

## **Propaganda na Educação: Programa Jornal na Escola**

Trabalho apresentado ao NP II – Comunicação Educativa, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

Marco Antonio Batan

Professor e pesquisador da Universidade Católica de Santos - Unisantos

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Publicitário, economista, professor do programa de pós-graduação e coordenador da Cátedra Giusfredo Santini de Comunicação da Unisantos.

### **Resumo**

Previsto inicialmente como incentivador da leitura crítica através da confrontação de notícias de fornecedores diferentes, o Programa Jornal na Escola propunha interferir no hábito de leitura dos jornais. A implementação do projeto através de um único veículo de comunicação para cada público específico representou um desvio dos propósitos iniciais. Apesar disso, continua o Programa a ser considerado como propulsor de cidadania mesmo quando atinge um público cativo ao qual não foi destinado originalmente e da retórica que propaga.

### **Palavras-chave**

Propaganda; Jornalismo; Cidadania; Jornal Escola, Persuasão

A década de oitenta marca o aparecimento de projetos que visam utilizar o jornal impresso como auxiliar no esforço para melhorar o ensino e a aprendizagem nas escolas do ensino fundamental e médio das redes de escolas públicas e particulares por todo o Brasil.

Como o jornal era visto pelos educadores como um excelente meio para o discurso informativo escrito, o projeto de alguns veículos de comunicação se apresentou como base para melhorar a leitura dos estudantes de uma forma que tornasse a tarefa mais interessante e atualizada, em contraposição ou complemento ao livro didático. A consequência disso seria uma abertura dos jovens para a realidade regional e local, que é onde este meio de comunicação exerce o seu domínio. Os professores receberam bem a idéia do programa de ensino como demonstram os resultados das pesquisas desenvolvidas pelas empresas jornalísticas que o implantaram e pesquisas de estudiosos de comunicação. A proliferação de projetos desse gênero, pelo país, na década de noventa, já demonstra o conceito de credibilidade desfrutado por este meio de comunicação que é somente comparável ao do livro, superando-o no quesito atualidade.

Em 1981, a partir das estatísticas da UNESCO que indicam uma diminuição entre 1960 e 1970 de cerca de 500.000 exemplares na categoria dos jornais diários brasileiros e a comprovada queda acentuada do hábito de leitura de jornais em São Paulo, José Marques de Melo propõe a utilização dos jornais diários e revistas semanais como motivadores das disciplinas convencionais em sala de aula (MELO,1981, p. 68-80). Para ele, a comparação entre diferentes versões de um mesmo fato, noticiado por diferentes jornais acarretaria no educando desejo de fazer confrontações e a possibilidade motivadora de vivenciar o conhecimento sistematizado pela escola, permitindo uma capacitação crítica do leitor. O interesse e a utilidade seriam motivadores para o hábito de ler os jornais. “Assumindo uma dimensão funcional, espontânea e em certo sentido lúdica é possível que a relação aluno-jornal se reproduza naturalmente, adicionando-se aos hábitos da vida adulta”. (MELO, 1981, p.73)

Pela proposta de Marques de Melo, seriam necessários diversos fornecedores para uma mesma notícia, ou seja, diversos títulos de jornais diferentes deveriam ser trabalhados com os alunos para que se pudesse obter o resultado esperado, que era o de criar o hábito de leitura de jornais.

O jornal *O Globo* lançou em 1982 o programa Quem Lê Jornal Sabe Mais, na cidade do Rio de Janeiro. A *Folha de S. Paulo*, apesar de desenvolver uma metodologia para a utilização pedagógica do jornal desde 1982, apenas em 1993 inicia o Programa Folha Educação. O jornal *A Tribuna de Santos* inicia o seu Programa Jornal, Escola e Comunidade em 1992, ao mesmo tempo em que o jornal *Correio Popular* começa o projeto Correio Escola e, desde 1993, tem mantido grupos de estudo com professores que utilizam o jornal em sala de aula com o objetivo de prestar orientação pedagógica e envolver esses professores com a mídia. O Projeto Diário na Escola do jornal *Diário do Grande ABC* de São Bernardo do Campo, é outro exemplo do esforço para incorporar o meio nos planos político-pedagógicos das escolas e das Secretarias de Educação municipais, estaduais e do próprio Ministério de Educação e Cultura. O Projeto Primeiras Letras da Rede Jornal Escola constituída por ONGs do Ceará, Pernambuco e São Paulo, com o apoio da UNESCO, UNICEF, e Secretarias de Educação, difere dos já citados por incentivar a redação, editoração e diagramação de jornais no interior das escolas, ao invés de incentivar a leitura do jornal como os demais, que buscam a formação pela informação massiva.

Outras diferenças marcam os diversos projetos Jornal na Escola. Alguns utilizam o encalhe e jornais de dias anteriores, fazendo a entrega de certa quantidade de jornais semanalmente para um grande número de escolas. Outros acreditam que a atualidade é perdida nesse processo e preferem atuar em um número menor de escolas com a entrega do jornal do dia. O projeto Veja na Sala de Aula, da *Editora Abril*, existe desde 1998, é nacional, atua só com alunos do Ensino Médio, utiliza as edições normais e os Guias do Professor e manual de como utilizar o Guia do Professor que a editora fornece.

O que todos os programas têm em comum é o fato de atingirem sozinhos públicos alvos cativos constituídos de segmento exclusivo para as suas mensagens, escolhido pela empresa jornalística, com uma proposta de conseguir alunos mais atuantes, participativos e bem informados, que compreendam a realidade que os cerca, tonando-os cidadãos críticos e sintonizados com seu tempo. Dessa forma, a proposta original foi modificada para trabalhar apenas um jornal (título) com os alunos e o propósito não declarado de todos os programas promovidos pelos veículos é o de criar o hábito de leitura do jornal “X”. Apesar dessa diferença, as pesquisas apontam para um resultado positivo, teoricamente só possível com a comparação entre veículos diferentes. Isso leva a considerar a necessidade de rediscutir o programa. Seriam os resultados obtidos nestas pesquisas consequência de uma postura crítica provocada pelo jornal em sala de aula, ou pela persuasão fruto de sua retórica?

O questionamento que pode ser feito é o que aconteceria se este projeto fosse adotado pela *Revista do Exército* ou pela revista *Caros Amigos*? Ou ainda, qual deveria ser o jornal a desenvolver esse projeto nas escolas mantidas pelo Movimento dos Sem Terra - MST? Dessa forma, a discussão da retórica e da persuasão no jornalismo é pertinente e fundamental para que se possa avaliar a função e o alcance do Programa Jornal na Escola na formação do aluno e até mesmo procurar indícios da potencialidade desse programa ser utilizado, entre outras coisas, no combate à violência juvenil, gravidez juvenil precoce e combate às drogas.

Dois pressupostos podem ser, então, admitidos. O primeiro é que o programa Jornal na Educação é efetivamente um instrumento de persuasão e como tal pode ser tratado como propaganda e, portanto, pode-se aplicar a metodologia utilizada para analisar a propaganda. E o outro é que existe diferença significativa entre o meio jornal e o veículo jornal na questão da credibilidade e função.

Uma pesquisa realizada entre alunos e professores do ensino público e privado na Baixada Santista por Regina da Luz Vieira, referente ao estudo de Caso do Programa Jornal, Escola e Comunidade desenvolvido pelo jornal a Tribuna, resultou no artigo *O jornal e a formação da cidadania no ensino fundamental e médio*. O trabalho procurava demonstrar que a utilização deste veículo no processo de ensino-aprendizagem contribui como formador de cidadania no receptor-aluno. E após pesquisar o aumento do vocabulário e outros fatores quantificáveis, a pesquisadora concluiu que o “emprego do jornal como recurso didático serve para que o estudante seja capaz de fazer inferências sobre o que lê e as atividades que desenvolve em sala de aula ou extra-classe.” (VIEIRA, 9 dez.2004, p.1).

O artigo, apesar de mencionar como desvantagens a inexistência da neutralidade na notícia, o oligopólio dos meios de comunicação, a possibilidade do veículo de comunicação utilizar a seu favor a memória cultural de cada indivíduo, concluiu que “o Programa Jornal na Educação pode ser visto como um meio de ensinar o aluno e o próprio professor a redescobrirem os valores significativos de uma educação interdisciplinar, voltada para a conscientização do ser humano sobre o mundo que o cerca.” (VIEIRA, 9 dez.2004, p.5).

Ao estudar o tema do jornal em sala de aula, três aspectos destacam-se, sinalizando a necessidade de uma reflexão maior. Um é o fato de uma comunicação massiva que tem como alvo pessoas adultas, estar sendo dirigida para crianças de 8 a 15 anos. A discussão sobre as implicações de formação ou deformação decorrentes é da mesma significância que o questionamento sobre o emissor necessitar ou não conhecer o receptor na comunicação social.

Um outro aspecto passível de estudo é o da oralidade provocada pela utilização de uma leitura mais coloquial, própria da mídia, no ensino de crianças. O filólogo e membro da Academia Brasileira de Letras Evanildo Bechara afirma que a utilização do jornal em substituição ao livro, na sala de aula, quando muito, está ensinando a falar e não a escrever. Segundo ele, “o mais grave é que a oralidade invadiu a escola. Nossas crianças lêem raros livros, mas precisam ler artigos extraídos de jornais e revistas, textos com alta dose de oralidade. Estamos formando pessoas que não verão outra possibilidade para a língua portuguesa fora da oralidade!” (GREENDHALGH, 2005, p. J5)

Um terceiro ponto de questionamento, é a dúvida sobre se um programa que necessita da confrontação e da comparação de versões da mesma ocorrência, possa

dar os mesmos resultados quando é utilizado apenas um jornal como patrocinador do programa e como objeto dos estudos. Neste último aspecto estará focalizada a preocupação deste trabalho.

A abordagem da questão da leitura também é fundamental, porque é colocada como prioritária pelos patrocinadores do programa e pelos críticos e pesquisadores desse método de ensino. A responsável pela elaboração da metodologia do Programa Folha Educação, Flávia Aidar, diz que “o professor deve saber como se constrói a linguagem jornalística para que ele possa ‘ensinar’ como se lê jornal. Leitura, no sentido mais amplo, significa necessariamente ser capaz de analisar os diferentes discursos, identificar os diferentes elementos que compõem a linguagem jornalística, os significados e os contextos de produção da notícia. Neste processo de análise do texto jornalístico, deve-se chegar, necessariamente, a quem produz a notícia, para quem? Como circula a informação (as agências de notícias), a que interesse ela responde ou representa? Quem é o dono daquele meio de informação? Quem é este ‘dono’ dentro do contexto social e político do seu país? E daí por diante”, tudo para fazer frente ao problema da parcialidade na veiculação da informação, ou comprometimento com uma determinada visão de mundo, ideologia. (AIDAR. 12 nov.2004)

Alguns teóricos colocam restrições quanto à idéia de que o jornal possa auxiliar no aumento do hábito de leitura. Um ano após a sua sugestão inicial de utilizar o jornal para incentivar o hábito de leitura, em 1982, o próprio Marques de Melo avalia a preocupação com a aprendizagem da leitura e a mídia que já existe no início da década de 80. Quando da discussão da interferência dos meios eletrônicos sobre o hábito de leitura, José Marques de Melo, por exemplo, questionava se a escola efetivamente educa para a leitura, alertando para os estudos que começavam a dar uma resposta negativa a essa questão, afirmando: “O hábito de leitura não se aprende, pois, de forma compulsória na escola. É uma atividade que se inicia no núcleo de educação informal que é a família e encontra sustentação na vida comunitária. A escola contribui para sedimentá-lo, mas não para lhe dar projeção na história do indivíduo” (MELO,1982, p.13).

Dessa forma, os meios de comunicação de massa - eletrônicos ou impressos - não matam ou sufocam o hábito de leitura, conforme concluem C.A.Medina em *A função social do livro na atual realidade brasileira*, Robert Escarpitt e Ronald Baker em *A fome de ler*, Richard Bamberg em *Como incentivar o hábito de leitura* e Eleonor

Maccoby em *Efeitos da televisão sobre as crianças*, citados por Marques de Melo. (MELO,1982, p.7- 24)

Por essa abordagem, se já é difícil para a própria escola criar o hábito de leitura, tarefa mais árdua deverá ser criar esse hábito pela utilização do jornal em sala de aula. “Mas o leitor formado obrigatoriamente a partir das tarefas escolares deixa de ser leitor quando abandona a escola. Torna-se um leitor ocasional, casual. Porque esse leitor formado pela escola adquire a sensação de que leitura é algo vinculado à rotina da aprendizagem; portanto uma atividade chata, cansativa, desinteressante.” (MELO, 1982, p.12)

Quanto ao risco da chatice na leitura compulsória na escola, Marques de Melo defende que, como ato intelectual, a leitura só tem sentido dentro de um contexto específico, que pressupõe a utilidade e o prazer como dois fatores essenciais (1982). Isso também é aplicável à leitura compulsória do jornal como recurso didático. Tanto é verdade que Carmem Lozza, coordenadora do Programa Quem Lê Jornal Sabe Mais do jornal O Globo, teme que, cada vez mais, o jornal possa ser visto pelos alunos como um material “chato”. E explica: “Ora, se a escola, por mais que seja um espaço contraditório e que conte com a presença de professores inovadores e críticos, se apresenta não raras vezes, como uma instituição cuja hegemonia é conservadora e onde é comum que se faça do aluno um depositário de informações selecionadas pelo professor, como imaginar que o jornal poderia escapar desta supremacia que muitas vezes desconsidera a necessidade de o aluno ser ativo e ser seus interesses correspondidos” (LOZZA, 05 jan. 2005).

O Programa Jornal na Educação, dessa forma, ao contrário de incentivar no futuro o hábito de ler jornais, poderia fazer com que os seus futuros leitores potenciais associassem a leitura de jornal com uma tarefa escolar enfadonha, como acontece com determinados autores consagrados, cujos livros são lidos sistematicamente no ensino fundamental e que nunca mais serão lidos por esses alunos, durante a sua vida.

Do mesmo modo que o interesse é uma variável importante para o caso, também a credibilidade é fundamental para o êxito da utilização do jornal na sala de aula. Por isso mesmo, é necessária uma discussão mais alongada do papel da retórica no jornalismo e da propaganda.

O próprio nome do pioneiro programa do jornal O Globo “Quem Lê Jornal Sabe mais” já é uma peça de propaganda, pois faz uma afirmação que vai de encontro à crença média da população e que, pela repetição, dispensa qualquer comprovação.

Esse programa é 1982 e, portanto, tem mais de 20 anos de implantação na cidade do Rio de Janeiro. Também a retórica utilizada no discurso jornalístico permite admitir que os mesmos instrumentos utilizados na compreensão do método utilizado na propaganda sejam aplicados no caso da aprendizagem através do jornal na sala de aula.

Uma tentativa formal de associar a retórica do jornalismo e propaganda aparece no artigo, da revista *Idade Mídia*, *O anúncio da notícia: Contribuição para uma retórica do discurso jornalístico*. Nesse artigo, Francisco Rocha Morel defende a idéia de que “as mensagens de massa na sociedade ocidental de mercados, como de resto quaisquer mensagens de comunicação em qualquer sociedade são persuasivas da ideologia dominante, portanto demagógicas (em sentido próprio). E assim sendo, a pretensa isenção e verdade objetiva das mensagens jornalísticas de informação não existem, porque estas não escapam daquela condição.” (MOREL, 2002, p.165)

Morel propõe dois aspectos a serem considerados: “1) a existência na linguagem jornalística (como sistema semiótico), de uma pluralidade de sistemas (linguagens) diferentes em sua estruturação. 2) a contaminação de uma dessas sublinguagens jornalísticas pela linguagem publicitária, formando uma categoria de discurso híbrido (publicitário/ jornalístico ou jornalístico/publicitário). Que poder-se-ia denominar “notícia- anúncio” ou anúncio/notícia”.( MOREL, 2002, p.166)

O reconhecimento no jornalismo de características típicas publicitárias, retórica, persuasão e parcialidade, não se faz sem a conseqüente possibilidade da perda de credibilidade que a publicidade também carrega. “O descrédito da retórica pode explicar, em parte, o descrédito da publicidade. Hoje, um retorno de interesse se manifesta, na corrente estruturalista, em relação à retórica. Percebe-se então, que se a publicidade tem um interesse cultural, é à pureza de sua estrutura retórica que ela o deve; não ao que ela pode fornecer de informação verdadeira, mas à sua parte de ficção”. (DURAND, 1974, p.19)

Conforme Morel, a notícia é caracterizada, dessa forma como produto de consumo em massa como produto de primeira necessidade nas economias de mercado onde recebe todo um tratamento sofisticado de industrialização e comercialização. Nilson Lage diz que após a Revolução Industrial e suas conseqüências para a indústria jornalística, as notícias deixam de ser relatos de acontecimentos importantes

para passarem a ser “artigos de consumo, sujeitos a acabamentos padronizados, embalados conforme as técnicas de marketing”. (LAGE, 1979, p.33)

A propaganda e o jornalismo no Brasil sempre andaram em par. E até mesmo as agências de propaganda até a década de cinquenta eram consideradas empresas jornalísticas, como observa Menna Barreto: “A Propaganda - valorizada pela criatividade - é, assim, a solução econômica para os problemas de venda na sociedade industrial. Sua finalidade é a persuasão, a maioria das vezes visando um comportamento imediato, de compra; é a manipulação de pessoas, o domínio sobre elas - em massa - através de veículos de comunicação. Ela é uma forma de jornalismo (as agências de propaganda, no Brasil, até recentemente eram classificadas como empresa jornalísticas), mas de jornalismo confessadamente partidário, parcial. Ainda que use informações e verdades (porque ambas são valiosíssimos recursos para a persuasão) serão sempre informações comprometidas ao objetivo maior de persuasão da manipulação em prol de interesses reais do anunciante”. Para Menna Barreto “o âmago da questão está no fato de propaganda ser uma forma de jornalismo (ainda que partidário, como já dissemos), jornalismo é informação.” (MENNA BARRETO, 1978, p.227)

Cabe aqui a seguinte dúvida: como, apesar de ser reconhecida a parcialidade do discurso jornalístico, esse é aceito em salas de alunos, de 8 anos aos 15 anos, sem contestação maior? E o fato é até tomado ao contrário, acreditando os responsáveis que estão promovendo a discussão crítica da realidade.

No artigo Informação é Propaganda, O jornalista Jacques A. Wainberg cita o *Manual de Redação e Edição da Voz da América*, ao analisar o jornalismo internacional e o conflito de interesses das nações: “Não estamos neste negócio para distrair, entreter ou simplesmente informar nossos ouvintes. Nem porque as notícias são um fim em si próprio. Os Estados Unidos estão no meio de uma séria batalha pela mente da humanidade, e o único propósito do seu Departamento de Notícias - assim como a da Voz da América em sua totalidade - é contribuir no sentido de vencer esta batalha. Então, somos uma agência de propaganda, no melhor sentido da palavra, e um instrumento da política externa norte-americana.” (WAINBERG, 1994, p.28-29)

Ao discutir as novas formas de Colonialismo, Wainberg reconhece que a luta que se trava no mundo é hoje contra seus símbolos, seus modos de vida, suas culturas e as armas, entre outras, o massivo uso das novas tecnologias de comunicação. Mas a

necessidade da credibilidade obrigou a *Voz da América* mudar o discurso para outros valores: "Menos persuasão, mais reportagem; mais objetividade e menos seletividade; chamando atenção para o que é importante e não para o que é interessante; permitindo uma comunicação de duas vias em vez de uma mensagem unidirecional, como tipicamente ocorre com a propaganda." (WAINBERG, 1994, p. 30)

Segundo Américo de Souza no artigo *A retórica da verdade jornalística*, é possível destacar alguns pontos de contato entre o jornalismo e a retórica apenas listando algumas das principais características que lhe são reconhecidas e que configuram a identidade jornalística. Em primeiro lugar, o fato de o jornalismo ter um ethos próprio- o ethos jornalístico- que leva a encará-lo como um veículo de informação para equipar os cidadãos com os instrumentos vitais para o exercício dos seus direitos e a voz na expressão das suas preocupações. Assim, o jornalismo seria um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes, assegurando a liberdade positiva do jornalismo. Da mesma forma em que existe uma liberdade negativa, o jornalismo como guardião dos cidadãos, em que os meios de comunicação de massa protegem os cidadãos de eventuais abusos de poder por parte dos governantes. E deixam transparecer valores, interesses e preferências cuja reivindicação é indissociável e de um discurso marcadamente retórico-argumentativo. (SOUZA, 25 jan. 2005)

Em segundo lugar, segundo Souza, o jornalismo implica na crença em um conjunto de valores e normas profissionais, tais como a liberdade, a independência e autonomia, a credibilidade, a verdade, a objetividade. Ele alerta para a generalidade dos códigos deontológicos dos jornalistas de todo o mundo ao "proclamar de forma inequívoca e solene, o dever de cada jornalista de perseguir, de procurar a verdade, de informar a verdade". Quanto à independência e autonomia dos jornalistas face aos restantes agentes sociais, repara que ela é a primeira condição da própria credibilidade, juntamente com a criteriosa verificação dos fatos, uma segura avaliação das fontes e, de uma maneira geral, com a exatidão da informação. E considerando que o que o jornalista pode comunicar não é nunca o fato, mas a sua interpretação desse fato, a objetividade se desloca da simples fé nos fatos para uma fidelidade a um conjunto de regras e procedimentos que visam conferir a essa interpretação o a aparência de mais objetiva possível. Ficaria desse modo assegurada a credibilidade do jornalista na medida em que ele pode argumentar que o seu trabalho é objetivo por terem sido seguidos à risca os procedimentos que consensualmente se identificam

com a objetividade. Não se confunda, porém, objetividade com neutralidade, pois o fato do jornalista dar mais atenção a este ou àquele acontecimento não só não retira objetividade ao seu trabalho como se inscreve nas suas próprias competências técnico-profissionais. Ou seja, naquilo que dele se espera.

É a partir deste modo de observar a prática jornalística que Souza detecta o caráter manifestamente retórico do conhecimento jornalístico. Retórico porque ao abandonar a idéia do acesso à ocorrência, o jornalismo concentra-se, cada vez mais, nas tarefas de interpretação, avaliação e debate, que o fazem retornar ao mundo da opinião, da intersubjetividade, do confronto e livre discussão das idéias. E se o jornalista comunica a sua avaliação da realidade e nunca o fato em si mesmo, então há necessidade de convocar uma argumentação que justifique e prove o acerto ou a preferência dessa sua interpretação sobre outras interpretações igualmente possíveis. Retórico porque se desenvolve na dependência de um conjunto de valores cuja concreta determinação apela para o regime da discutibilidade crítica e se decide por uma avaliação do plausível e consensual, própria de toda a argumentação retórica. Retórico porque se faz à custa de opções e escolhas, quer na seleção dos fatos, quer na construção da notícia. Souza conclui que também é retórico, porque se trata de um conhecimento que emerge no contexto de uma comunicação marcadamente persuasiva onde o louvável espírito de isenção e objetividade não anula nem condena o propósito de atrair, de agradar e de convencer o respectivo auditório, enquanto alvo e razão de ser da atividade jornalística. (SOUZA, 25 jan. 2005)

Também em Souza, a referência ao debate e opiniões contraditórias, acontece num contexto democrático em que existe a liberdade de escolha, por parte do receptor, entre as diversas interpretações dos vários veículos que compõem o meio de comunicação. Isso não ocorre com o programa *Jornal na Educação* que tem alvo cativo para um exclusivo veículo.

Um exemplo disso ocorre quando, em contraposição a dois colegas de profissão, o editor de relações Internacionais da *Revista Pangea*, Demétrio Magnoli argumenta: "Um texto é um veículo de persuasão. Como regra, atrás de um texto encontra-se um fabricante de argumentos, que manipula recursos lógicos e lingüísticos para convencer seus leitores de uma idéia". E continua: "Os polemistas parecem discordar em tudo, mas concordam quanto ao método. Em busca da persuasão total, entregam-se ao exercício lógico da extrapolação, conduzindo-o além do limiar do arbítrio." (MAGNOLI, 05 jan. 2005)

Até aqui ficou exposto que apesar dos próprios jornalistas acusarem os mecanismos de persuasão adotados, do mesmo modo como é feito na propaganda, o jornalismo goza da credibilidade que a propaganda não tem. Isso conduz para uma possibilidade de que o denunciado como manipulador é o veículo jornal, portanto, um ente concreto sujeito a toda sorte de interesses. Por possibilitar o contraditório entre diversas versões do fato, o meio jornal continua com sua credibilidade intacta, desde que os jornalistas adotem os procedimentos prescritos na profissão. O público leitor acredita no jornal (conjunto dos vários jornais) colocando até a culpa, em possíveis desvios na busca de uma realidade objetiva, em si próprio, por não consultar mais de um órgão.

É admissível especular que, como utiliza um único jornal para os seus propósitos, o programa Jornal na Educação usa os conceitos que o público tem a respeito do meio jornal como forma de propaganda. O objetivo de conseguir leitores críticos explicitado em seu programa é uma proposição preexistente trabalhada com as mesmas técnicas de propaganda durante muitos anos para o meio jornal. A amplificação, a repetição e a justificativa de uma proposição, por exemplo, dispensam a comprovação e a argumentação como um perfeito mecanismo de persuasão.

Para que se possa analisar a possibilidade da passagem de conceitos através de uma mensagem, é essencial que seja explicitada a intenção do emissor. Por exemplo, no caso do Jornal a Tribuna de Santos e do Programa Jornal, Escola e Comunidade o que é disponibilizado são os objetivos: incentivo à leitura de jornais e a formação de leitores conscientes e participantes. Como pode ser observado, a primeira intenção envolve todas as características necessárias para que o segundo propósito seja efetivado.

Sem que haja um incentivo para a leitura dos jornais, ou simplesmente o incentivo para a leitura de qualquer meio impresso que seja, depois que o aluno termine seu período discente, não há a possibilidade da formação de leitores conscientes e participantes. Uma preocupação não está no período da vida escolar, mas *depois dela*. Outra se prende ao fato de que, para as empresas jornalísticas patrocinadoras do programa, a sobrevivência do meio jornal é prioritária, apesar de não ser divulgada como intenção. Certamente, o objetivo é criar o hábito de leitura de um jornal específico e não de qualquer outro jornal.

Neste caso, a questão que interessa é a seguinte: é possível um jornal em particular, através do Programa Jornal na Educação, garantir a sua propagação e sobrevivência, conquistando um mercado de leitores fiéis para o futuro?

Surge daí o cuidado de separar os conceitos que as pessoas têm do meio Jornal e de um veículo específico. Nesse sentido, ao considerar que os vários discursos dos comunicadores sobre a possibilidade do jornal informar e formar cidadãos conscientes referem-se ao meio jornal e não ao veículo isolado. Portanto, quando discorrem sobre o meio admitem a possibilidade da existência de várias versões de um mesmo fato, a contraposição de argumentos, opiniões inteiramente contraditórias, o que permitiria a um leitor de vários jornais tirar as suas próprias conclusões.

Quando os estudos são feitos na comunidade que tem a possibilidade de escolher entre vários títulos de periódicos até pode ser considerada essa hipótese da imparcialidade do meio ocorrer apesar da parcialidade do veículo, o que não interessa à pesquisa em questão. Porém, quando o veículo atinge um público sem a opção de escolha, cativo, como no caso de todos os programas Jornal na Educação, o que interessa, nesse caso, é a opinião a respeito desse veículo e não do meio. Interessa, assim, por exemplo, a credibilidade que os jornais *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *A Folha de São Paulo* e *A Tribuna* têm isoladamente e não a credibilidade que o ente Jornal em abstrato tem. E dessa forma, poderiam ser colocadas as seguintes questões: Quem lê jornal na escola de ensino fundamental ou ensino médio, adquire o hábito de ler jornal quando egresso? Quem lê jornal na escola de ensino fundamental ou ensino médio, adquire o hábito de ler o jornal patrocinador do programa quando egresso? Quem lê jornal na escola lê mais?

No artigo *Jornal: Uma realidade ou realidades através das janelas de papel ou da tela?*, outra especialista afirma que o aluno pode entender que a leitura do jornal “pode ser fonte de informação, de prazer e de conhecimento; e através dele pode-se discutir a questão da ética nas informações que transmite, nas versões que dão aos fatos. Mas, para tal é preciso conhecer a postura ideológica do jornal[...], da emissora que o transmite, a seleção que faz da informação e a linguagem que usa para transmiti-la; confrontá-lo com outros jornais [...] e não deixar de lado, também a postura crítica do próprio leitor que, no caso da escola, deve estar sendo desenvolvida com uma certa frequência.”(ARAÚJO, 09 dez. p. 1)

Como foi visto, o interesse pela leitura do jornal, a participação atuante do mediador, a credibilidade na mídia jornal e no jornalismo são variáveis sem as quais é

impossível a aplicação de qualquer programa de utilização do jornal em sala de aula. A dificuldade está em despertar o interesse sem estabelecer uma comparação entre os vários jornais. No caso do programa do jornal a Tribuna de Santos, como é utilizado o encalhe existe um fator negativo extra, porque a notícia pode até estar desatualizada, perdendo a atualidade e, assim, comprometendo o interesse e o apoio do mediador. E como conseguir a atuação desse professor que pode discordar da linha editorial de um jornal único e desconfiar da credibilidade da notícia publicada? A essencial cumplicidade do mediador no programa dependerá do plano político pedagógico da escola, da orientação das Secretarias de Educação e dos planos nacionais para a educação? Essas forças de pressão que atuam, certamente, sobre o professor em atividade no projeto, fazem com que ele não seja o entrevistado mais confiável para uma pesquisa.

De que outra forma se poderia compreender o fato do programa conseguir o apoio do professor, das autoridades escolares envolvidas e pesquisadores para apresentar o resultado da pesquisa já citado de que o “emprego do jornal como recurso didático serve para que o estudante seja capaz de fazer inferências sobre o que lê e as atividades que desenvolve em sala de aula ou extra-classe”. Note-se a referência ao meio e não a um jornal específico. Daí a pressuposição que isso decorre da retórica no jornalismo.

O benefício da busca da cidadania e postura crítica dos jovens estudantes, o auxílio à longevidade do meio jornal e até a possibilidade de sobrevivência de um veículo específico, certamente, passam pela rediscussão do projeto Jornal na Escola, proposta neste estudo, em novas bases. Impõe-se a mudança do universo até aqui pesquisado de alunos, professores e orientadores comprometidos para um público alvo egresso do programa e professores potenciais ainda não envolvidos no projeto. Esta é a pesquisa que atualmente desenvolvo.

### **Referências bibliográficas**

AIDAR, Flávia. *Muito além da leitura de jornal* In Agência EducaBrasil, 08 fev. 2002. <<http://www.educabrasil.com.br/eb/ex/texto>> .Acesso em: 12 nov.2004

ARAÚJO, Maristela Midlej Silva de. *Jornal: Uma realidade ou realidades através das janelas de papel ou da tela?* In Comunicação e Educação. <<http://www.mundojovem.pucrs.br/artigo1.htm>>Comunicaçãoe Educação>.Acesso em: 19 nov. 2004.

- BAMBERGER, Richard. **Como incentivar o hábito de leitura**. São Paulo, Cultrix, 1977.
- BISBAL, Marcelino. *A relação 'educação-comunicação': idéias para recolocar uma reflexão*. In **Comunicação e Sociedade N. 26**. São Bernardo do Campo, IMS –Facom, 1996.
- BROWN, J. A.C. **Técnicas de Persuasão: da propaganda à lavagem cerebral**. Rio de Janeiro, Zahar, 1965.
- FARIA, M. A. **O jornal na sala de aula**. 6ª ed. S. Paulo, Contexto, 1996. Britannica, 1987.
- ESCARPITT, Robert e Ronald BAKER- **A fome de ler**, Rio de Janeiro, fundação Getúlio Vargas, 1975.
- \_\_\_\_\_ **Como usar o jornal na sala de aula**. São Paulo, Contexto, 2003.
- GREENDHALGH, Laura. Camões não tem medo do Tio Sam . *Jornal O Estado de S.Paulo*, 16 jan.2005, p. J4-J5.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.
- LOZZA, Carmen. *Pequena reflexão sobre a presença do jornal na escola*. In *Palavras Pedagógicas*. <<http://www.oglobo.globo/infoglobo/quemlesabe/>>. Acesso em 05. Jan. 2005.
- MAGNOLI, Demétrio. **Persuasão em excesso**. In *Revista Pangea*, 13 jul. 2001. <[http://www.clubemundo.com.br/revistapangea/show\\_news](http://www.clubemundo.com.br/revistapangea/show_news)>. Acesso em: 05 jan. 2005.
- MACCOBY, Eleonor. *Efeitos da televisão sobre as crianças*, In: **Panorama da comunicação coletiva**. Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1964.
- MEDINA. C. A. de. **A Função Social do Livro na atual realidade brasileira**. Rio de Janeiro. Centro Latino -Americano de Pesquisas em Ciências Sociais. 1975.
- MENNA BARRETO, Roberto. **Criatividade em Propaganda**. São Paulo, Documentário/ Summus/ ESPM, 1978.
- MELO, José Marques de. *Presença do Jornal na Escola: Iniciação ao Exercício da Cidadania*, In: *Comunicação e Libertação*. Petrópolis, Vozes, 1981.
- \_\_\_\_\_ *Os meios de Comunicação de Massa e o Hábito de Leitura*, In: IMS- Cadernos de Pós Graduação, Nº 1. Comunicação Social. São Bernardo do Campo, IMES, 1982.
- MORALES, Pedro. **A relação professor-aluno. O que é, como se faz**. São Paulo, Loyola, 1999.
- MOREL, Francisco Rocha. *O anúncio da Notícia: Contribuição para uma retórica do discurso jornalístico*. In *Idade Mídia v.1*, São Paulo, Laboratório Multimídia Morumbi, jun. 2002.
- SOUZA, Américo. **A Persuasão**. São Paulo, Nórdica, 2003.
- \_\_\_\_\_ *A Retórica da Verdade Jornalística*. In Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/listas/tematica.php3> >. Acesso em: 25 jan. 2005.

VIEIRA, Regina da Luz. *O jornal e a formação da cidadania no ensino fundamental e médio*. Disponível em: <[www.unitau.br/prppg/pblica/humanas/download/ojornal-n1-2002](http://www.unitau.br/prppg/pblica/humanas/download/ojornal-n1-2002)>. Acesso em: 09 dez. 2004.

WAINBERG, Jacques A. *Informação é propaganda*. In *Revista Famecos* N.1 (set. 1994). Porto Alegre, EDIPUCRS, 1994.