que falaram sobre a situação de descaso em que os Centros Socioeducativos se encontram e sobre a campanha em construção.

Os *spots*, veiculados na Rádio Universitária e na Rádio CUCA²⁰, foram pensados em 3 modelos: histórias fictícias – baseadas em contextos reais – de jovens

¹⁸ É considerado um centro socioeducativo que respeita as determinações do SINASE, sendo assim um modelo na cidade.

¹⁹ Citação retirada da entrevista realizada com um dos internos

²⁰ A Rádio Cuca, faz parte da Rede Cuca (Centros Urbanos de Cultura e Arte, Ciência e Esporte), que são um conjunto de complexos, localizados na cidade de Fortaleza, onde se desenvolvem atividades artísticas, culturais e esportivas para jovens entre 15 e 29 anos, de forma gratuita, mantidos pela prefeitura da cidade.

que passaram em centros socioeducativos; dados numéricos relevantes sobre o contexto da campanha e curiosidades impactantes sobre a realidade dentro do sistema socioeducativo que visa desmistificar o senso comum.

5.5 Entrevistas

A importância de trazer histórias fez com que a campanha não se limitasse às ações já citadas e fosse além, produzindo assim uma entrevista gravada com a assessora jurídica do CEDECA, Nadja Furtado Bortolotti, que visou a desmistificação e o esclarecimento de algumas questões dentro do contexto do tema.

6 CONSIDERAÇÕES

A campanha foi, em sua maioria, feita nas redes sociais, pela página do Facebook Educação é Justiça, que obteve 861 curtidas e teve como post de maior engajamento “Conheças as medidas socioeducativas”, com um alcance de 3.783 pessoas, 54 curtidas e 47 compartilhamentos²¹. As postagens visaram trazer informações com dados fornecidos pelo CEDECA e conscientizar o público do sentido da campanha.

Os *spots* veiculados na Rádio Universitária e na Rádio CUCA foram bastante repercutidos, devido ao alcance das rádios. Alunos da universidade procuraram algumas vezes integrantes da Liga para perguntar sobre a campanha, devido à curiosidade gerada pelos *spots*.

Dentro da universidade também aconteceram eventos relacionados à campanha, como a realização de uma roda de conversa sobre o Sistema Socioeducativo e direito à educação durante a semana de recepção dos calouros dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade que ingressaram no primeiro semestre do presente ano. Muitos dos alunos que participaram dessa roda de conversa acabaram se integrando à Liga por se interessarem pelo assunto.

O tema da socioeducação contribuiu para a formação humanista dos integrantes da Liga, que acabaram ganhando grande conhecimento sobre o assunto, passando a fronteira do senso comum, devido às oficinas ministradas pelo CEDECA, aos estudos

²¹ Dados extraídos no dia 30 de maio de 2016.

individuais e coletivos dentro da agência e ao longo do desenvolvimento e realização prática da campanha. Além disso, formações sobre o tema da socioeducação foram sempre repassadas aos novos integrantes que chegavam à Liga, ampliando ainda mais o debate sobre o assunto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARIA, Sabrina Alves de; ESCOBAR, Karin Alves do Amaral; RIBEIRO, Liliane Rocha. **O Processo de Implementação do Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo**. Niterói, 2009

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

HARMOY, Ana Celina Bentes. **Direitos Humanos e Medidas Socioeducativas: Uma Abordagem Jurídico-Social**. 1. ed. Belém: Movimento República de Emaús; Centro de Defesa da Criança e do Adolescente (CEDECA-EMAÚS), 2008

NIEMEYER, Lucy; PONTE, Raquel. **Identidade corporativa cambiante e o conceito pragmático de fixação das crenças**. e-Revista LOGO. v.3 n.2. 2014. Disponível em: <<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/3082>>.

Acesso em: 31 maio 2016

OLHARES sobre crianças e adolescentes no contexto da violência. Fortaleza: Seminário Mídia, Criança e Adolescente; Fundo das Nações Unidas Para A Infância; Centro de Defesa da Criança e do Adolescente, 2009.

SENA, João; BARROS, Luana; BENTO FILHO, João; BRITO, Roberta; ESTRELA, Cláudio Lucas; FERNANDES, Marina; LEITÃO, Mariana; PARENTE, Iane; SANTOS, Luiza; SANTOS, William; SILVA, Bárbara; SOUZA, Ranniery; PATRÍCIO, Edgard. **Liga Experimental de Comunicação: A Experiência do Palavras de Liberdade e do Informativo Beija-Flor**. Em anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste 2012, Recife. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/expocom/EX32-1310-1.pdf>>

> Acesso em: 31 maio 2016

VERONSE, Josiane RosePetry; LIMA, Fernanda da Silva. **O Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo (Sinase): breves considerações**. Florianópolis, 2009

Coleção Manual de Direitos Humanos - volume 07 Direito Humano à Educação - 2ª edição - Atualizada e Revisada. Novembro 2011