

# Índice

## Realização

Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná e Universidade Federal do Paraná

#### Produção de textos

Aline Michalski

Amanda Audi

Cássia Marocki

lasa Monique Ribeiro

Jéssica Maes

Juliana Blume

Lucas Gandin

Luiza Barreto

Toni Scharlau Vieira

## Projeto gráfico e diagramação

Iasa Monique Ribeiro

# Fotografia

Arquivo do Projeto Nossa Mídia

## **l**ustrações

Victor Audi

Photo sxc.hu

# Logomarca Projeto Nossa Mídia

Juliana Deslandes





4. Introdução

6 Glossário

8 0 que é comunicação

12 O que é Educomunicação

16 Objetivos da Educomunicação

18 Metodologia da Educomunicação

24 Educomunicação e os meios de comunicação

30 Como conhecer e estudar a Educomunicação

32 O que é feito no Brasil

38 Bibliografia e Referências

40 Quem Somos

# Introdução

Esse material busca oferecer apoio a educomunicadores com base nos trabalhos realizados pelo Projeto Nossa Mídia em escolas de ensino Fundamental e Médio de Curitiba e do litoral do Paraná.

A educomunicação é uma vertente da educação que compreende a necessidade de capacitação dos jovens para que tenham uma visão crítica dos meios de comunicação, entendendo a função social, política e cultural da mídia. Outro objetivo da educomunicação é capacitar a comunidade para que produza seus próprios veículos de comunicação, ou seja, educar pela comunicação e para a comunicação.

Aqui você poderá encontrar modelos de metodologia para aplicar em grupos escolares e comunitários, análises sobre os principais veículos de comunicação e como utilizá-los com propósito educacional, além de dicas de bibliografia e onde encontrar mais informações sobre este vasto terreno que é a educomunicação.

O projeto Nossa Mídia atuou em oito escolas nos anos de 2009 e 2010 e é desenvolvido pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná e financiado pelo Programa Universidade Sem Fronteiras da Seti – Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. A coordenação do projeto está a cargo de Mário Messagi Jr. e conta com a colaboração do orientador Toni André Vieira Scharlau. A iniciativa é executada por três bolsistas profissionais e cinco bolsistas estudantes do curso de Comunicação Social da UFPR.





# Glossário

Meio de comunicação onde são inseridos os materiais jornalísticos, publicitários ou institucionais.

veículo

Conjunto de informações que apresentam ao repórter o tema e o contexto da matéria que deve ser feita. Possui sugestão de entrevistados, direcionamento de enfoque, prazo e demais informações.

Primeiro parágrafo do texto que reúne as informações mais importantes sobre o fato ocorrido. Deve responder às seguintes perguntas: O quê? Quem? Quando? Como? Onde? E por quê?

# manchete

Título com maior destaque em uma publicação. Deve ser objetivo, conciso, dizer brevemente o que aconteceu e atrair a atenção do público.

entrevista

Processo através do qual o repórter colhe informações de outra pessoa (o entrevistado). A pessoa que vai ser entrevistada deve ter propriedade sobre o assunto tratado na reportagem (exemplo: um profissional da área ou uma pessoa que vive a situação diretamente).

Processo de disposição do conteúdo (textos e fotos) em um veículo impresso. Layout. diagramação



Identidade visual da diagramação; roteiro de como a diagramação terá de ser feita para que o veículo adquira uma identidade e um perfil próprios.



Seções de um veículo que dividem o conteúdo editoria por áreas de interesse (Economia, Política, Esportes, Cultura, Geral, entre outros).

Ambiente de trabalho dos jornalistas e outros profissionais responsáveis pela produção do veículo. redação

Jornalista responsável pela produção de matérias e reportagens.

repórter

editor

Quem aprova as pautas, revisa os textos corrige e confirma as informações contidas nas matérias.

**fonte** Pessoa que fornece informações ao repórter.

podcast

Produto sonoro veiculado pela internet, de curta duração e sobre um determinado tema. Geralmente um trecho, uma reflexão, uma entrevista ou a locução de informações sobre um assunto específico.

Método de entrevista que é reproduzido e publicado integramente, no formato pergunta-e-resposta.

ping-pong

gancho

Assunto de interesse público, de temática atual ou relevante, que gera uma matéria ou ao qual ela está ligada.

**Effoto** Correção de uma informação que foi publicada erroneamente.



fotojornalismo
Fotografia aplicada ao jornalismo. No fotojornalismo, as imagens complementam a notícia e transmitem informação.

# O que é Comunicação

A partir do momento em que o homem passou a viver junto com outras pessoas, em comunidade, foi necessário criar uma maneira de interação. Isso ocorreu há mais de 300 mil anos, com o desenvolvimento da fala. Desde então, a comunicação se consolidou como ferramenta essencial para a convivência e o entendimento entre as pessoas.

Apesar de a comunicação ser usada diariamente por gente de todas as classes, idades e nacionalidades, não é uma tarefa fácil conceituá-la ou defini-la.

De uma forma simples, a comunicação é uma forma de interação social que ocorre por meio de mensagens, que precisam ter algum sentido. Tratase de um processo de envio e recebimento de informações e ideias entre as pessoas. É a ação de partilhar, de romper o isolamento e produzir um encontro social.

Para haver o processo de comunicação são necessários alguns elementos: o emissor, o receptor, a mensagem e o meio. Um exemplo: quando duas pessoas conversam, a primeira, o emissor, fala algo para a segunda, que é o receptor. A fala é o meio utilizado e o que se diz é a mensagem. O processo de comunicação pode ser demonstrado no esquema a seguir:



Podemos falar em diferentes tipos de comunicação:

- Intrapessoal: é a comunicação de alguém com si mesmo. Podem ser as mensagens que o cérebro envia aos membros e órgãos do corpo ou quando a pessoa "conversa" internamente.
- Interpessoal: ocorre quando alguém se comunica com uma ou mais pessoas, em grupos de poucos participantes - como, por exemplo, uma conversa informal com um amigo.
- Grupal: quando um indivíduo se dirige a grupo de ouvintes, como em uma palestra ou em um culto religioso.
- Intragrupal: é aquela que ocorre no interior de um grupo de vários integrantes, com seus membros conversando um com o outro.
  - Intergrupal: é a comunicação entre dois ou mais grupos de pessoas.
- De massa: é a forma mais ampla de comunicação e geralmente exige a intermediação de um meio, que permitirá ao emissor atingir o maior número de pessoas possível. É chamada de comunicação de massa porque neste modelo ocorre o menor grau de interação entre os indivíduos envolvidos. Por exemplo: emissoras de TV que atuam em rede nacional e falam diretamente a diversos tipos de públicos, sem individualização.

Voltando a falar sobre a história da foram os seus principais marcos...

Depois da 'invenção' da fala, o próximo passo dado pelo homem foi o começo do registro de cenas do cotidiano nas paredes das cavernas. Elas desenhavam situações comuns, como caçadas à animais e símbolos religiosos. As mais antigas datam de cerca de 80 mil anos atrás.

Por volta do ano 3 mil a.C. surgiram comunicação, vamos relembrar quais as primeiras formas de escrita, que facilitaram o processo de registro das ações do homem. Inicialmente em papiro e pergaminho e depois em papel, a palavra escrita tornou-se transportável e permitiu ao homem disseminar ideias e produções de cultura mundo afora.

> Em 1440, Gutenberg criou a prensa de tipos móveis, que agilizou o traba

uma nova era. Agora, em vez de os li- ela pode massificar as culturas popuvros serem escritos à mão, um por um, eles poderiam ser impressos, de maneira muito mais fácil e rápida. Com a imprensa, podemos falar pela primeira vez em comunicação de massa.

vento da **fotografia**. Em 1893 ocorre a suntos levantados pela mídia. primeira transmissão de ondas sonoras, marcando o surgimento do rádio. Dois anos depois, o mundo conhece o cinema. A televisão surge em 1927 e a internet comercial em 1991.

"Era da Comunicação". De um modo emissores originais. É desse modo que ou de outro, os meios de comunica- grupos minoritários da sociedade, freção passaram a fazer parte da vida das quentemente excluídos dos processos pessoas, a mediar a política das socie- de comunicação, têm a oportunidade dades, permitindo uma maior disse- de se tornarem atores ativos e parminação de informações.

A comunicação elimina distâncias, ajuda as pessoas a tomarem conhecimento dos fatos que acontecem no mundo e auxilia os indivíduos a exercerem plenamente as suas cidadanias. Mas há também um lado negativo...

Poucas são as pessoas que têm acesso à produção das informações. Os meios de comunicação ainda estão restritos a grupos pequenos, geralmente aos mais ricos, o que acaba por silenciar as minorias da sociedade.

Assim, os meios de comunicação se tornam responsáveis por alienar as pessoas, produzindo realidades que muitas vezes ocultam uma parte da verdade dos fatos, de modo a atender

lho dos copistas de livros e inaugurou a interesses específicos. Além disso, lares, tornando-as uma coisa única.

Frequentemente, os meios de comunicação deixam de lado as suas funções cidadãs para se tornarem instrumentos de entretenimento. Por fim, Em 1826 uma imagem foi fixada os indivíduos muitas vezes organizam em uma placa fotossensível. Era o ad- o seu dia a dia de acordo com os as-

A Educomunicação vem atuar nesse contexto, na tentativa de tornar o fluxo de informação no modelo chamado "mão dupla", no qual os receptores passam a ser também emissores com O século XX ficou marcado como a o mesmo grau de importância que os ticipantes desse processo. Mas vamos trabalhar melhor esse assunto nos próximos capítulos!



# O que é Educomunicação

A Educomunicação deve ser entendida como um conjunto de ações. Ela é interdiscursiva e interdisciplinar. As áreas são trabalhadas como possíveis e passíveis de complementaridade. Educar através da comunicação, comunicar através da educação.

A proposta principal é refletir sobre como o profissional de comunicação pode contribuir para melhorar os processos educativos em geral e, em contrapartida, como os educadores podem trabalhar melhor com os meios de comunicação. Não é somente uma questão de escola, de prédio ou de política pública – é algo do nível da sensibilidade dos sujeitos.

perfeitos e não problemáticos.

Os meios representam um modo de vida que se mostra como desejável e acabam por estimular necessidades e expectativas irreais e frustrantes sobre utilizar os meios de comunicação os indivíduos. Os educadores têm pa- como forma de ampliar a discussão sopel de "combater" essa característica bre os potenciais humanizadores das dos meios de comunicação - como se áreas em si, aprofundando debates estivessem em permanente disputa que possam tornar mais prazerosas com eles. Disputa pela atenção dos as intervenções educativas, mais coalunos, e também disputa pela hege- nectadas com as histórias de vida dos monia do ato de ensinar.



A maioria das pessoas ainda não veem os meios como dominadores e Um educomunicador precisa contri- problemáticos. É por isso que uma das buir para que haja uma superação da grandes tarefas do educomunicador é ideia corrente de que os meios de co- desarmar a crítica descontextualizada municação são transparentes, quase de grande parte dos educadores e ampliar a discussão crítica sobre o papel dos meios na sociedade com os educandos e as suas famílias.

> Essa é uma estratégia que permite educandos.

## Histórico

gem com o reconhecimento da área universitárias sobre o assunto. de comunicação como campo do saber científico. Isso ocorre, principalmente, a partir dos anos 20 e 30 do século XX.

cientistas de todo o mundo, buscavam cões e formar opiniões cresceu de entender como o povo se mobilizava uma forma grandiosa. e seguia com paixão os novos produtos que atingiam milhões de pessoas ao mesmo tempo, como os jornais, o cinema, o rádio e, posteriormente, a televisão.

Os primeiros projetos relacionando proveito, assim como os comerciantes, a Educação com a Comunicação sur- que chegavam a financiar pesquisas

Durante a 2ª Guerra Mundial, com o avanço do nazismo alemão, a preocupação e o desejo de entender como Vários profissionais, de militares a a comunicação podia capturar as aten-

Antes disso, o presidente norteamericano Franklin Delano Roosevelt utilizou os meios de comunicação, notadamente os impressos e a fotografia, como impulsionadores do New Deal Os líderes políticos queriam en- (política pensada para reinserir segtender o processo para dele tirarem mentos menos favorecidos da socie-

131



dade norte-americana após a grande incentivadores, ainda nos anos 80, os crise de 1929). Através da propaganda professores Adilson Citelli e Ismar de governamental, a população conhecia Oliveira Soares, além da professora cidadãos bem-sucedidos e encorajava- Maria Aparecida Baccega, entre ouse a superar a depressão econômica.

Hitler e seu general da Comunicação, Joseph Goebbels, impressionaram o mundo ao conquistarem países inteiros sem usar armas, somente o uma boa causa.

Após o período de Guerras e de grandes crises mundiais, a Comunicação e a Educação começaram a se aproximar numa perspectiva humanizadora.

Um dos primeiros do Brasil a trabalhar seriamente nessa linha foi o pedagogo Paulo Freire, no final dos anos 1960. Logo a seguir, na década de 1970, o jornalista e professor Mário Kaplun trabalhou com a união dos dois campos das ciências humanas. Ele via a comunicação como ampliadora da educação.

Kaplun, que nasceu na Argentina e trabalhou no Uruguai, propôs muitos projetos de educação através das mídias. Ele foi um verdadeiro pioneiro na construção desse campo do conhecimento, a Educomunicação, termo que chegou a ser adotado oficialmente pela UNESCO na década de 1980.

A experiência brasileira tem como

tros, principalmente aqueles reunidos em torno do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São

Esse núcleo lidera as pesquisas nesrádio e os impressos com propaganda sa área desde o final dos anos 1990, e política. As pessoas educavam-se po- até hoje é referência para quem trabliticamente através dos meios de co- alha com os meios de comunicação e municação – mesmo não sendo por suas interfaces com a educação. Antes do Núcleo propriamente dito houve trabalhos como o intitulado "Cala a boca já morreu" que instituiu muitas práticas educomunicativas no trabalho junto a comunidades.

# **Aplicações**

A prática educomunicativa consiste, principalmente, em promover a educação, a reflexão e o pensamento humanista e crítico através do estudo e da produção de meios de comunicação como alavanca para educar e construir uma sociedade mais humanizadora.

É importante motivar os alunos e professores para que produzam mídia, como um programa de rádio, internet, vídeo e assim por diante, mas tomando o cuidado para que essa produção seja coerente com a verdade e coerente com os anseios de cidadania.

Associar o conhecimento com a cidadania não é tarefa das mais fáceis, mas é possível quando os educandos conseguem ler a realidade através dos meios e estruturam-se para discutir e mudar a realidade interagindo e criticando os meios já conhecidos da grande massa e, também, construindo outros que produzam movimento, reflexão e humanizem ainda mais as relações na escola, na educação e na sociedade em geral.



15



# Objetivos da Educomunicação

O maior objetivo da Educomunicade educação.

Para começo de conversa, deve-se entender qual é o conceito de "cidadão". Cidadania vem da palavra grega "polis" (que significa "cidade"), que, por sua vez, vem de "politikos" ("político", ou, em outras palavras, "ser social"). Nessa concepção, cidadania é de se inserir na sociedade de maneira participativa e não-alienada.

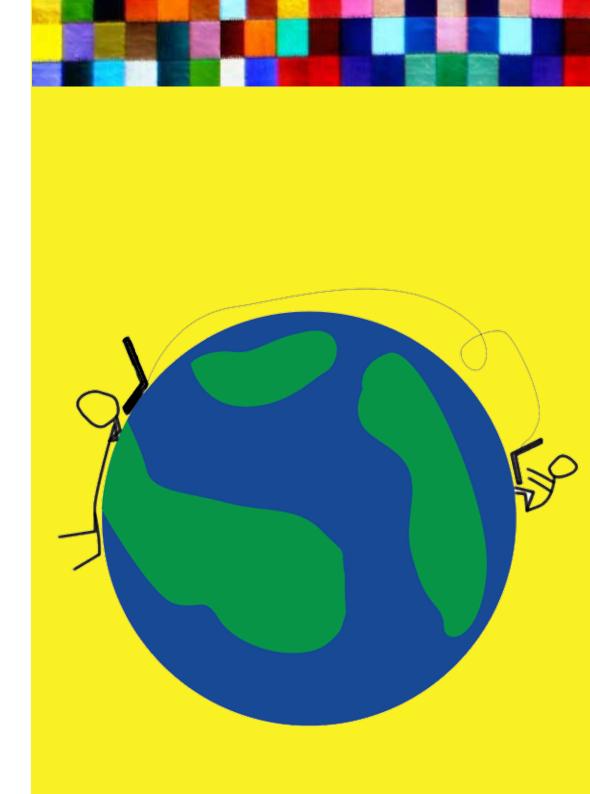
Ser cidadão é diferente de ser "morador da cidade". É ser, principalmente, participante dos processos sociais por que passa a sua cidade, região ou país, ser vista como parte integrante do de maneira ativa, responsável e crítica. dia a dia, como uma ferramenta para É, antes de tudo, ser detentor de in- a integração social, então ela passa formação, saber utilizá-la, pensá-la também a ser encarada com mais nacriticamente e propagá-la.

A Educomunicação visa a emancipação do maior número de pessoas possível não somente as minorias sociais, mas sim a população. É uma maneira de ensinar a pensar, analisar e criticar os eventos que acontecem à nossa volta. Podemos falar na construção de um novo sujeito social. Os educomunicandos passam de "receptores" de informação para emissores de mensagens próprias.

Para o sujeito se tornar participante ção é formar cidadãos críticos e cons- da realidade social que vive, o educocientizados a partir do uso da comuni- municador tem a função de lhe aprecação – teoria e prática – como forma sentar uma forma de conexão com essa realidade. Isso acontece por meio da apresentação de novas tecnologias, de discussões sobre a mídia e seus efeitos e da utilização da comunicação - compreendendo três níveis diferentes: sujeito (comunicação individual), comunidade e nação.

O último fim proposto para a Educoo direito reservado a todas as pessoas municação é a transformação de grupos de pessoas em propagadores de conhecimento. A troca ocorre entre professores, alunos e comunidade, de maneira horizontal – e nunca vertical.

> Quando a comunicação começa a turalidade. E passa a ser usada para a disseminação de informações para todos os setores da sociedade, sem excluídos e sem excludentes.



## 19

# Metodologia da Educomunicação

cação, o mais importante e o que deve educativo – gerador de conhecimento. ser exaltado é o **processo**. O resultado fica em segundo plano.

no diálogo. Um dos fundamentos mais agentes sociais professores, alunos e importantes da Educomunicação é o membros da comunidade educativa. de que o conhecimento não pode ser É também um direito deles que sejam entendido como algo a ser transmitido capacitados para o uso desses recurpelos educomunicadores ao educomu- sos a partir de perspectivas dialógicas, nicandos, mas sim algo a ser construído dialéticas e participativas. com a participação de todos.

fazendo-os se sentirem capazes de mediação tecnológica. agir em seu meio, aprender, gerar e transmitir conhecimento.

mos 40 anos foram sendo construídos os ou de promoção de marketing. princípios gerais que acabaram por caracterizar a ação educomunicativa. Vamos abordá-los de forma breve, visando um direcionamento para as práticas que descreveremos a seguir.

O **primeiro princípio** geral é a visão da essencialidade da comunicação nas relações educativas. Ou seja: a comunicação e os veículos deixam de ser um recurso, apenas, para se tornar

O principal trabalho na Educomuni- uma condição essencial ao processo

O segundo é o reconhecimento do direito dos agentes sociais ao acesso O trabalho deve ser sempre focado aos recursos da informação, sendo os

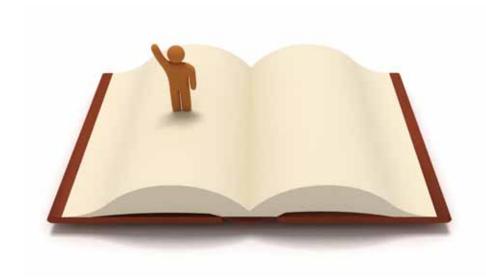
O terceiro princípio é a gestão Essa cartilha busca delinear alguns democrática dos procedimentos e caminhos possíveis a serem adapta- recursos da informação. O sistema dos para cada realidade. A Educomu- educativo e suas relações devem ser nicação busca desenvolver cidadãos, democratizados, inclusive, através da

O quarto, de grande importância, objetiva dispor a prática comunicativa a Como já foi esclarecido por Ismar servico da promoção da cidadania ande Oliveira Soares, ao longo dos últi- teriormente aos processos persuasóri-

> E o quinto, finalmente, é o de eleger procedimentos participativos em toda a ação, promovendo a ampliação das formas de expressão possíveis.

> Nossa metodologia é baseada na visão de que a Educomunicação consiste em três propósitos:

- Educar para a mídia. Ou seja, aprimorar e desenvolver uma visão crítica sobre os conteúdos da mídia, preparando as pessoas para o recebimento da informação. Esse processo acontece com o entendimento da produção de conteúdos, dos seus formatos, linguagens e de algumas questões estruturais da dinâmica produtiva dos meios de comunicação. Ele pode ser trabalhado com explicações teóricas sobre a produção dessas matérias, exercícios de "desconstrução" de matérias e de produção de conteúdos.
- Educar por meio da mídia. Utilizar os meios de comunicação como ferramentas complementares na sala de aula e na abordagem de conteúdos. Outra forma de trabalhar a mídia é utilizando-a como contraponto ao "saber oficial escolar", apresentando alternativas e propondo reflexões.
- Educar com a mídia. Produzir conteúdo informativo e reflexivo, capacitando os envolvidos a criar um veículo (comunitário ou independente) e possibilitando a prática da livre forma de expressão, objetivando sempre gerar conhecimento, dialogar com a comunidade e desenvolver a participação cidadã.



quistar um espaço de confiança entre todos os integrantes. Esse processo é importante porque garante a entrega e a sinceridade com a qual os debates,

as críticas e as propostas práticas serão trabalhados.

Nossa Mídia, os planejamentos desen-

volvidos pelos oficineiros e educomuni-

cadores procuram iniciar uma conversa

aberta na sala de aula. O objetivo prin-

cipal dos primeiros momentos é con-

20

O educomunicador precisa quebrar as distâncias entre o seu universo e os universos dos educomunicandos. para que a relação de troca de informações seja direta, efetiva e honesta. O que os integrantes assistem, leem, ou em que sites navegam pela internet? Por quê? O que os atrai? Esses conteúdos abordam temas de interesse na vida deles? Esses temas são tratados da forma como eles os vivenciam? Quais os problemas com esses programas?

A adaptação do planejamento da educomunicação ao perfil de cada turma, contemplando sua realidade, seu contexto, sua faixa etária e seus assuntos de interesse é de extrema importância para o sucesso das discussões e o desenvolvimento de um olhar crítico consciente e verdadeiro. Para isso. pode-se usar de dinâmicas de grupo ou

Durante os trabalhos do Projeto discussões livres cujo tema parta dos próprios participantes.

> Durante as atividades do Nossa Mídia, percebemos a importância das práticas a seguir, que costumamos trabalhar em sala de aula. São atividades simples que incitam a discussão e a reflexão ao mesmo tempo em que capacitam os integrantes à produção da informação.

- Apresentação de vídeos e reportagens que inspirem uma discussão crítica, ou as diferentes abordagens de um mesmo fato por diversos veículos de comunicação. Em 2010, ano de eleições, foi bastante produtiva a apresentação de matérias de emissoras concorrentes de tevê sobre determinadas ações dos candidatos à presidência. Quais informações um veículo abordou e o outro não? Qual a visibilidade conferida por cada um deles? O que essas diferenças podem apontar? Essas discussões são interessantes para compreender que a mídia não apresenta a "verdade", mas sim uma interpretação dos fatos.
- Trabalho com jornais locais. Com quais temas os integrantes estão familiarizados? Qual a visão deles sobre a reportagem produzida pelo veículo? De que informações eles sentem falta?
- Desconstrução de matérias. Realizamos atividades intituladas "Desconstruindo a matéria", cujo objetivo principal é entender como ela foi feita. Esse processo permite percebermos as questões que afetam a sua produção, além de podermos indicar caminhos possíveis de produção dos alunos. Questionamos se os jornalistas dão sua própria opinião; quem são os entrevistados; se existem dados estatísticos na reportagem; etc.



## Realização de micro-oficinas direcionadas:

- Fotografia e fotojornalismo: exercícios de captação de imagens e análise de fotografias em jornais e informativos; comparação do uso da imagem; análise da importância da fotografia na mídia.
- Diagramação: exercícios de técnicas de disposição de conteúdo; elaboração e análise de projeto gráfico; capacitação para o uso de softwares de diagramação.
- Produção de texto: como escrever um texto jornalístico; tipos de textos jornalísticos; princípios de edição.
- Entrevistas: como fazer uma entrevista; que caminhos seguir; como elaborar roteiros de perguntas.
- Elaboração de pautas: o que é interessante de ser pautado? Sobre o que devemos falar? O que é interessante que seja abordado? De que forma a abordagem dessas informações poderá contribuir para a sociedade?
- Como desenvolver um programa de rádio: textos, técnicas, público e veiculação.
- Como desenvolver um programa de televisão: textos, técnicas, público e veiculação.
- Proposta de criação de uma edição de um veículo. Durante as oficinas do Projeto Nossa Mídia, os educomunicadores apresentam a possibilidade de criar, como produto final das atividades, uma edição de um jornal impresso, de programa de rádio ou de tevê ou de um blog, cujo conteúdo é produzido pelos integrantes da oficina. O objetivo, além de contemplar na prática os ensinamentos sobre a produção da informação, é capacitá-los para a expressão própria e oferecer os subsídios necessários para a criação, se for de interesse, de veículos comunitários e independentes que continuem mesmo após o término da oficina.

mente relacionada à realidade de diversificada que tem acesso à intercada turma. Uma escola cujo grêmio net pode ser a sugestão da criação de é ativo pode, por exemplo, manifestar um veículo de plataforma virtual que interesse em fazer um rádio-jornal aborde diversos formatos (podcasts, que veicule na própria escola, durante vídeos, fotos e texto), divididos por os intervalos. Educomunicandos com grupo. Essa opção exige um trabalho maiores hábitos de leitura podem se de planejamento que contemple a sentir inclinados à produção de um participação de todos os integrantes veículo impresso, enquanto os que em todas as formas de produção retêm acesso frequente à internet cos- alizadas. Essa atividade é dividida em tumam optar por blogs.

A opção por um veículo é intima- Uma boa opção para uma turma quatro etapas:

- 1. Escolha do veículo. A escolha deve ser feita em comum acordo entre todos os participantes da oficina. Deve contemplar os interesses dos educomunicandos.
- 2. Levantamento de pautas. A Educomunicação, por sua relação íntima com a participação cidadã, incentiva que a produção priorize os valores locais e a realidade social local, sem tentar apenas copiar os grandes veículos de comunicação e utilizando do seu próprio repertório. Neste momento, não apenas os temas devem ser decididos, mas é interessante que também se discuta em grupo o que se deseja saber sobre aquele assunto. Seguindo o modelo de produção de uma pauta jornalística, os alunos podem coletar informações já existentes sobre o tema, decidir as perguntas e as pessoas a serem entrevistadas e determinar os locais de pesquisa possíveis.
- 3. Produção. A partir da decisão do material e dos conteúdos, os alunos são encaminhados para a realização de entrevistas, pesquisas e produção do texto. É interessante que os participantes possuam um acompanhamento para se sentirem mais seguros e tirarem dúvidas, mas que realizem as atividades de maneira livre.
- 4. Fechamento/avaliação. Nessa etapa, a produção e o material produzido são avaliados pelos educomunicandos e educomunicadores. Os integrantes são questionados sobre como foi fazer a produção, o que eles perceberam, gostaram, pensam que poderia ter sido diferente. Os alunos se sentem assim participantes, percebem que podem questionar assuntos de sua realidade, expressar o que pensam e transmitir conhecimento aos outros.

# Educomunicação e os meios de Comunicação

Neste capítulo, buscamos trazer conceitos gerais sobre os principais formatos de veículos de comunicação, além de algumas maneiras de aplicá-los, em ambiente comunitário, a partir da visão da educomunicação.

## **IMPRESSO**

Por ser um material barato e acesà leitura.

Exemplos de aplicações: em uma comunidade, pode-se trabalhar um informativo com notícias locais que sejam de interesse geral. Outro eà criação de um jornal produzido pe- vantes ao seu público leitor. Os assunpressar junto aos professores e cole- esportes, cultura, economia, política, gas sobre os assuntos que vivenciam sociedade... Para selecionar quais asno dia a dia escolar.

## Jornais

O jornal surgiu 1440, com a invensível, é possível usar materiais impres-ção da prensa de Gutemberg, a partir sos (jornais, murais, revistas, etc.) em da necessidade de se trocarem inqualquer oficina de educomunicação, formações entre as pessoas de ma-Assim pode-se fazer a análise da for- neira prática e ágil. No século XVII ma e do conteúdo simultaneamente começaram a aparecer os primeiros veículos periódicos. Durante toda a sua história, o jornal foi fundamental para levar as informações de um lugar

No jornal, as notícias tratam de asxemplo é o incentivo, em uma escola, suntos diversos, desde que sejam relelos alunos. Assim eles podem se ex- tos são divididos em editorias, como suntos serão abordados no jornal, os jornalistas tomam por base os valoresnotícia, que são os fatores que tornam aprofundados e muitas vezes mais aquele fato algo importante o suficien- longos do que os de um jornal, já que te para que precise ser contado para os leitores apenas consomem as reoutras pessoas.

Atualmente, com a internet e os novos meios de comunicação, os jornais precisaram se modernizar. Como o Informativos acesso às informações está cada vez mais fácil – agora dá para ler notícias na internet, ouvi-las no rádio do carro, etc. – os meios impressos tiveram que se valer de informações privilegiadas aos seus leitores. Assim, além dos fatos ocorridos no dia a dia, o jornal busca atrair o público com análises mais aprofundadas e contextualizadas das notícias, reportagens que interessam a determinados grupos de pessoas apenas, entre outros.

vistas que contenham assuntos que os interessem.

O informativo é uma publicação impressa sem periodicidade definida, cujo objetivo é informar sobre assuntos pontuais, como por exemplo cuidados de saúde ou informações de trânsito. Difere do impresso publicitário por ser feito por jornalistas e não visar ao lucro.

## Revistas

São publicações periódicas, geralmente mensais ou semanais, de conteúdo jornalístico ou de entretenimento. Por não serem publicadas com tanta frequência, contêm assuntos menos factuais que os jornais.

Existem revistas mais gerais, que tratam dos assuntos mais importantes da semana, por exemplo, mas a maioria delas é direcionada a um determinado tema. Temos revistas voltadas ao público masculino ou feminino, jovem ou adulto, além de revistas sobre educação, gastronomia, carros, arte...

Os textos geralmente são mais



## **RÁDIO**

bastante democrático, pois não de- do Canadá pode ser acessada no Brasil pende da capacidade de leitura das e vice-versa. pessoas. Ele também é mais acessível. principalmente por ser mais econômico: para ouvir rádio, só é necessário possuir um aparelho para captar o sinal. Com a invenção do rádio, nasce o conceito de meios de comunicação de massa.

radiofônico depende de concessões, monta um programa, como pautas são que são cedidas pelo governo de acor- levantadas e apuradas e quais os fordo com o que é considerado interesse matos que podem ser usados no rádio. ou não do público. Ou seja, embora a O aluno treina a locução e a desenvolprodução demande nada mais do que tura ao apresentar as notícias. os equipamentos certos, a retransmissão é regulamentada de forma que poucos conseguem de fato difundir seus conteúdos. Isso contribui para que o cenário dos meios de comunicação de massa seja pouco democrático.

As tentativas de popularizar os meios de comunicação de massa são frustradas pelas grandes empresas da área de comunicação, que acabam monopolizando os conteúdos para seus interesses, moldando em volta disso o que deve ser transmitido.

A web rádio ou rádio via internet é uma alternativa à dependência das concessões. O custo para criação de uma web rádio é inferior ao custo de criação de uma rádio tradicional e o al-

O rádio é um meio de comunicação cance é global; uma rádio universitária

O educomunicador pode incentivar a criação de uma rádio que transmita conteúdos que contemplem a realidade de uma comunidade. Por exemplo, é possível orientar os alunos de uma escola a fazer notícias que serão veiculadas na hora do intervalo das Apesar disso, a difusão de conteúdo aulas. Assim eles descobrem como se

Com a TV. acontece a mesma coisa. Com a necessidade de concessão. poucas emissoras são responsáveis por produzir todo o conteúdo transmitido na TV aberta, ou seja, as grandes empresas acabam por monopolizar o espaço.

Com uma TV, ou até mesmo com vídeos da internet, é possível analisar a forma e o conteúdo dos diferentes telejornais de diferentes emissoras, e comparar a abordagem das notícias com outros veículos.

As atividades teóricas e práticas com

o vídeo trazem valorização do indi- sente na escola ou até mesmo de um víduo da comunidade (para muitos é computador portátil levado pelo edua primeira vez que se mostram e que comunicador. Comparar a produção alguém os vê em destaque), exercício jornalística de diferentes lugares do de expressão corporal, exercício do o- mundo é bem mais simples através do lhar, pesquisa sobre o assunto aborda- uso da internet, por exemplo. do (agui a interdisciplinaridade entra outra vez), produção e elaboração de além da produção em si para alimenroteiro, sistematização da informação tá-lo, um blog ou site mantido pelos na hora da edição e atuação do edu- educomunicandos possibilita a eles comunicando como mobilizador da praticarem constantemente os concomunicação.

Por não precisar de outros recursos ceitos aprendidos.

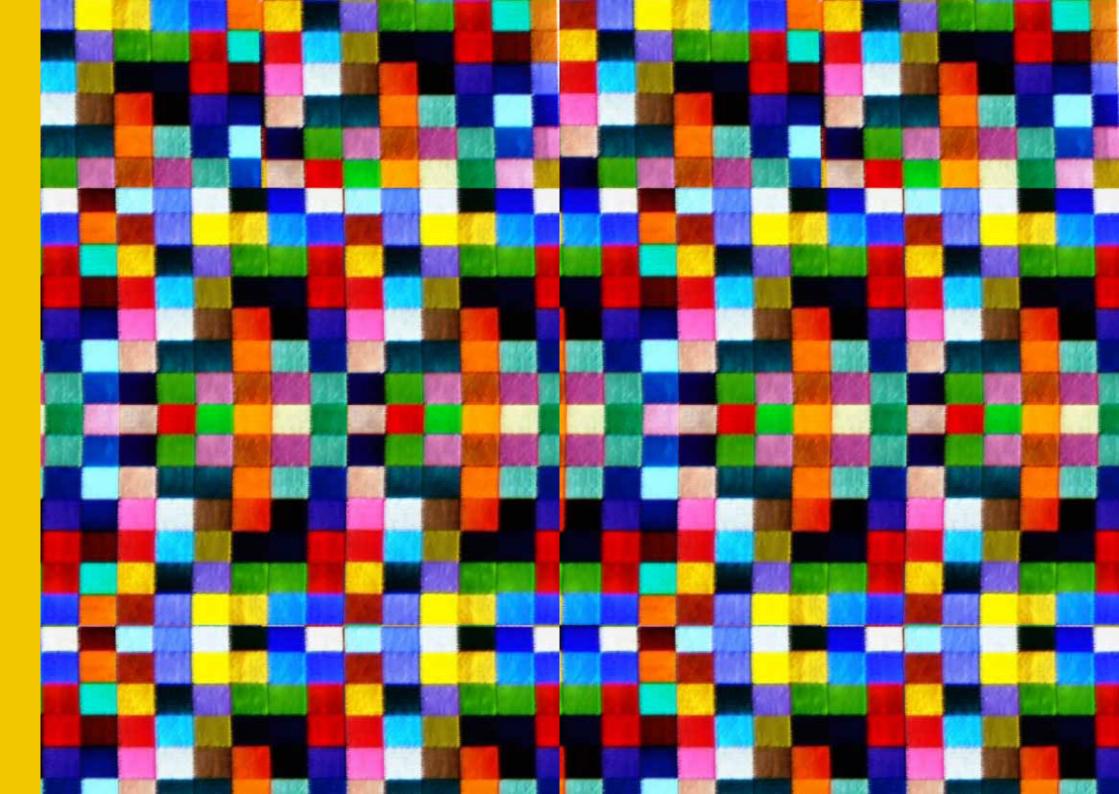
## INTERNET

A internet se popularizou como meio de informação e comunicação a partir dos anos 1990. Com ela, é possível acessar conteúdos de todo o mundo, onde quer que você esteja. Porém, para isso, é preciso um computador e uma conexão com a web, o que torna a internet um meio não tão acessível quanto o rádio, por exemplo.

A produção de conteúdo para internet, no entanto, é a mais democrática entre os meios já citados. É gratuita e não depende da autorização do Estado ou de alguma autoridade. Além disso, a rede mundial de computadores dá suporte aos mais diversos tipos de mídia, como vídeos, gravações em áudio, animações digitais e texto simples.

Em uma oficina de educomunicação, é possível selecionar diferentes tipos de conteúdo para serem analisados junto aos educomunicandos, através de um laboratório de informática pre-





# Como conhecer e estudar a Educomunicação

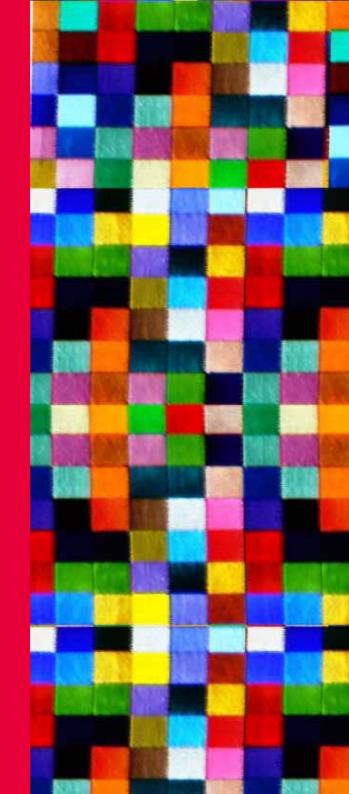
A Educomunicação ainda é pouco discutida e praticada no Brasil, mas alguns lugares já têm centros de estudos sobre o assunto. A Universidade de São Paulo (USP) oferece o curso de licenciatura. Já a Universidade Católica de Goiás (UCG) apresenta o bacharelado.

Ambos os cursos têm programas de estágio (obrigatório) e apresentação de trabalho de conclusão. A maioria das disciplinas é voltada para a área de educação, mas há também matérias de comunicação, como produção de textos, fotografia, entre outros.

Muitos teóricos da educomunicação expõem as suas obras na internet. Ismar de Oliveira Soares, o coordenador do núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da USP e um dos maiores teóricos sobre o assunto, têm alguns de seus textos reunidos no site do núcleo (http://www.usp.br/nce/aeducomunicacao/).

Além disso, vários livros sobre o assunto estão disponíveis nas melhores livrarias – tente as especializadas em comunicação ou Educomunicação. Não tem erro.

A Educomunicação é um terreno amplo, interessante e que pode gerar diversas discussões – principalmente por ser uma área relativamente nova e que pode ser estendida a vários ramos diferentes, mas sempre de maneira a contribuir com o social.



### 33

# O que é feito em Educomunicação no Brasil

#### **AMAZÔNIA**

\* Agência Uga-Uga de Comunicação

O Projeto Escola Cidadã foi criado com o objetivo de capacitar, em metodologias de educomunicação, professores e alunos da rede pública de ensino de Manaus para a melhoria do ensino-aprendizagem.O primeiro tablóide escolar produzido por adolescentes e jovens, o Jornal Uga-Uga originou-se do Projeto Jornal na Escola, uma ação desenvolvida, em 1997, tem como objetivo desenvolver uma ferramenta de comunicação gerenciada por jovens e adolescentes da rede pública de ensino de Manaus e voltada para esse mesmo público. www.agenciaugauga.org.br

#### **BAHIA**

\* Movimento de Educação Comunitária – MOC

Partindo de algumas experiências iniciais que visavam promover a participação de crianças e adolescentes do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI) em programas de rádio veiculados em emissoras comunitárias e no jornal Giramundo, atualmente está desenvolvendo uma proposta de introduzir a educação pela e para a comunicação no ensino público das escolas do campo, onde já há uma forte atuação do Programa de Educação do Campo.Construção de mídias educativas como programas de rádio e boletins, estimulando a participação ativa de crianças e adolescentes e a reflexão crítica dos conteúdos veiculados na grande mídia fazem parte das ações de educomunicação no Campo. www.moc.org.br

\* Cipó Comunicação Interativa

Pelo Projeto Escola Interativa alunos e professores se envolvem na produção de peças de comunicação (ensaios fotográficos, vídeos, cartazes, história em quadrinho, site) e geram novos processos de educação e/ ou de mobilização social. www.cipo. org.br

#### CEARÁ

\* Com Cultura - Comunicação e Cultura

O Comunicação e Cultura tem como missão atuar em escolas - principalmente públicas - para promover a formação cidadã das crianças e adolescentes e contribuir para a melhoria da qualidade do ensino, através da publicação de jornais escolares e estudantis. O Programa Escola de Cidadãos é formado por dois projetos: O Primeiras Letras apoia a publicação de jornais que resultam do trabalho em sala de aula no ensino fundamental e no ensino de jovens e adultos. O jornal é editado por professores(as), com textos e desenhos dos alunos(as). O projeto beneficia, atualmente, 893 escolas de 112 municípios no Ceará. O Clube do Jornal apoia a publicação de jornais estudantis editados com autonomia por adolescentes do ensino médio. Assim, promove a escola democrática através da liberdade de imprensa e do protagonismo juvenil. O projeto beneficia, atualmente, 94 escolas públicas de 33 municípios no Ceará. www.comcultura.org.br

\* Catavento Comunicação e Educação www.catavento.org.br/index.asp

#### MARANHÃO

\* Matraca - Agência de Notícias da Infância www.matraca.org.br

#### **MINAS GERAIS**

\* Oficina de Imagens

O projeto Latanet - da latinha à internet é uma proposta pedagógica que une o currículo escolar, mídia, cidadania e o cotidiano do estudante. Promove a inclusão das linguagens e tecnologias da comunicação (fotografia, rádio, jornal, TV, Internet) no ambiente escolar, atraindo e provocando a participação na comunidade e a criação de rede de intercâmbio de informações entre jovens e educadores de diferentes escolas. Desde 2002, o projeto Latanet trabalha com professores e alunos de 32 escolas na rede pública municipal de educação de Belo Horizonte. www.oficinadeimagens.org.br

#### PARÁ

\* Projeto Saúde & Alegria - A Rede Mocoronga de Comunicação Popular

Tem foco no protagonismo juvenil e na cidadania por meio da Educomunicação - produção de jornais, vídeos e programas de rádio, difundindo informações e a cultura das comunidades dos municípios de Santarém e Belterra, ambas no Pará. www. saudeealegria.org.br

#### PARANÁ

#### \* Olho Vivo

Minha Vila Filmo Eu é um projeto voltado para jovens da comunidade Vila das Torres, em Curitiba-PR. Estes jovens entram em contato com as técnicas e a narrativa do audiovisual. Através deste curso de vídeo gratuito as crianças selecionadas aprendem a contar histórias com uma câmera digital, com foco sobre seu cotidiano e a realidade do local onde moram. www.projetoolhovivo.com.br

#### \* Ler e Pensar

34

O projeto Ler e Pensar é um projeto de incentivo à leitura desenvolvido desde 1999 em escolas públicas e particulares do Paraná. A proposta é incentivar o hábito da leitura na escola utilizando o jornal como um recurso pedagógico complementar. http://portal.rpc.com.br/instituto/projetos/index.phtml?menu\_id=64&pai=true&id=64

#### \* Ciranda - Central de Notícias dos Direitos da Infância e da Adolescência

Jovens em privação de liberdade e de bairros com altos índices de violência de Curitiba e região metropolitana participam das oficinas do projeto Luz, Câmera...Paz! Por meio de jornais e vídeos, os jovens tomam frente nas ações e debates e se afirmam como protagonistas na construção da paz. Pelo projeto Navegando nos Direitos, desenvolvido em Paranaguá-PR estudantes da rede municipal e estadual de ensino produzem jornal e reportagens sobre o enfrentamento à violência sexual infanto-juvenil.O programa Catavento, de erradicação e prevenção ao trabalho infantil, traz a educomunicação para crianças e jovens em atividades sócio-educativas. www. ciranda.org.br

#### \* Cefuria - Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo

O CEFURIA é uma organização sem fins lucrativos com a finalidade de fortalecer a organização popular e as lutas do povo por melhores condições de vida e o objetivo de construir o protagonismo popular, contribuir na formação da cidadania plena, ajudar o povo a ter vez e voz. Para isso o CEFURIA promove curso e debates, acompanha grupos de base, realiza o registro das lutas em vídeos e materiais impressos, disponibiliza subsídios temáticos para estudo e pesquisa e apoiando as mobilizações sociais. www.cefuria.org.br/site/home/index.php

#### **PERNAMBUCO**

\* Auçuba - Comunicação e Educação

O Projeto Escola de Vídeo visa desenvolver o senso crítico e a criatividade de

jovens, utilizando a comunicação numa perspectiva educativa. O objetivo é intervir na comunidade, implementando núcleos de comunicação em escolas públicas municipais e estaduais por meio de vídeo realizado pelos alunos. www.aucuba.org.br

#### **RIO DE JANEIRO**

\* Bem TV - Educação e Comunicação

O projeto Olho Vivo viabiliza processos educativos para adolescentes das comunidades da Grota, Morro do Preventório e Jurujuba, em Niterói. A prática da educomunicação é utilizada para levantarem (a partir de imagens) a memória do local onde moram e o diagnóstico da situação de vida na região. Os jovens são sensibilizados a intervir positivamente da realidade social por meio da prática da comunicação. Pelo projeto Educomunicar professores de escolas públicas de Niterói são capacitados a trazer a comunicação para sala de aula. www.bemtv.org.br

#### \* Centro de Criação de Imagem Popular – CECIP

Com o projeto Botando a Mão na Mídia, crianças e jovens trabalham a leitura crítica da mídia, especialmente da televisão e o vídeo.Pelo projeto Jornal Internacional de Bairros - JIB, em oficinas prático-teóricas de vídeo, jovens de escolas da rede pública de ensino e de grupos culturais organizados são capacitados a produzir sua própria informação. www.cecip.org.br/

#### \* Observatório de Favelas

O objetivo maior do projeto Escola Popular de Comunicação Critica é contribuir para a ampliação do exercício da cidadania dos adolescentes e jovens de comunidades populares do Rio de Janeiro por meio de acesso à diferentes linguagens no campo de comunicação e da cultura, cursos de caráter profissionalizante no campo da mídia impressa; da mídia em internet; da produção em Vídeo, em fotografia e em rádio comunitária e o registro das práticas cotidianas presentes nas comunidades populares. www.observatoriodefavelas.org.br/observatorio/projetos/

#### RIO GRANDE DO NORTE

\* Instituto Terramar Educomunicação

Práticas de rádio-escola entre alunos de duas escolas municipais de Natal-RN para a capacitação dos alunos para todo o processo de produção e apresentação de um programa de rádio e produção de fotografias pelos jovens em privação de liberdade para demonstrar suas visões de mundo e colocar em cada imagem um pouco deles, de suas histórias de vida. www.ciaterramar.org.br/2007

### SÃO PAULO

36

\* Aprendiz - Cidade Escola

A Cidade Escola Aprendiz nasceu do site Aprendiz. Inicialmente era um programa educativo de comunicação, no qual jovens produziam reportagens com o foco em Direitos Humanos. Jovens participantes de atividades da organização Cidade Escola Aprendiz produzem vídeos sobre responsabilidade social para o site Aprendiz, com o objetivo de disseminar diversas soluções criativas de educação. http://aprendiz.uol.com.br/content/phiphopoke.mmp

\* Núcleo de Comunicação e Educação da USP - NCE USP

Por meio de projetos como o Educom-TV, Educom.rádio, professores e alunos da rede municipal de ensino de São Paulo são capacitados a utilizarem linguagens audiovisuais em sala de aula na perspectiva da educomunicação. O objetivo das práticas é combater a violência e favorecer a construção de uma cultura de paz. www.usp.br/nce

#### \* Movimento Um Milhão de Histórias de Vida de Jovens

Jovens de todo o Brasil iniciaram o movimento Um Milhão de Histórias de Vida de Jovens, que tem como objetivo mobilizar muitos outros jovens para contar e divulgar suas histórias, e assim alterar a forma como a sociedade vê e age em relação à juventude histórias são publicadas pelos próprios jovens em um ambiente virtual e divulgadas através de boletins, peças de teatro, vídeos e programas de rádio. www.museudapessoa.net/MuseuVirtual/home/resources/homesPublicadas/MVHM\_23.html

\* Rede de Comunicação, Educação e Participação – REDE CEP

A Rede de Comunicação, Educação e Participação - Rede CEP - foi constituída em setembro de 2004 e hoje reúne dez organizações, um centro de pesquisa e dois colaboradores com vasta experiência nas áreas de Comunicação, Educação e Participação (a chamada educomunicação). O objetivo do trabalho em rede é promover, qualificar e disseminar as metodologias das organizações, como forma de influenciar a sua adoção por políticas públicas dirigidas, prioritariamente, a crianças e jovens de todo o Brasil. www.redecep.org.br



# Sugestão de bibliografia

38

- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina. Comunicação e Educação: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker. 2001.
- © CITELLI, Adilson. Comunicação e educação: a linguagem em movimento. São Paulo: SENAC, 2000.
- © CITELLI, Adilson. Meios de Comunicação e práticas escolares. Revista Comunicação e Educação. jan./abr., p. 30-36. São Paulo, USP, 2000.
  - COSTA, Sílvia. Jornal na Educação. Santos: Comunnicar, 1997.
- DOWNING, John D. H. Mídia Radical Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.
  - FARIA, Maria Alice. O jornal na sala de aula. São Paulo: Contexto, 1996.
- FREIRE, Paulo. Educação como prática da liberdade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- FREIRE, Paulo. Pedagogia da esperança: um reencontro com a Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
  - FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.
- FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação?. 13. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. (O Mundo Hoje, 24).
- KAPLÚN, Mario. Processos Educativos e Canais de Comunicação. In: Revista Comunicação & Educação, São Paulo, Editora Moderna (14), jan/abr 1999, pp. 68-75.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MELO, José Marque de. Para uma leitura crítica dos meios de comunicação. São Paulo: Edições Paulinas, 1991.
  - MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à Educação do futuro. São Paulo:

Cortez; Brasília: Unesco, 2003.

- PONTUAL, Joana Cavalcante. O jornal como proposta pedagógica. São Paulo: Paulus, 1999.
- PONTUAL, Joana Cavalcante. Educomunicação: um campo de mediações. In: Comunicação & Educação. São Paulo, ECA/USP-Editora Segmento, Ano VII, set./dez. 2000, no. 19, pp. 12-24.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Educação à distância como prática educomunicativa: emoção e envolvimento na formação continuada de professores da rede pública. Revista USP. São Paulo: n. 55, 2002. p. 56-69.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Caminhos da Educomunicação. Coord. 2.ed. São Paulo: Editora Salesiana, 2003.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. Comunicação & Educação. São Paulo: Segmento, v. 7. n.19. p. 12-24. set./dez. 2000.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão Comunicativa e Educação: caminhos da Educomunicação. Comunicação & Educação. São Paulo: Salesiana, v. 8. n. 23 p. 16-25. jan./abr. 2002.

# Quem Somos

#### COORDENADOR

#### Mário Messagi Jr.

Jornalista. Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. É professor do Departamento de Comunicação da UFPR. Atualmente, é assessor de Comunicação e Marketing da UFPR. Atuante no Meduc - Mídia, Linguagem e Educação.

#### ORIENTADOR

#### Toni André Scharlau Vieira

Jornalista, Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professor adjunto no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Trabalhou em várias instituições de Ensino Superior em São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul. Atuante no Meduc - Mídia, Linguagem e Educação.

#### **BOLSISTAS**

#### Amanda Ferné Audi

Jornalista formada pela UFPR em 2010. Foi editora do jornal laboratório e editorachefe do telejornal laboratório da Universidade. Trabalhou com televisão, rádio, assessoria de imprensa e veículos impressos.

#### **Lucas Gandin**

Formado em Jornalismo em 2005 e em Relações Públicas em 2008 pela UFPR. É aluno do Mestrado em Comunicação e Sociedade da UFPR. Trabalhou com assessoria de comunicação e imprensa.

#### **Iasa Monique Ribeiro**

Jornalista formada pela UFPR em 2009. Foi editora web da rádio laboratório e secretária de redação do jornal laboratório online da Universidade. Trabalhou com rádio, assessoria de imprensa, diagramação, fotografia e edição de veículos impressos.

#### Aline Michalski

Estudante do curso de Jornalismo da UFPR. Foi editora do jornal laboratório da universidade.

#### Bruno Barbosa Calzavara

Estudante do curso de Jornalismo na UFPR. Fez estágio na Ciranda – Central de Notícias da Criança e do Adolescente.

#### Luiza Barreto

Estudante do curso de Jornalismo na UFPR. Trabalha também como fotógrafa. É repórter do jornal laboratório da Universidade.

#### Cássia Laiz Marocki

Estudante do curso de Jornalismo da UFPR. É repórter do jornal laboratório da Universidade.

#### Juliana Almendra Blume

Estudante do curso de Jornalismo da UFPR. Fez programa de intercâmbio nos Estados Unidos, quando teve contato com pessoas de vários países e culturas. É repórter do jornal laboratório e editora do telejornal laboratório da Universidade.

#### Jéssica Maes

Estudante do curso de Jornalismo da UFPR. É repórter do jornal laboratório da Universidade.

#### **Bruna Bill**

Formada em Jornalismo pela UFPR em 2008. Trabalhou em diversas áreas como reportagem, meio ambiente e educação, principalmente na internet e no jornalimo impresso.

#### Michele Torinelli

Formada em Jornalismo pela UFPR em 2008. Trabalhou em produções de curtametragens, edição de vídeo para televisão e faz parte do Coletivo Soylocoporti.

