



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

ROBERTA LUCENA DE OLIVEIRA

**MÍDIA E EDUCAÇÃO: A REVISTA NOVA ESCOLA COMO FERRAMENTA
DIDÁTICO-PEDAGÓGICA**

CAMPINA GRANDE-PB

2014

ROBERTA LUCENA DE OLIVEIRA

**MÍDIA E EDUCAÇÃO: A REVISTA NOVA ESCOLA COMO FERRAMENTA
DIDÁTICO-PEDAGÓGICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Comunicação
Social, do Centro de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Msc Maria do Socorro
Tomaz Palito Santos

CAMPINA GRANDE-PB

2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

O48m Oliveira, Roberta Lucena de
Mídia e educação [manuscrito] : a revista nova escola como
ferramenta didático-pedagógica / Roberta Lucena de Oliveira. -
2014.
48 p. : il. color.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro
de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.
"Orientação: Prof. Ma. Maria do Socorro Tomaz Palitó
Santos, Departamento de Comunicação Social".

1. Educação. 2. Comunicação. 3. Educomunicação. 4.
Revista nova escola I. Título.

21. ed. CDD 070.175

ROBERTA LUCENA DE OLIVEIRA

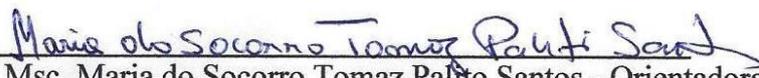
**MÍDIA E EDUCAÇÃO: A REVISTA NOVA ESCOLA COMO FERRAMENTA
PEDAGÓGICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Comunicação
Social, do Centro de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Comunicação Social.

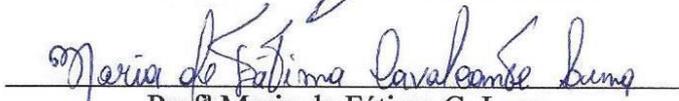
Orientadora: Prof^ª. Msc Maria do Socorro
Tomaz Palito Santos

Aprovada em: 02/12 /2014.

BANCA EXAMINADORA


Prof^ª. Msc. Maria do Socorro Tomaz Palito Santos - Orientadora
Universidade Estadual da Paraíba-UEPB


Prof. Gilson Souto Maior
Universidade Estadual da Paraíba-UEPB


Prof^ª Maria de Fátima C. Luna
Universidade Estadual da Paraíba-UEPB

CAMPINA GRANDE-PB

2014

Ofereço e Dedico aos meus pais pelo belo exemplo de vida e pelas lições diárias de amor, força, determinação e dignidade.

AGRADECIMENTOS

Em todos os momentos vividos devemos agradecer as conquistas obtidas, os obstáculos ultrapassados e especialmente o dom da vida.

Ao concluir este sonho de infância, lembro as noites mal dormidas, as madrugadas debruçada sobre livros e apostilas. Recordo todos os momentos que tive que abrir mão e deixar de lado em busca de um só objetivo.

Recordo quantas idas e vindas, quantas viagens fiz junto a outros tantos colegas que todos os dias se deslocam quilômetros de distância para estudar. Penso nos amigos que fiz, que vão ficar para toda vida. Lembro também dos professores que contribuíram com a minha formação, desde a alfabetização até a universidade.

Refleti sobre o apoio concedido por minha nos momentos em que mais precisei. E de repente a ficha caiu. Cinco anos se passaram e essa longa jornada está chegando ao fim. Aliás, esse é só o começo do fim, pois eu ainda almejo voar muito mais alto.

Agora é hora de agradecer:

A Deus por ter me dado força, sabedoria e esperança de continuar batalhando pelo meu futuro. Agradeço a Ele também por todas as graças concedidas, por iluminar meus caminhos, por aumentar a minha fé e pela oportunidade de estar concluindo esta graduação.

Á meus pais, Robério e Socorro, por todo amor, apoio e incentivo que me deram durante minha graduação, principalmente nos momentos mais difíceis.

A meus irmãos, Ronan e Renato, pelo companheirismo e reconhecimento que demonstraram em minha jornada acadêmica.

A meus tios, George e Socorro, que não mediram esforços para me acolher em sua casa me tratando como filha.

Á esta universidade e seu corpo docente que muito contribuíram no meu processo de formação acadêmica.

À Professora Mestre Maria do Socorro Tomaz Palito Santos, pela orientação e pela confiança durante todo o processo de elaboração deste trabalho. Não foi apenas uma relação de professora e aluna, mas também de amizade, respeito e carinho.

À meus colegas de curso, pelos sorrisos diários a cada aula, pelo auxílio nos trabalhos e principalmente por estarem comigo nesta caminhada tornando-a mais fácil e agradável.

A meus amigos verdadeiros pelo companheirismo, pelas palavras amigas nas horas difíceis, por vibrarem comigo a cada vitória e por acreditarem no meu potencial.

Aqueles que mesmo distante ocupam um espaço especial no meu coração, pois contribuíram com essa conquista me motivando com palavras de fé e amor.

Neste momento de conclusão de uma etapa muito especial, a alegria por estar encerrando um ciclo se junta ao cansaço, é difícil lembrar todos que fizeram parte da minha formação e do meu crescimento pessoal e profissional, mesmo que indiretamente.

De uma maneira muito sincera aos familiares, amores, amigos, colegas, aos de perto e aos de longe, a todos o meu muito obrigado.

“Educar é ajudar a integrar todas as dimensões da vida, a encontrar nosso caminho intelectual, emocional, profissional, que nos realize e que contribua para modificar a sociedade que temos. Educamos de verdade quando aprendemos com cada coisa, pessoa ou ideia que vemos, ouvimos, sentimos, tocamos, experienciamos, lemos, compartilhamos e sonhamos; quando aprendemos em todos os espaços em que vivemos”. (José Manuel Moran)

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar o papel da revista Nova Escola (NE) como ferramenta de apoio didático-pedagógico. As discussões aqui propostas se pautarão a partir de uma análise da revista, suas relações com a educomunicação e como esta pode ser utilizada como suporte pedagógico nas atividades desenvolvidas pelo professor. A NE é uma publicação científico-pedagógica que tem periodicidade mensal e é considerada hoje a maior revista de educação do Brasil. Esse produto midiático que articula estratégias educacionais desenvolve projetos que vislumbram uma prática educativa inovadora e prega que o processo pedagógico deve estar centrado na aprendizagem do aluno. Há 29 anos, a NE vem se consolidando como um importante veículo de divulgação de práticas pedagógicas e com base nas reportagens, planos de aulas e diversas dicas que encontramos na revista, podemos afirmar que se utilizada esta mídia realmente vem somar o trabalho do professor.

Palavras chave: Educação. Comunicação. Educomunicação. Revista Nova Escola

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the role of the magazine Nova Escola (NE) as didactic and pedagogical support tool. The discussions here proposals shall guide from a magazine of analysis, its relations with the educational communication and how it can be used as a pedagogical support in the activities developed by the teacher. The NE is a scientific and educational publication on a monthly basis and is considered today the largest education magazine in Brazil. This media product that articulates educational strategies develops projects that envision an innovative educational practice and preaches that the learning process should be focused on student learning. 29 years ago, the NE has been consolidated as an important dissemination vehicle pedagogical practices and based on reports, lesson plans and various tips that we find in the magazine, we can say that if used this media has really add the teacher's work..

Keywords: Education . Communication . Educational communication. Magazine Nova Escola

SUMÁRIO

1 -INTRODUÇÃO.....	11
2- A MÍDIA REVISTA.....	13
2.1-Um pouco de história.....	14
2.2-As revistas no Brasil.....	16
2.3-Revista Segmentada.....	18
2.4-O Uso da Revista como Ferramenta Pedagógica.....	19
3-MÍDIA E EDUCAÇÃO.....	21
3.1- Educomunicação: conceito e origem.....	24
3.2- O perfil do educador.....	26
4-A REVISTA NOVA ESCOLA.....	30
4.1-Grupo Abril.....	30
4.2-Breves considerações sobre a revista.....	31
4.3- Linha editorial, conteúdos e perfil de leitores.....	34
4.4- Editorias e seções.....	40
4.5- Versão digital.....	41
5-CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS.....	47

1-INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos, a educação demonstrou capacidade para se adequar as mudanças ocorridas na sociedade. Essas transformações, entre outros motivos, são reflexos de um mundo saturado de informação e a partir delas novas estratégias de ensino foram adotadas. Assim como a revista Nova Escola que atua desde 1986 contribuindo com a melhoria da educação e aperfeiçoando a prática dos professores.

O objetivo do nosso estudo é analisar o papel da revista Nova Escola (NE) como ferramenta de apoio didático-pedagógico. As discussões aqui propostas se pautarão a partir de uma análise da revista, suas relações com a educomunicação e como esta pode ser utilizada como suporte pedagógico nas atividades desenvolvidas pelo professor.

A pesquisa surgiu do interesse acerca do campo da educomunicação. Para isso partimos da definição de um campo novo de estudo, a Educomunicação com base nos estudos do professor Ismar Soares (2001). O autor define a educomunicação como sendo um conjunto de ações que integram o estudo dos sistemas de comunicação às práticas educativas a fim de criar e fortalecer ecossistemas comunicativos dentro das ações educativas.

A pesquisa utilizada foi descritiva e exploratória. Para a fundamentação teórica foi realizada uma pesquisa bibliográfica com consulta à obra de autores, que são referência na área de educomunicação como SOARES (2002), SCHAUN (2002) e FREIRE (2001).

Como forma de sistematizar a exposição deste estudo, o estruturamos em algumas partes. No primeiro capítulo, apresentamos uma pesquisa sobre a relação entre a mídia e a educação, duas áreas do saber que se integram para favorecer o processo de ensino aprendizagem e dinamizar os conteúdos ministrados em sala de aula. A partir dos estudos de Soares, especialista na área, trabalhamos com a origem do conceito e nos debruçamos sobre o campo da Educomunicação que se caracteriza como midiático, processual, interdisciplinar e interdiscursivo de saber e de prática social.

Dentro dessa mesma perspectiva, identificamos as características e o perfil do professor educador. Trata-se de um profissional multidisciplinar que desenvolve ao mesmo tempo papéis diferentes: pesquisador, analisando epistemologicamente os resultados do emprego dos recursos da comunicação nas práticas de ensino; consultor, prestando assessoria quanto à idealização de um plano qualitativo de relacionamento dos meios de comunicação com os usuários; e professor, que prepara o sujeito para desenvolver o senso crítico perante os meios de comunicação.

No segundo capítulo, buscamos apoio na pesquisa de Scalzo para falar sobre a mídia revista, uma das mais antigas que existem e que vem se transformando ao longo do tempo. Na realidade, essa mídia impressa se adéqua as constantes mudanças que acontecem na sociedade. Traçamos um contexto histórico das revistas desde quando possuíam características de livros até os dias atuais em que apresentam uma boa qualidade de impressão, vida útil longa, aprofundamento de informações, apuração mais precisa, fontes especializadas e mais espaço para publicidade.

Antes de chegarmos ao objeto de estudo, a Revista Nova escola destacamos que a revista tornou-se uma mídia segmentada a fim de fornecer informações de grande valia para profissionais das mais variadas áreas como decoração, jardinagem, medicina, economia, moda, saúde, música, esporte, educação. Estudamos mais especificamente o caso das revistas segmentadas em educação, que recebem o nome de revistas pedagógicas. Essa mídia pode ser usada como ferramenta de direcionamento para a aplicação dos conteúdos na sala de aula. Nesse contexto, a revista não exerce apenas o papel de distribuir informação, mas sim de ser utilizada como fonte de conhecimento e formação para os profissionais da educação.

No terceiro capítulo, apresentamos a revista Nova Escola, considerada hoje a maior revista de educação do Brasil e a maior em circulação, quando se trata de revista mensal, é uma publicação científico-pedagógica que tem periodicidade mensal e tiragens expressivas. Desde sua criação a revista NE tem contribuído e muito com a prática pedagógica de professores de diversos lugares do país.

A NE propõe meios de melhorar o desempenho do professor junto à comunidade escolar, integrando-o às mudanças informacionais e tecnológicas que ocorrem. Em diversas reportagens, esse produto midiático orienta os professores sobre como estes podem colaborar na construção do saber dos alunos.

2- A MÍDIA REVISTA

A revista é uma das mídias mais antigas que existem e assim como os outros meios de comunicação está em constante movimento, seguindo os caminhos que o leitor deseja trilhar e adequando os conteúdos às necessidades do público. A mídia revista se caracteriza por apresentar uma boa qualidade de impressão, vida útil longa, aprofundamento de informações, apuração mais precisa, fontes especializadas e mais espaço para publicidade. Para Goulart (2006, s/p) em artigo publicado no Observatório da Imprensa, a revista ainda reserva aspectos particulares:

A variedade – muitos assuntos para fisgar o leitor e passar a sensação de janela do mundo; a especialização – centrada num determinado universo de expectativas, visto que conhece seu leitor; visão de mercado – por conhecer seu público, apresenta um produto de olho nos nichos de mercado; texto – o público é curioso, escolhe a revista, logo, se importa com o texto; imagem – o leitor é seduzido com apelo visual, com o bom fotojornalismo. Texto e imagem, traduzidos em matéria bem escrita e apresentação visual eficiente são as bases da revista. ¹

Trata-se de um meio de comunicação atrativo aos olhos, que não tem a instantaneidade do jornal podendo ser equiparada a um livro já que é lida e relida diversas vezes, por pessoas diferentes em um longo período de tempo. Em consultórios, no salão de beleza, na sala de espera, encontramos pessoas folheando as páginas de uma revista uma vez que esta é acessível e tem grande potencial de credibilidade.

Este é o caráter documental da revista que como aponta Martins (2008, p. 21) pode ser utilizada como fonte histórica para pesquisa em diversas áreas, “sobretudo por documentar o passado através de registro múltiplo: do textual ao iconográfico, do extratextual – reclame ou propaganda – á segmentação”.

Scalzo (2003) chama atenção para o fato de que a revista é uma mídia impressa e, portanto parece ser mais verdadeira uma vez que historicamente as pessoas costumam acreditar mais no que está escrito. De acordo com a Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER), quando um consumidor lê uma revista ele tem menos chances de se entreter com outras atividades, presta mais atenção nos anúncios publicitários e dá cerca de 64% de atenção ao que está sendo lido.

¹ Disponível em <http://www.observatoriodaimpresa.com.br/artigos.asp?cod=388DAC001>.<Acesso em 12.set.2014>

“A maior prova de que o leitor de revista é um excelente consumidor é que ela já começa comprando a revista. [...] E pela revista que ele compra você consegue saber exatamente quem ele é, o que ele pensa, do que ele precisa”. (VEJA, 1994, s/p.). Nesse sentido a revista é uma mídia que mantém uma relação de intimidade e confiança com o leitor e conhece detalhadamente suas preferências, dúvidas e curiosidades. A partir disso, grupos de leitores criam um laço de identidade e expectativa com a revista de modo que ficam ansiosos para adquirir as próximas edições.

Na 7ª edição do Fórum Nacional da ANER realizada em 2012, a Associação divulgou que somente neste ano cerca de 340 milhões de exemplares foram comercializados sendo que 196 milhões dessas vendas foram por meio de assinatura e 144 milhões através de vendas avulsas.

Com a chegada da internet, muitos pesquisadores acreditaram que a mídia impressa ia desaparecer e revistas iriam fechar as portas. Porém conforme nos alerta a ANER (1994) “não importa a plataforma, o formato ou o meio, sempre haverá história, e, com ela, a necessidade da reportagem. Por isso ousamos dizer que enquanto houver história, haverá revista”. Porém, para continuar no mercado essa mídia teve que se reinventar e acompanhar os avanços, atualmente os sites das principais revistas ganham um aporte tecnológico e equipes de conteúdo independentes.

2.1-Um pouco de história

Desde a concepção a revista tinha o objetivo de falar de maneira segmentada para os mais diversos leitores e “aprofundar os assuntos – mais que os jornais e menos que os livros” (SCALZO, 2003 p. 19). As primeiras revistas que surgiram no mundo possuíam as características de um livro, mas tratavam de um determinado assunto e eram destinadas a um público específico. Reimão (1996, p. 19) nos mostra como acontecia essa intermediação entre jornal e livro no momento de produção das revistas:

Intermediário intelectual e material entre o jornal e o livro, a revista ora tenderia mais ao documental, ora mais ao discursivo, atendo-se, por exemplo, mais a rever os fatos da semana ou do mês ou priorizando abordá-los de maneira mais opinativa e argumentativa inserindo-os em uma cadeia histórica e no quadro social em que se desenrolaram; por vezes é um encontro marcado do leitor com um tópico pré-determinado, ora uma síntese de um momento do fluxo da cadeia informativa; por vezes apostaria na efemeridade, como nas publicações mais sensacionalistas, por outras em uma certa perenidade, como atestam seus inúmeros colecionadores.

De acordo com Scalzo (2002, p. 20), “a revista ocupou assim um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro)”. A primeira revista foi publicada em 1663 na Alemanha com o nome de *Erbauliche Monaths Unterredungen*, que quer dizer Edificantes Discussões Mensais. A revista apresentava vários artigos sobre teologia e foi lançada 200 anos após Johannes Gutenberg criar a impressão com tipos móveis, para imprimir jornais, livros e revistas.

A partir daí mais títulos foram surgindo e além de artigos, poesias, anedotas e notícias curtas foram incorporadas aos periódicos. Com o passar do tempo outros países como França em 1665 com o *Journal de Savants*, Itália com *Giornale de Litterati* em 1668, e Inglaterra em 1680, com a publicação de *Mercurius Librarius* ou *Faithfull Account of all Books and Pamphlets* se renderem ao gênero revista e lançaram esses periódicos. É importante ressaltar aqui que o termo “revista” teve origem apenas em 1704, na Inglaterra, país que tinha um grande potencial econômico na época.

E foi na Inglaterra mais precisamente em Londres no ano de 1731 que foi lançada a revista *The Gentleman's Magazine*, um dos mais influentes títulos da época e com o formato mais parecido com o que temos atualmente. A revista que era "inspirada nos grandes magazines - lojas que vendiam um pouco de tudo - reunia vários assuntos e os apresentava de forma leve e agradável". (SCALZO, 2003, p. 19).

No fim do século XVIII e início do século XIX centenas de publicações foram lançadas no mercado. Nos Estados Unidos, os primeiros títulos publicados foram *American Magazine* e *General Magazine*, em 1741. Daí por diante as revistas foram um sucesso nos EUA, pois o país estava em pleno desenvolvimento e as taxas de analfabetismo haviam caído.

Para Scalzo, a revista conquistou espaço e foi usada como molde para a sociedade até mesmo porque essa mídia atraiu um novo público letrado e sedento por conhecimento que não tinha muito acesso aos livros, os quais ainda eram lidos apenas pela elite. O avanço tecnológico contribuiu para a melhoria das gráficas e as publicações puderam ser impressas em grandes tiragens fato que chamou a atenção dos anunciantes e popularizou as revistas. “Com os anúncios financiando os custos de produção, foi possível baixar os preços dos exemplares, que conseqüentemente passaram a ser lidos por ainda mais gente” (SCALZO 2003, p. 20).

Em 1842 surgiu em Londres a *Illustrated London News* a publicação revolucionou a maneira de fazer revista, uma vez que trouxe várias ilustrações em suas páginas. Ao longo do século XIX foram surgindo outros modelos de publicação como as revistas femininas,

literárias e científicas. As publicações destinadas a profissionais como arqueólogos, geógrafos e médicos também se destacaram nesta época dando origem as revistas especializadas que conhecemos hoje.

Na segunda década do século XX, mas precisamente em 1922, o jornalista DeWitt Wallace e sua esposa criaram *Reader's Digest*. Trata-se de uma espécie de seleção de informações concisas que eram publicadas em outras revistas e jornais e transformadas em textos condensados. Os leitores dessa revista tinham acesso aos mais variados assuntos, algo que não encontrariam em outro periódico.

A primeira revista semanal de notícia surgiu nos Estados Unidos em 1923 quando dois amigos se uniram com o objetivo de criar uma revista que noticiasse em sessões, com clareza e concisão os acontecimentos ocorridos no país e no mundo durante a semana. Neste contexto, nasceu a *Time* lançada pelos jornalistas norte-americanos Briton Haden e Henry Luce.

Em 1936 em Henry Luce aproveitou o desenvolvimento da reportagem fotográfica para lançar a Revista *Life*. Ele inovou mais uma vez apresentando aos leitores uma nova maneira de fazer revista semanal “impressa em papel de qualidade e em formato grande, adotando a ideia de que uma boa imagem vale mais do que uma boa descrição” (SCALZO, 2003 p. 23).

2.2-As revistas no Brasil

As revistas chegaram ao Brasil no início do século XIX num momento de profundas transformações econômicas e sociais, já que a família real havia fugido para as terras brasileiras com a corte portuguesa após a invasão das tropas de Napoleão Bonaparte a Portugal. Isso porque antes da vinda da família real para nosso país não havia imprensa no Brasil.

A primeira revista nacional, seguia o modelo editorial de outros países, por isso possuía características de um livro. A publicação foi lançada em 1812, em Salvador na Bahia, com o nome de *As Variedades ou Ensaio de Literatura e retratava costumes morais e sociais*. Além disso, segundo Scalzo (2003, p.27), a revista ainda tinha a proposta de publicar:

[...] algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumo de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses - quer em prosa, quer em verso - cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham

relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importâncias das novas descobertas filosóficas.

Depois de, *As Variedades*, surgiram outros títulos no Rio de Janeiro como, *O Patriota* em 1813, que divulgava temáticas nacionais exaltando o sentimento de patriotismo com a colaboração da elite vigente e *Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura* em 1822, que tratava de diversos campos do conhecimento humano.

Em 1827 com o *Propagador das Ciências Médicas e Espelho Diamantino – Periódico de Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e Modas dedicado as Senhoras Brasileiras* surge no Brasil o segmento das revistas especializadas. A primeira apresentava a um público específico assuntos que correspondiam ao mundo da medicina e a segunda era destinada ao universo feminino. Para manter as mulheres informadas, a revista trazia textos sobre moda, música, política, literatura e artes em geral.

Todavia segundo Scalzo (2003), essas publicações não tiveram vida longa pela falta de assinantes e recursos suficientes para se manter no mercado. Somente em 1837, essa realidade é modificada com o lançamento da revista *Museu Universal* que reproduzia os modelos das grandes revistas da Europa. Assim como relata a autora, a revista falava para um público “recém-alfabetizado a quem se queria oferecer cultura e entretenimento”, nesse sentido os textos apresentavam uma linguagem simples combinada á ilustrações.

As revistas ilustradas tiveram grande destaque nesta época, principalmente por atrair leitores que ainda não eram alfabetizados. Vários títulos introduziram caricaturas e fotografias as páginas da revista entre eles podemos citar *A Marmota na Corte* (1849), *Revista Ilustrada* (1876), *Semana Ilustrada* (1860) e *Revista da Semana* (1900).

Alguns anos depois, o paraibano Assis Chateaubriand lança *O Cruzeiro* (1928), que permaneceu sendo a revista mais lida do país por mais de trinta anos. O periódico obteve recorde no mercado editorial pela publicação de grandes reportagens e trouxe uma nova linguagem para a imprensa brasileira, dando inclusive uma atenção maior ao fotojornalismo. Entre as décadas de 50 e 60 podemos destacar ainda as revistas *Manchete* (1952) e *Realidade* (1966) que tinham foco no jornalismo investigativo e eram mais críticas que *O Cruzeiro*.

Na primeira metade do século XX, conforme afirma Scalzo (2003) as revistas brasileiras se dividiram em dois grupos: as de variedades e as de cultura. Já na segunda metade deste século, a segmentação ganhou força. Nesse período foram lançadas as revistas femininas como *Manequim* (1959), *Cláudia* (1961) e *Nova* (1970); as masculinas como

Fairplay (1966), *Status* (1974) e *Homem* (1975), que com o tempo recebeu o nome de *Playboy* e as destinadas ao segmento da saúde corporal e bem estar.

Com o desenvolvimento do setor figura e investimentos no mercado editorial surgiram diversos títulos que são fenômenos de vendas até hoje como *Isto É*, *Época* e *Veja* (1968), que ocupa atualmente a posição de revista mais lida do país. Ao longo do tempo as principais revistas brasileiras contaram a história do país noticiando os acontecimentos que marcaram época na política, economia e em toda sociedade como catástrofes naturais, revoluções, eventos esportivos e outros fatos que emocionaram milhares de leitores.

2.3-Revista Segmentada

As revistas segmentadas surgiram não para atrair todos os leitores, mas sim um público-alvo interessado em determinados segmentos. Essa mídia especializada oferece informações e dicas de grande valia para profissionais das mais variadas áreas, decoração, jardinagem, medicina, economia, moda, saúde, música, esporte, educação.

O presidente nacional da Associação das Editoras de Publicações (ANATEC), Paulo Renato Sckersdorff, ressaltou num artigo publicado no jornal *Meio & Mensagem*, citado no *site* absoluta.com.br a importância das revistas segmentadas que além de valorizar o conteúdo atraem diversos assinantes.

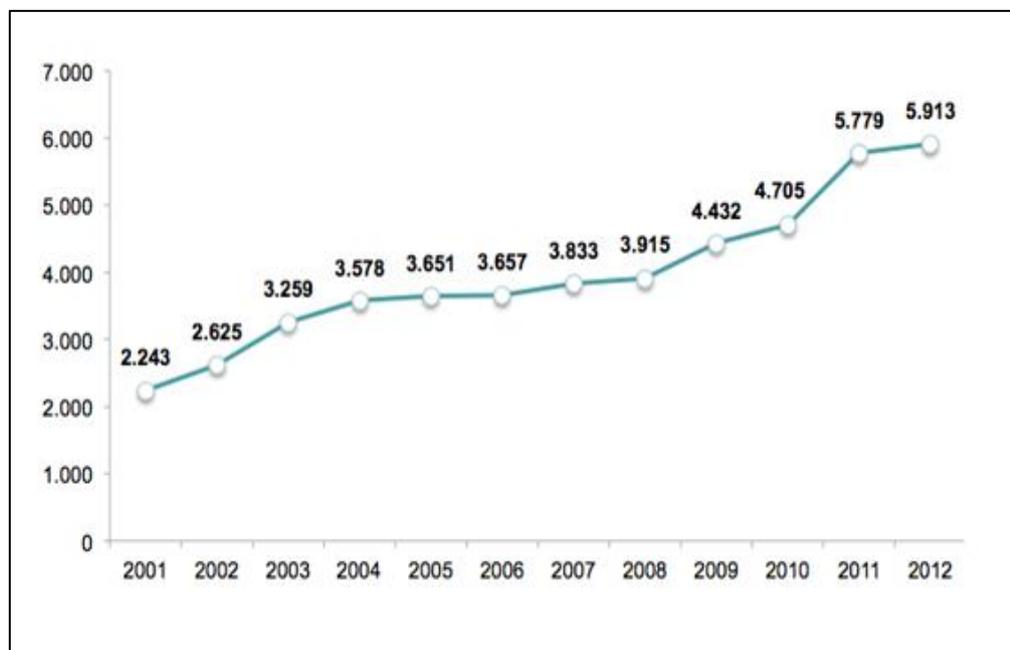
A segmentação significa adequar e dirigir da melhor forma possível o conteúdo editorial e comercial a públicos distintos, atendendo segmentos específicos de mercado e leitores. Sob o ponto de vista comercial, as publicações segmentadas são caracterizadas principalmente como mídia eficiente, mídia direta sem desperdício de audiência e retorno praticamente assegurado².

Cada dia que passa a revista se torna a mídia mais segmentada do país. De acordo com Scalzo (2003), as revistas obedecem a uma linha de segmentação que vai desde o gênero, temas e idade até o que a autora vai chamar de “segmentação da segmentação”. Isso acontece porque se antes existia um periódico que falasse sobre educação de um modo geral, hoje existem títulos que tratam do campo da educação de maneira direcionada, ou seja, educação infantil, educação inclusiva, educação no ensino médio e tantos outros foram criados para um público específico.

² Disponível em: <http://www.absoluta.com.br/site/midia>

Em artigo publicado no Observatório da Imprensa, Alexander Goulart (2006) afirma que “a revista está inserida no mercado atual; um mercado que busca a segmentação de público e publicitária. Fala para as diversas tribos”. Atualmente as revistas apresentam uma variedade editorial grandiosa com milhares de títulos para todos os gostos e públicos. As estatísticas apresentadas pelo IVC indicam que esse número não para de crescer, de acordo com a figura abaixo vemos que entre os anos de 2001 e 2012 surgiram 3.670 títulos e as projeções é que essa diversidade aumente ainda mais.

Figura 1-Número de Títulos



Fonte: IVC e Distribuidoras, 2013.

2.4-O Uso da Revista como Ferramenta Pedagógica

Atualmente a escola evoluiu de uma instituição preocupada apenas com o ensino na sala de aula para um espaço que considera a dinâmica social. O cenário das escolas com carteiras e uma lousa aos poucos foi se transformando e novas práticas pedagógicas foram adotadas, devido entre outros acontecimentos ao desenvolvimento tecnológico e o acesso aos meios de comunicação.

Para dar conta dessas mudanças e ter um bom desempenho dentro do universo escolar é preciso que o professor construa um diálogo entre a mídia e a educação. A apropriação da mídia e dos recursos midiáticos e seu uso nas escolas podem ajudar no processo de ensino-aprendizagem dos alunos. A mídia pode ser utilizada pelos professores dentro da sala de aula

como fonte de pesquisa, mas também pode servir para orientar o professor sobre sua postura e os métodos a ser adotados.

Assim, o professor educador utiliza a mídia existente no seu fazer pedagógico, como é o caso das revistas educativas que podem ser usadas como ferramentas de direcionamento para a aplicação dos conteúdos. Nesse contexto, a mídia não exerce apenas o papel de distribuir informação, mas sim de ser utilizada como fonte de conhecimento e formação para os profissionais da educação.

As revistas especializadas em educação tratam de temas que são de extrema importância para o professor como as políticas educacionais e tendências pedagógicas. Para Silva (2009, p. 20) “as revistas são instrumentos que servem para a articulação e divulgação de práticas educativas, e se organizam enquanto textos que problematizam e orientam como deve ser a educação nas escolas”.

Desta forma, o educador que usa a revista como ferramenta pedagógica pode se manter atualizado sobre tudo que acontece no cenário da educação. Muitos professores estão exercendo o magistério há anos e por conta da vida corrida não encontram tempo suficiente de pesquisar e investir na formação. Isso acontece porque quando não estão em sala de aula, estão preparando as aulas. A revista é um recurso didático que pode ajudar o professor nessa atualização de práticas, porque nos mais diversos títulos existentes.

A pesquisa de Rossana Gaia sobre comunicação e mídia traz importantes contribuições na análise do uso dos meios de comunicação, envolvendo professores e alunos e mostrando como ela produz impactos nas práticas educativas. A pedagogia só realmente se efetiva quando a comunicação ocorre. “Ao usar a mídia em seu cotidiano, o educador tem em mãos assuntos diversificados que permitem contemplar discussões sobre a sociedade na qual estamos inseridos” (GAIA, 2001, p. 16).

As revistas podem atuar como auxiliares no que corresponde ao fazer pedagógico. Desta forma, os atores envolvidos no processo da educação tem em mãos um suporte para ser utilizado na prática diária da sala de aula. Muitos títulos apresentam planos de aula dinamizados que contribuem no processo de ensino aprendizagem dos alunos.

3- MÍDIA E EDUCAÇÃO

Quando lemos sobre o contexto histórico do nosso país, percebemos que nada acontece de maneira isolada. As transformações políticas, sociais e econômicas também

ocasionaram mudanças profundas na educação e na comunicação. As mudanças constantes no cenário social trouxeram consigo novas demandas às escolas e aos professores. A educação adquiriu uma série de elementos e práticas que visam aliar essa área do conhecimento aos processos da comunicação. Sobre essa nova concepção ampliada a UNESCO, Delors, (2003, p.90) afirma que:

A educação devia fazer com que todos pudessem descobrir, reanimar e fortalecer o seu potencial criativo – revelar o tesouro escondido em cada um de nós. Isto supõe que se ultrapasse a visão puramente instrumental da educação, considerada como a via obrigatória para obter certos resultados (saber-fazer, aquisição de capacidades diversas, fins de ordem econômica), e se passe a considerá-la em toda a sua plenitude: realização da pessoa que, na sua totalidade, aprende a ser.

As pesquisas em educação, enriquecidas com o uso das tecnologias, tem avançado bastante. Deste modo, nos dias de hoje, a educação ultrapassa os muros escolares e se integra a comunicação para favorecer o processo de ensino aprendizagem e dinamizar os conteúdos ministrados em sala de aula. A noção de sala de aula é ampliada aqui como um local facilitador de possibilidades e funções educativas e comunicativas.

A realidade atual do país promove a educação como uma ferramenta colaborativa e democrática, dando oportunidade aos alunos de estudar, refletir e dar opiniões sobre diversos conteúdos. Em outros momentos da educação, não havia uma preocupação direta com o processo de reflexão e desenvolvimento crítico dos alunos. De acordo com o desenvolvimento da sociedade e, por conseguinte, da educação, novos métodos foram adotados. Muitos teóricos foram pesquisando e criando novas maneiras de se olhar para a educação concebendo-a como administradora e transmissora do saber necessário ao desenvolvimento social. Para Moran (2012, p.13) educar é:

Colaborar para que professores e alunos – nas escolas e organizações – transformem suas vidas em processos permanentes de aprendizagem. É ajudar os alunos na construção da sua identidade, do seu caminho pessoal e profissional – do seu projeto de vida, no desenvolvimento das habilidades de compreensão, emoção e comunicação que lhes permitam encontrar seus espaços pessoais, sociais e profissionais e tornarem-se cidadãos realizados e produtivos.

Ensinar deve ir além de transmitir informações, mas sim preparar o aluno para viver em sociedade. Avançando mais nesta linha de reflexão, vemos que o desafio atual dos educadores está em sua contribuição à redefinição dos saberes e dos valores aptos a participar

dos processos de construção de novos cidadãos. Essa visão corresponde também a uma reflexão especial sobre os documentos normativos que regem os processos educacionais no país e orientam os professores a formar cidadãos críticos que saibam conviver com a sociedade e o mundo atual. Assim, Soares (2001, p.42):

Já no Brasil, a nova Lei de Diretrizes e Bases abriu espaços para a introdução da educação para a comunicação nos currículos. Os parâmetros curriculares para o ensino fundamental deixaram evidente a necessidade de uma aproximação ao universo da comunicação, enquanto as normas para a reforma do ensino médio estabelecem praticamente um terço do conteúdo dos currículos que vierem a ser elaborados leve em conta a presença das tecnologias e dos meios na sociedade e na educação. Apesar da boa vontade da lei, permanece a dificuldade decorrente da falta de preparo dos docentes, levando em conta que as faculdades de educação ainda desconhecem o tema, o que leva os planejadores educacionais a desconsiderar o assunto. Daí a constatação de que os projetos em voga permanecem, na maioria das vezes, como atividades extracurriculares ou dependem da ação isolada de ativistas, em geral no âmbito das organizações não-governamentais.

A formação dos educadores deve estar comprometida com a construção de uma proposta educativa que seja baseada no conjunto de práticas instituídas pelos documentos normativos como a Lei de Diretrizes e Bases da Educação e os Parâmetros Curriculares Nacionais, os quais concederam espaço para a comunicação nos currículos.

Assim como o ar que respiramos, vivemos num tempo em que a comunicação está presente em todos os lugares. Uma alternativa para o professor é utilizar a mídia na sala de aula como uma propagadora das informações e acontecimentos. Para Citelli (2004, p. 138), “os fluxos comunicativos e as práticas pedagógicas escolares passaram a ter, por força das presentes circunstâncias históricas, enorme aproximação”. Esse modelo de educar através da criação de ecossistemas comunicativos, segundo o autor, é resultado das novas formas de perceber e até mesmo sentir o mundo. Para Melo & Tosta (2008, p.61) devemos pensar a mídia como:

uma instância de produção de conhecimento que saiba lidar com os processos comunicacionais, incluindo todo o aparato midiático disponível na sociedade. A análise de diferentes formas e conteúdos midiáticos poderá fornecer elementos significativos para o gestor, para o professor, e para o aluno em sala de aula nos múltiplos espaços que a escola dispõe, na medida em que esse professor-mediador estiver inteirado dos processos de produção cultural que se apresentam na mídia.

A educação é um processo que possibilita facilitar e expressar a comunicação de uma maneira cada vez mais profunda e enriquecedora para todos os participantes, especialmente professores e alunos. Desse modo a mídia tornou-se um instrumento indispensável no processo educativo. TV, rádio, cinema, jornal, revista, internet e outros meios oferecem uma gama de possibilidades para que os professores trabalhem os mais diversos conteúdos dentro da escola. Essa integração das mídias à educação facilita o conhecimento e atinge dimensões pedagógicas que vão além dos limites tecnológicos. Nóvoa (2002, p.31) considera que a

imprensa é, provavelmente, o local que facilita um melhor conhecimento das realidades educativas, uma vez que aqui se manifestaram, de um ou do outro modo, o conjunto de problemas desta área. É difícil imaginar um meio mais útil para compreender as relações entre a teoria e a prática, entre os projetos e as realidades, entre a tradição e a inovação. São as características próprias da imprensa (a proximidade em relação ao acontecimento, o caráter fugaz e polêmico, a vontade de intervir na realidade) que lhe conferem esse estatuto único e insubstituível como fonte para o estudo histórico e sociológico e da pedagogia.

A mídia também assume um papel importante dentro do contexto da educação quando se fala em formação da opinião pública e responsabilidade social. Quando os alunos chegam à escola já possuem um repertório adquirido por meio de relações com familiares, amigos e também com o uso dos recursos tecnológicos. Nesse contexto se faz urgente adotar práticas educacionais que valorizem este vasto mundo de informações tornando a escola um espaço estratégico de sociabilidade pedagógica via meios de comunicação de massa.

O educador tem o papel de trazer as mídias para dentro do universo escolar, não só como mero entretenimento, mas como fonte de informação, material didático e principalmente como registro documental de histórias que aconteceram em diversas épocas. A mídia aliada à educação funciona como ferramenta ideológica que auxilia na construção das identidades individuais e coletivas.

Quando o professor usa os produtos midiáticos como recurso pedagógico cria um ambiente propício à reflexão crítica e possibilita a ampliação do repertório de experiências dos alunos. Diante disso, a educação entra em cena para fazer com que a comunidade escolar aprenda a interpretar reflexivamente as mensagens veiculadas pela mídia.

3.1- Educomunicação: conceito e origem

Comunicação e educação são ciências humanas que caminham e sempre caminharam juntas. No entanto, essa afirmação ficou em evidência apenas nos anos 80 pela UNESCO com o surgimento do termo educomunicação para designar a prática da educação ante os efeitos da mídia e com a necessidade de sintonizar essas áreas com as novas gerações. Alguns anos depois, entre 1977 e 1999, o Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (USP) ressignificou esse conceito para designar a busca do diálogo entre o sistema de ensino e as práticas comunicativas, como contribuição para formar sujeitos sociais, especialmente jovens e crianças capazes de transformar a realidade.

De acordo com as pesquisas de Costa (2010, p. 53) “a relação entre os campos da Educação e Comunicação está sendo estudada desde a década de 70, por Mário Káplun”. A autora mostra que essa relação teve origem nas lutas sociais por espaços de expressão com uma ideia inicial de educação popular e comunicação alternativa.

Segundo o coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes da cidade de São Paulo, o professor Ismar Soares, atualmente a prática educacional vem sendo realizada por meio de projetos que envolvem o uso de mídias e tecnologias. Para Soares (2001, p. 43), a educomunicação é:

Um conjunto de ações inerentes ao planejamento e avaliação de processos, programas e produtos de comunicação implementados com intencionalidade educativa. Destinado a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos, abertos, criativos sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática dos recursos da informação.

A criação desses ecossistemas comunicativos é o ponto forte da educomunicação que pode ser visualizado como um novo campo midiático, processual, interdisciplinar e interdiscursivo de saber e de prática social. Melo afirma que a comunicação por si só “é um campo genuinamente interdisciplinar” (MELO & TOSTA, 2008, p.13). Como há uma abrangência desses dois campos juntos, Soares *apud* Sartori (2006, p. 3) define quatro áreas constituintes da educomunicação:

1. Área da educação para a comunicação: consiste nas reflexões em torno da relação entre a comunicação e seus processos (produção, recepção, entre outros) e o campo pedagógico. Tem por objetivo possibilitar a leitura da relação entre os indivíduos e os meios, levando à intervenção nas políticas e processos de comunicação massiva;
2. Área da mediação tecnológica na educação: preocupa-se com a utilização das TIC nos processos educativos, em uma perspectiva interdisciplinar e voltada para capacitação ao uso pedagógico e discussão sobre o uso social e político;

3. Área da gestão da comunicação no espaço educativo: trata do planejamento, execução e realização de procedimentos e processos que criam ecossistemas comunicativos;
4. Área da reflexão epistemológica: compreende a reflexão acadêmica que atribui unidade teórica ao campo e, assim, aprofunda, sistematiza e legitima o campo.

Conforme relata Gaia (2001) a educomunicação tem como objetivo educar criticamente as pessoas para a leitura dos meios de comunicação. Para SOARES, (2002, p. 264):

O campo da Educomunicação é compreendido, portanto, como um novo gerenciamento, aberto e rico, dos processos comunicativos dentro do espaço educacional e de seu relacionamento com a sociedade. O campo da Educomunicação incluiria, assim, não apenas o relacionamento de grupos (a área da comunicação interpessoal), mas também atividades ligadas ao uso de recursos de informações no ensino-aprendizagem (a área das tecnologias educacionais), bem como o contato com os meios de comunicação de massa (área de educação para os meios de comunicação) e seu uso e manejo (área de produção comunicativa).

O termo educomunicação vem disseminar, na verdade, a criação de um ecossistema comunicativo, que ultrapasse os muros da escola, mediado por uma gestão participativa na qual toda a comunidade escolar possa compartilhar conhecimentos, ampliando a relação comunicativa e aperfeiçoando o processo de ensino aprendizagem com o gerenciamento dos meios de comunicação na esfera disciplinar. Para Schaun (2002, p.15), “a questão da educomunicação busca ressignificar os movimentos comunicativos inspirados na linguagem do mercado da produção de bens culturais, mas que vão se resolver no âmbito da educação como um lugar de cidadania”. A autora mostra que a adoção dessas questões possibilitará uma transformação do currículo.

Educadores de diversas épocas também trabalharam com a relação entre as áreas da comunicação e da educação como Paulo Freire (2001), que afirma que a educação é concebida como um ato político de comunicação e diálogo, pois a comunicação implica uma reciprocidade que não pode ser interrompida. Para Rodrigues (Data desconhecida, p.3) “A Educomunicação vai além de ações pontuais; ela trabalha com políticas públicas, para não beneficiar apenas uma minoria e, sim, atingir a população, criando verdadeiros ecossistemas. O objetivo é mudar o processo”³.

³ Disponível em <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/148.pdf> < Acesso em 10 out. 2014>

Diversas experiências promovidas pelo NCE/USP como o Educom.rádio e o Educom.TV, além de ações e projetos em parceria com os Ministérios da Educação e do Meio Ambiente comprovam o potencial dessa nova área do conhecimento. Após alguns anos de investigação científica a USP e mais recentemente a UFCG deram início ao curso de licenciatura e bacharelado em educomunicação destinado a formar professores de comunicação para atender as demandas da escola e auxiliar no desenvolvimento de projetos que envolvam mídias e conteúdos curriculares. Esse profissional também está apto a trabalhar em ONGs e instituições que desenvolvam projetos de educomunicação.

3.2- O perfil do educador

Tendo como base a pesquisa de Soares (2000, p.22), identificamos que a relação entre Comunicação e Educação pode ser reconhecida “como um novo campo de intervenção social e de atuação profissional, considerando que a informação é um fator fundamental para a Educação”. O profissional dessa área multidisciplinar desenvolve ao mesmo tempo papéis diferentes: pesquisador, analisando epistemologicamente os resultados do emprego dos recursos da comunicação nas práticas de ensino; consultor, prestando assessoria quanto à idealização de um plano qualitativo de relacionamento dos meios de comunicação com os usuários; e professor, que prepara o sujeito para desenvolver o senso crítico perante os meios de comunicação. Para Soares (2009, p. 162), “a Educomunicação é compatível com todas as modalidades da educação: a formal (escolar, curricular), a não formal (popular, não sistemática) e a informal (midiática, esporádica)”.

Podemos dizer que se trata de um profissional que introduz a mídia na sala de aula, faz com que os alunos se apropriem dos conteúdos jornalísticos publicados nos meios de comunicação e prepare esses mesmos alunos para ser um público com visão crítica diante dos veículos de massa. Num geral, o educador faz o estudante buscar, pensar, pesquisar e fazer uma análise crítica dos produtos midiáticos.

A prática pedagógica do educador precisa ser planejada, administrada e avaliada, permanentemente. Este profissional também cuida da comunicação externa e interna da escola promovendo diálogos entre professores, direção, pais, funcionários, alunos e comunidade. Lourenço (data desconhecida, p.2) afirma que:

desse modo, a ação educacional não se limita ao espaço da sala de aula, tampouco ao interior da escola. A ação educacional precisa ter alcance maior para garantir as condições de transformação do espaço escolar. Os sujeitos envolvidos em processos educacionais precisam de autonomia não só para gerenciar os recursos materiais que necessitam, mas também a relação entre o tempo e o espaço que ocupam.⁴

A educação se inicia na escola, então lá é a fonte que insere diversos agentes sociais no processo da comunicação. É preciso apresentar aos alunos a realidade do mundo midiático em que vivemos, através da própria mídia. Num mundo globalizado como o nosso, a principal ligação entre as culturas é feita através da comunicação. Por isso é tão importante que os alunos e, principalmente, os professores compreendam o complexo contexto da comunicação no meio social as condições de produção, circulação e consumo das mensagens. Tudo isso possibilita o entendimento do condicionamento da informação e diminui as distâncias que existem entre a mídia e a educação formal.

Já se foi o tempo em que o aluno exercia a função de um ser passivo ou receptor de conhecimentos preestabelecidos pela escola, com o pressuposto de que aluno aprende com professor. O aluno é concebido hoje como alguém que capta, produz e gera conhecimento. Para Paulo Freire, o conhecimento exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. “Demanda uma busca constante, implica invenção e reinvenção. Requer uma ação transformadora sobre a realidade” (FREIRE, 2002, p. 27).

Daí é fundamental que a educação esteja presente no ambiente escolar como ferramenta de informação nos processos educativos, e como gestão comunicativa e participativa. Ora, a mídia é atualizada, coloca em pauta diversos assuntos que contribuem com a formação crítica dos sujeitos e dá um suporte maior ao professor. Desta maneira os alunos se tornam interventores sociais apropriados e fomentam cada vez mais a produção de um conhecimento oportuno e adequado que traga benefícios à qualidade de vida e diálogos entre saberes.

Os alunos estão no universo digital, enquanto os professores permanecem analógicos. Essa metáfora não faz mais sentido desde que o conceito de educação começou a ser utilizado dentro dos muros da escola. A sociedade atual exige que a educação prepare o aluno para enfrentar novas situações a cada dia. Com isso o ambiente escolar deixa de ser objeto de transferência de informações para adquirir um caráter de renovação constante. A escola de hoje tem a responsabilidade social de se reinventar se quiser continuar como instituição educacional, devido às novas exigências de formação de indivíduos, profissionais e cidadãos.

⁴ Disponível em <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/81.pdf>. < Acesso em 19 out.2014 >

Trata-se de um espaço escolar participativo e de emancipação de jovens fomentadores de informação.

Os alunos esperam que o conteúdo debatido em sala de aula dê água na boca e faça sentido na vida e no futuro de cada um deles. De acordo com Soares, o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação expandiu as fronteiras do saber e trouxe uma série de possibilidades que podem tornar a escola um ambiente mais desafiador tanto para quem aprende como para quem ensina. A escola segundo Sousa et al (2011, p.23) deve ser um espaço “constituído de ambientes com troca de visões de mundo, construção de reflexões e práticas transformadoras que promovam uma aproximação entre docentes e discentes”.

Em questões de provas de concursos públicos, vestibulares, Enem (Exame Nacional do Ensino Médio) ou até mesmo na Prova Brasil (aplicada anualmente aos alunos do sexto e nono anos do ensino fundamental) percebe-se a predominância de textos que usam a linguagem jornalística, fotográfica e audiovisual. Por isso o aluno precisa dominar habilidades que o capacitem a viver em sociedade, atuando nas mais diversas situações de comunicação.

O reconhecimento da importância de se levar a mídia para a escola deve motivar também o sistema educacional público ou privado e os cursos voltados para a formação de docentes. Cerca de 300 mil matriculados em cursos de pedagogia no Brasil dispõem apenas 2,5% de sua grade curricular para aprender sobre tecnologia e seus usos na sala de aula.

A formação de professores se dá em instituições de ensino superior sem vínculo real com escolas. Esse divórcio entre teoria pedagógica e prática didática resulta numa certa deficiência na aprendizagem, que pode ser superada com residência pedagógica e uma parceria entre centros formadores e escolas.

Nesse contexto, é necessário que o professor faça a apropriação de uma gama de informações propagadas pelos meios de comunicação e redimensione a prática, pois o conhecimento não é mais fruto apenas de sua autoria e ele não é detentor da sabedoria absoluta. Essa realidade tem origem com o surgimento e presença ativa das tecnologias digitais da informação e dos meios de comunicação na sala de aula. “O educador deve coordenar, pesquisar e trabalhar com os mecanismos que regem a recepção e o consumo, expressando saberes prévios e mobilizando negociações com novos saberes” (SCHAUN, 2002, p. 22).

É preciso atentar para a realidade de cada professor tendo em vista a maneira como ele entende esse processo e como se apropria do conteúdo educacional, que é publicado na revista. Nem sempre a velocidade das inovações tecnológicas, num mundo que é líquido e

fluido, corresponde à capacitação dos professores para a sua utilização. Esse fato resulta, na maioria das vezes, num uso inadequado ou na falta do uso dos recursos tecnológicos disponíveis.

Segundo o polonês Zygmund Bauman (2011, p. 120), em tempos líquidos os alunos “querem orientadores para lhes mostrar como caminhar, e não professores que lhes façam seguir a única estrada possível – aliás, já cheia de gente, justamente por ser “a única”. Nesse cenário educar e preparar os seres humanos para essa vida moderna torna-se ainda mais difícil.

Quando o professor se transforma em educador ele deixa de praticar a comunicação vertical ou a pedagogia da transmissão, que se baseia numa postura unidirecional e linear do professor centrada no seu falar-ditar, e passa a ser apenas um mediador de ações na sala de aula. Por isso ele deve sempre estar aberto para dialogar com seus alunos, e também dar a chance desses estudantes produzirem conhecimento numa linguagem o mais próximo possível de sua realidade. Para isso, segundo Soares (2002), ele vai utilizar da criatividade que cada aluno possui, e juntando o melhor de cada um vai formar uma grande ação coletiva/colaborativa.

A formação do educador “deve contemplar o aporte de uma consciência ética e uma pragmática voltada para as transformações da sociedade”. (SCHAUN, 2002 p 22). A educação traz a tona um profissional com um objetivo triplo, ou seja, um profissional que qualifica alunos para refletirem sobre o sistema dos meios de comunicação, leciona de maneira dinâmica e interativa os conteúdos programados no currículo escolar e utiliza os recursos da comunicação nas práticas de ensino. Essas funções não podem ser exercidas sem que o profissional passe por um processo de reflexão e formação.

De acordo com o Núcleo de Comunicação e Educação da USP, a Educação necessita que sejam observados alguns procedimentos sem os quais fica irreconhecível, entre eles podemos listar:

- a) É necessário prever e planejar '\conjuntos de ações\' no contexto do plano pedagógico das escolas, e não ações isoladas (uma ação isolada não modifica as relações de comunicação num ambiente marcado por práticas autoritárias de comunicação);
- b) Todo planejamento deve ser participativo envolvendo todas as pessoas envolvidas como agentes ou beneficiárias das ações (por isso, convidamos os professores, alunos e membros das comunidades a desenvolverem planejamentos conjuntos);
- c) As relações de comunicação devem ser sempre francas e abertas (a educação busca rever os conceitos tradicionais de comunicação, como se existisse apenas para persuadir ou fazer a boa imagem dos que

- detêm poder e fama. Aqui, a comunicação é feita para socializar e criar consensos);
- d) O objetivo principal é o crescimento da auto-estima e da capacidade de expressão das pessoas, como indivíduos e como grupo. Como grupo.⁵

4- A REVISTA NOVA ESCOLA

4.1- Grupo Abril

O Grupo Abril é um dos maiores grupos midiáticos da América Latina que surgiu em 1950 com a revista em quadrinhos O Pato Donald. A marca do grupo Abril é uma árvore verde que indica esperança, fertilidade e otimismo. Neste contexto, o grupo recebeu esse nome porque a primavera na Europa acontece no mês de abril.

A Abril trabalha com base em três pilares: mídia impressa, audiovisual e interativa oferecendo cultura, entretenimento e informação a todos os segmentos de públicos. Este grupo tem como missão “contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país”⁶. A empresa visa ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação.

O Grupo Abril é responsável pelas revistas de maior circulação do país como a Veja, Exame e a Nova Escola, criada em 1986 pela Fundação Victor Civita (FVC). Há 29 anos a revista contribui com a melhoria da qualidade da educação básica no Brasil produzindo um conteúdo que auxilia na capacitação e valorização de professores e gestores.

A revista Nova Escola (NE), considerada hoje a maior revista de educação do Brasil e a maior em circulação, quando se trata de revista mensal, é uma publicação científico-pedagógica que tem periodicidade mensal, tiragens expressivas que chegaram a 588.098 e 383.202 assinaturas de acordo com dados apresentados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) no ano de 2013. Neste mesmo ano a Projeção Brasil de Leitores apontou que em 2013 a revista foi lida por 1.327.462 pessoas⁷.

4.2-Breves considerações sobre a revista

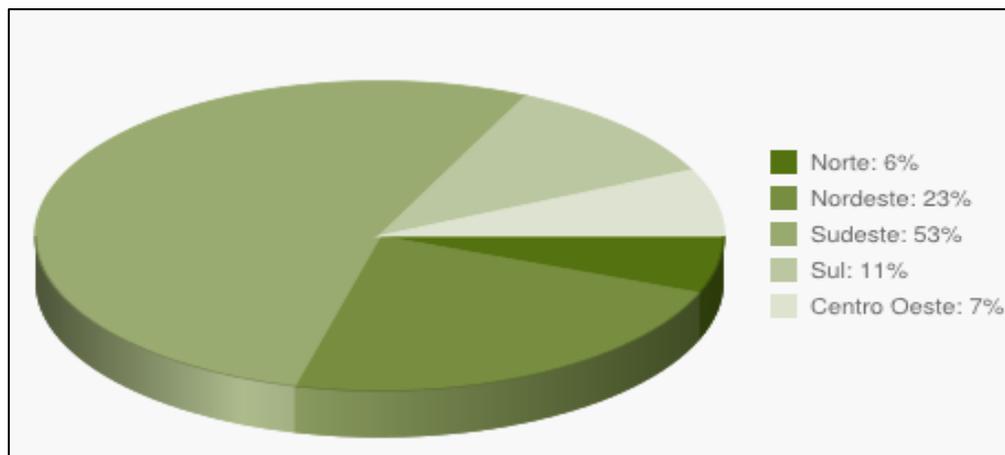
⁵ Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf> < Acesso em 22 set. 2014 >

⁶ Disponível em: <http://grupoabril.com.br/pt/missao-e-valores>

⁷ Disponível em <http://publiabril.abril.com.br/marcas/novaescola/revista/informacoes-gerais>

Segundo dados da editora Abril, através da NE, a FVC atinge a cada mês cerca de 3,3 milhões de professores, diretores e coordenadores em praticamente todas as escolas do país. Os exemplares podem ser adquiridos em bancas de jornal, por meio de assinatura ou distribuição gratuita nas escolas públicas. Em muitas delas, a única que o professor tem acesso. A figura abaixo mostra a distribuição da NOVA ESCOLA nas escolas de todas as regiões do país, foram considerados os dados de circulação.

Figura 2-Distribuição da revista por região



Fonte: IVC, 2013.⁸

Analisando a figura vemos que a distribuição não acontece de maneira uniforme, todavia mesmo com uma porcentagem pequena todas as regiões são contempladas com a revista. Sendo que as regiões Sudeste e Nordeste lideram o ranking de distribuição.

Antes de criar a revista NE, a Abril lançou dois periódicos com o objetivo de ajudar os professores brasileiros na tarefa de educar: Escola, em 1972, e Professora Querida, em 1983. No entanto, esses títulos não obtiveram sucesso e foram limitados a um pequeno número de edições. O editorial da primeira edição de NE elencava os objetivos principais e o foco da revista: “fornecer à professora informações necessárias a um melhor desempenho de seu trabalho; valorizá-la; resgatar seu prestígio e liderança junto à comunidade; integrá-la ao processo de mudança que ora se verifica no país; e propiciar uma troca de experiências e conhecimentos entre todas as professoras brasileiras de 1º grau”.⁹

⁸ Disponível em <http://publiabril.abril.com.br/marcas/novaescola/revista/informacoes-gerais>. < Acesso em 18 set. 2014>

⁹ Disponível em: <http://revistaescola.abril.com.br/politicas-publicas/planejamento-e-financiamento/apresentacao-25anos-mudancas-educacao-nova-escola-618212.shtml?page=1> . < Acesso em 18.set. 2014>

Na época, um contrato com o Ministério da Educação proporcionou que mais de 200 mil escolas públicas brasileiras recebessem as edições da revista. A missão da NE é valorizar e qualificar o professor da Educação Básica em todo o Brasil contribuindo de acordo com NOVA ESCOLA (2004, p. 6):

[...] para a melhoria do ensino fundamental, divulgando informações que contribuam diretamente para a formação e o aperfeiçoamento profissional dos professores. Com esta revista [...] os professores têm acesso às novidades da área e às experiências dos maiores especialistas em educação do Brasil e do exterior [...]

Trata-se de uma mídia impressa segmentada direcionada aos profissionais que compõem o cenário da educação brasileira “professores, coordenadores pedagógicos, diretores e demais interessados no cenário educacional brasileiro que habitam nas grandes e pequenas cidades, na zona rural e nas mais longínquas localidades”. (NE, 2008, p. 10.)

Ao longo de 29 anos, a NE vem se consolidando como um importante veículo de divulgação de práticas pedagógicas. Como podemos observar na fala do Professor Suetônio Matias que leciona na Escola Estadual de Ensino Médio Juarez Maracajá localizada na cidade de Gurjão, Paraíba:

A Revista Nova Escola pode funcionar como um importante instrumento de auxílio pedagógico, pois ajuda o professor a aumentar seu cabedal teórico e aplicar, de forma mais pragmática, os conteúdos trabalhados na sala de aula. Por outras palavras, a revista pode ser utilizada como ferramenta pedagógica para um aprimoramento da prática docente perante um processo educativo contextualizado. (Informação Verbal)¹⁰

A revista é distribuída gratuitamente pelo Ministério da Educação e não tem fins lucrativos. O valor pago pelos assinantes e gestores públicos cobre apenas despesas com impressão e confecção. Neste contexto, a cada edição o periódico conquista mais leitores e consegue atingir hegemonia liderando o ranking de revistas da área educacional brasileira.

Até o ano de 1997, a NE circulou em nove edições anuais e, a partir de 1998, tem circulado em dez edições por ano sendo que as dos meses de dezembro/janeiro e junho/julho estão condensadas numa só edição por serem períodos de férias.

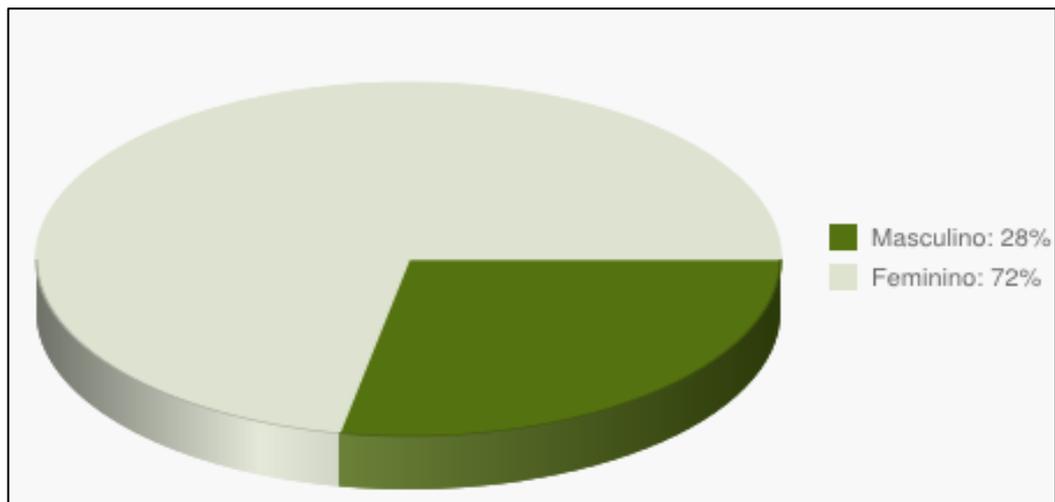
Em 1998 a FVC criou o Prêmio Fundação Victor Civita Nota 10 com o objetivo de “identificar, valorizar e divulgar experiências educativas de qualidade, planejadas e executadas por professores em escolas de ensino regular”. (NOVA ESCOLA, 2005, p. 22).

¹⁰ Entrevista concedida pelo professor Suetônio em 10 de novembro de 2014 Gurjão-PB.

Todos os anos, os professores se inscrevem para concorrer à premiação relatando sua prática na sala de aula. O Prêmio revela e valoriza o trabalho de excelentes professores e gestores, cujas práticas fazem diferença na aprendizagem dos seus alunos. É a principal iniciativa da FVC para a valorização do trabalho docente e disseminação de práticas educativas de sucesso, dando oportunidade para que outros educadores possam utilizar a boa experiência em suas próprias escolas. Em 2013, o Prêmio foi patrocinado pelas editoras Ática e Scipione, TAM e Anhanguera educacional.

É importante ressaltar que este veículo de comunicação de massa atua a mais de duas décadas na sociedade brasileira, tendo destaque no cenário da educação do país e atinge com louvor o público-alvo a que é destinada. Na figura 2 podemos ver que a maioria dos leitores da NE é do sexo feminino num total de 72% de mulheres.

Figura 3- Perfil dos leitores por sexo



Fonte: EGM - Estudos Marplan Consolidado, 2013¹¹

4.3- Linha editorial, conteúdos e perfil de leitores

A linha editorial do periódico objetiva melhorar o desempenho do professor junto à comunidade escolar, integrando-o às mudanças informacionais e tecnológicas que ocorrem. Em diversas reportagens, esse produto midiático orienta os professores sobre como estes podem colaborar na construção do saber dos alunos. Vale ressaltar que a revista tem uma

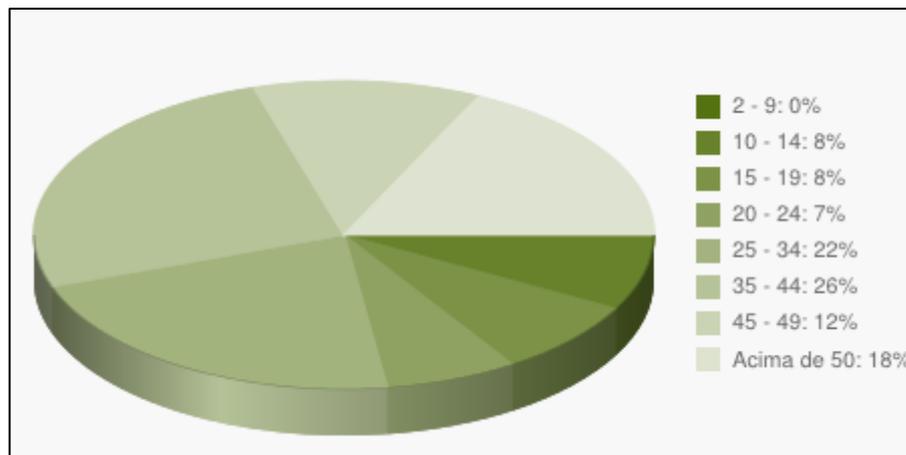
¹¹ Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/marcas/novaescola/revista/informacoes-gerais> <Acesso em 18 set 2014>

seção específica para planos de aulas e a cada edição apresenta propostas para que os professores trabalhem com os alunos na sala de aula.

O professor Fabiano de Araújo Oliveira que leciona na Escola Municipal Fenelon Medeiros, relata as contribuições que a revista proporcionou em sua prática: “diante dos inúmeros recursos que o professor precisa para planejar e executar suas aulas a revista tem contribuído com a divulgação e socialização de experiências exitosas”. (Informação Verbal)¹²

Podemos observar que não só os professores, mas também todos aqueles envolvidos no processo educacional e integrantes da comunidade escolar são leitores da revista como diretores, pais e os próprios alunos. Podemos comprovar isso analisando os dados da figura que mostra o consumo da revista por idade.

Figura 4-Perfil dos leitores por idade



Fonte: EGM - Estudos Marplan Consolidado, 2013.¹³

Os números afirmam que 8% dos leitores são adolescentes, ou seja, ainda estão na escola e outros 8% estão entre 15 e 19 anos, idade que antecede o ingresso à universidade. Desse modo, vemos que a revista colabora com a educação antes, durante e depois da formação. Comparando os números apresentados no relatório anual da FVC, podemos observar que a NE conquistou alguns avanços entre os anos de 2012 e 2013.

¹² Entrevista concedida pelo professor Fabiano em 10 de novembro de 2014 em Gurjão-PB.

¹³ Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/marcas/novaescola/revista/informacoes-gerais> <Acesso em: 18 set 2014>

Quadro 1 – Comparação dos avanços da Nova Escola entre 2012 e 2013

REVISTA NOVA ESCOLA		
DADOS	2012	2013
LEITORES (1)	2,7 milhões	1,8 milhões
EXEMPLARES DE CIRCULAÇÃO MÉDIA (2)	596 mil	524 mil
Professores que tem a revista como Top of Mind (3)	59%	71%
Leitores/professores que utilizam a revista como referência para planejar algumas/maioria das aulas	65%	68%
Leitores/professores que afirmam ter mudado sua prática em sala de aula a partir da leitura da revista	75%	76%

Fonte: 1 Projeção Brasil de Leitores Marplan 2012 X Circulação total, 2 Circulação total (IVC + pacotes - média jan a dez/12, Tracking Ibope 2010. ¹⁴

Em abril de 2014, a diretora de redação da NE afirmou no editorial que “a principal razão de ser de NE é mostrar práticas bem-sucedidas dentro e fora da sala de aula” (NOVA ESCOLA, 2014, p. 7.). A NE contribui tanto com a prática dos professores que já estão em sala de aula há anos, servindo como ferramenta de formação continuada, como os que acabaram de concluir a graduação.

As reportagens são escritas com base na visão de especialistas na área da educação que comentam e prestam uma assessoria pedagógica aos professores-leitores. Nas matérias da NE não encontramos o que se chama no jornalismo de “matéria quente” a menos que estes assuntos possam ser utilizados para a realização de atividades em sala de aula. Como exemplo disso, podemos citar a edição do mês de fevereiro de 2014, que trouxe uma matéria especial sobre a Copa do Mundo.

A manchete dizia: “Copa do Mundo 2014 – suas aulas viram um show de bola” incorporando um evento atual ao universo escolar. A edição orienta o professor a incluir a

¹⁴ Disponível em: <http://www.fvc.org.br/relatorio-anual.shtml> <Acesso em 11 de outubro de 2014>

Copa do Mundo em suas aulas, já que se trata de um dos maiores eventos esportivos do planeta e esse ano aconteceu no Brasil. A NE disponibilizou sequências didáticas para todas as disciplinas com sugestões de atividades para que o professor pudesse abordar durante as aulas aspectos sociais, econômicos e culturais envolvidos na Copa do Mundo. Na figura podemos visualizar aspectos gráficos e artísticos utilizadas na edição citada.

Figura 5- Capa da Nova Escola edição de fevereiro de 2014



O discurso jornalístico da NE garante o aperfeiçoamento das práticas em sala de aula e oferece uma política consistente de formação continuada para os professores adequada às mudanças educacionais e teorias pedagógicas. Através de textos jornalísticos a revista oferece de forma dinâmica um espaço com instrumentos que são capazes de renovar a interação, comunicação e colaboração tornando a aula muito diferente daquela fundamentada no pressuposto que diz que o professor é o único detentor do saber.

O conteúdo jornalístico da revista NE apresenta uma linguagem simples e objetiva fato que contribui com a eficiência no processo da comunicação. Nas diversas reportagens que a NE trouxe ao longo do tempo, encontramos experiências e depoimentos de professores de vários lugares do Brasil. Deste modo, além de ter acesso a orientações sobre o universo escolar, gestores, professores e educadores encontram nesse periódico uma maneira de socializar suas práticas com os demais.

Vale ressaltar que a NE tem como base a legislação estabelecida pelo governo na Lei de Diretrizes e Bases da Educação e nos Parâmetros Curriculares Nacionais, nesse sentido todo conteúdo que é publicado está dentro da programação dos documentos normativos. A cada ano a revista passa por mudanças que tem relação direta com os avanços ocorridos na educação, principalmente quando se trata da questão tecnológica.

Jornalistas, redatores, coordenação pedagógica e designers fazem parte da equipe desta revista que foi lançada em 1986 para melhorar a qualidade do ensino básico brasileiro e atualmente atinge milhares de leitores em sua versão impressa e através do site na internet. Assim, a NE, (2009, p. 6) afirma a importância de, “analisar o que ficou bom e o que não agradou, avaliar o que é preciso rever, e em casos extremos, abandonar tudo e recomeçar de outro jeito para fazer melhor. Assim é a rotina na redação da NE. A cada nova revista, toda equipe se debruça sobre o resultado em busca de soluções mais eficazes”.

O caráter inovador da revista é percebido através do próprio nome “NOVA ESCOLA”, outro ponto importante é a relação de proximidade existente entre revista e leitor, fato que pode ser comprovado no editorial do periódico que tem como título “Caro educador”.

A NE cumpre uma função importante de humanização e valorização do educador, um profissional que muitas vezes não disponibiliza de recursos necessários para dar suas aulas, diante das dificuldades de infraestrutura e currículo. Mas, a revista vai mais além, apresenta o professor como um personagem fundamental no processo de aprendizagem dos alunos. Neste cenário, o professor não é alguém que apenas ensina, mas é tratado como um educador, ou seja, aquele que tem a missão de educar o aluno para a cidadania e para viver em sociedade.

Atualmente a revista está dividida em quatro editorias: Capa, Seções, Sala de aula e Reportagens. A cada edição apresenta dicas de planejamento de aulas em diversas disciplinas que direcionam o trabalho do professor em sala de aula, fazem-no refletir sobre a própria prática e contribuem com o processo de ensino aprendizagem dos alunos. Temáticas como interdisciplinaridade, intertextualidade, currículo, inclusão social, prática pedagógica, meio ambiente, tecnologia e qualidade na educação são frequentemente utilizados nas reportagens da NE.

O *layout* da NE se modernizou passando por mudanças que acompanharam os avanços gráficos das revistas brasileiras. Como mostra a próxima figura.

Figura 6-Evolução do *layout* da Revista Nova Escola desde a primeira edição



O projeto editorial foi reformulado atualmente as páginas da NE são atrativas aos olhos do leitor, a revista alia texto, imagens, infográficos, mapas, quadros informativos e outros recursos para chamar a atenção do professor de forma didática.

Na revista encontramos várias maneiras de relacionamento com o leitor, endereços eletrônicos e telefones separados por funções específicas: para assinar, publicidade, pacotes de assinaturas e serviço de atendimento ao cliente.

Alguns textos, comentários e sugestões sobre matérias publicadas enviadas pelos leitores são selecionadas e publicadas na seção Caixa postal, por motivo de espaço ou clareza essas mensagens podem ser resumidas. Os leitores são devidamente identificados por nome, cidade e estado e expressam sua opinião sobre o conteúdo que encontram na NE.

Na edição do mês de abril de 2014, a revista publicou o depoimento de Lilian Contreira de São Paulo, leitora da NE, que elogiou uma matéria: “Ao abrir a revista, encontrei a poesia de Mário Quintana. Sou apaixonada por ele, obrigada! Confesso que, além de trabalhar o conteúdo com os alunos, vou mandar emoldurar a matéria”.

Na mesma edição, duas leitoras comentam sobre uma matéria que falou da dislexia, problema que atinge o processo de ensino aprendizagem das crianças. É importante observar que uma leitora se mostra a favor do conteúdo publicado e a outra contra, porém mesmo com uma opinião contrária o depoimento da leitora não foi barrado pela revista. NOVA ESCOLA, (2014, p. 10):

“Nos últimos dez anos, a quantidade de crianças ditas disléxicas vinha me preocupando. Eu as analisava diariamente e não conseguia enxergar a doença propriamente, e sim sérios desencontros entre os interesses da turma e a proposta da escola. Ao ler a entrevista de Beatriz de Paula Souza, me convenci de que eu não podia ver o que realmente não existia”. (Elisabeth Takeiti), Bragança Paulista – SP.

“Sou professora e mãe de uma moça de 21 anos, diagnosticada disléxica há 12. Fiquei revoltada com a entrevista. Em minha opinião, nada do que foi dito corresponde ao dia a dia de um disléxico. O laudo não tira a responsabilidade dos educadores, mas os ajuda no desafio de encontrar o melhor caminho para ensinar”. (Lizete Esteves de Carvalho, Rio de Janeiro).

4.4 - Editorias e seções

Na editoria Capa, encontramos a principal reportagem da edição que tem destaque na capa do periódico. Essa matéria geralmente é composta de textos longos e um aprofundamento característico das reportagens jornalísticas que trazem as práticas educacionais e os conteúdos mais relevantes tanto para a educação infantil como para o ensino fundamental e médio.

Nas páginas da NE encontramos também a editoria Seções que é subdividida em:

- Caro Educador - local destinado ao editorial da revista geralmente escrito pela diretora de redação;
- Caixa Postal - onde são publicadas as cartas enviadas pelos leitores;
- Em dia - onde encontramos pesquisas com dados e números atualizados sobre o cenário da educação no país;
- Educação em debate - local destinado a promover discussões a cerca de temas recorrentes na área da educação;
- E agora, Telma?, Neury Responde e Fala, Mestre - são três espaços destinados a especialistas que orientam o professor sobre qual postura deve ser tomada diante de realidades difíceis ou problemas que podem ocorrer no cotidiano escolar;
- Site - onde encontramos chamadas de conteúdos que podem ser acessados através do site da revista;

- Aut retrato - espaço onde educadores apresentam os trabalhos ou projetos que desenvolvem na sala de aula visando estimular o professor, resgatar seus valores enquanto profissionais formadores de cidadãos;
- Artigo - onde encontramos o gênero opinativo na revista, neste espaço especialistas expressam sua visão sobre temas importantes no cenário educacional;
- Estante - neste espaço encontramos sugestões de leitura de autores que se destacam na educação e áreas afins;
- Orgulho de ter professor - onde professores famosos falam sobre sua experiência escolar.

Na editoria Sala de Aula, a revista apresenta aos professores sugestões de planos de aula e sequências didáticas que podem ser aplicadas em todas as disciplinas do ensino fundamental, a saber: língua portuguesa, educação física, matemática, língua estrangeira, geografia, história, ciências e arte. Além de uma matéria sobre o ensino infantil. Para elaborar as matérias desta editoria a NE relata experiências de profissionais dos mais diversos lugares do país.

A editoria Reportagens apresenta para o professor leitor várias matérias sobre temas que fazem parte do dia a dia da comunidade escolar, destacando principalmente o processo de ensino aprendizagem, a formação dos professores e a prática pedagógica. É importante ressaltar que os assuntos das reportagens são sugestões dadas pelos leitores da revista que deixam sua sugestão na seção Caixa Postal.

4.5- Versão digital

Desde março de 2013, a NE está disponível para assinatura em versão digital através do site www.novaescola.org.br que traz diversos conteúdos extras constantemente atualizados e recursos multimídia como: planos de aulas, vídeos, galerias de fotos e links para artigos acadêmicos e textos complementares. Na versão digital da NE também podemos encontrar a linguagem multimídia através de áudio, vídeo e hiperlinks que nos levam a outras matérias com o mesmo tema e reforçam o conteúdo da reportagem.

A revista mantém canais de interação com o professor como as redes sociais, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, o *site* e o *email* e para aqueles que ainda preferem cartas, a NE também disponibiliza um endereço para a postagem. A página do Facebook da revista ampliou ainda mais o acesso aos conteúdos funcionando como ferramenta de divulgação e disseminação das reportagens e planos de aula publicados na revista. A Fanpage já conta com

mais de 700 mil curtidas e representa mais um espaço para que educadores de diversos lugares do país tenham acesso e possam compartilhar os conteúdos da revista formando assim uma verdadeira rede de educação.

A NE investiu na criação do formato para *tablets* com publicações disponíveis no Iba, *Google Play* e *Apple Store*. Em 2012, houve o lançamento de quatro especiais de NE totalmente interativos em versão digital, sendo dois deles também em versão impressa. Todas as matérias publicadas desde fevereiro de 2006, inclusive as edições especiais, também estão disponíveis no *site*, no menu superior, no campo "Todas as edições".

No ar desde 1999, o *site* é o maior banco de recursos pedagógicos do país. São mais de 2.500 planos de aula e projetos didáticos para todas as disciplinas. Esse conteúdo é disponibilizado num espaço específico onde o professor além de pesquisar os planos já existentes pode adaptá-los a sua realidade ou ainda criar novos. Para usar a ferramenta, o *site* ainda apresenta um vídeo tutorial orientando os professores como navegar pelo conteúdo. A figura apresenta o *layout* do *site*.

Figura 7-Layout do site



Os planos de aula (figura 8) são divididos em etapas de ensino, a saber: educação infantil, fundamental I e II e ensino médio; disciplinas que vão desde a língua portuguesa até a matemática e áreas que correspondem as Ciências humanas e suas tecnologias e Linguagens e códigos.

Figura 8-Espaço dos planos de aula



Se o professor digitar qualquer tema como meio ambiente, por exemplo, no espaço apresentado na figura 8, ele encontrará uma lista com inúmeras sugestões de como aplicar esse tema na sala de aula. Os planos de aula são estruturados em sequências didáticas que possuem objetivos, conteúdos, tempo estimado, material necessário, desenvolvimento, produto final e avaliação.

Além disso, o site ainda disponibiliza mais de 500 vídeos, infográficos, jogos *online*, informações detalhadas sobre as principais teorias educacionais, entrevistas com especialistas e blogs sobre *games*, coordenação pedagógica e gestão escolar. Para ter acesso ao conteúdo basta apenas fazer um cadastro gratuito e efetuar o *login*.

Com a versão digital e conteúdos exclusivos na plataforma online as fronteiras são ampliadas e um novo público é convidado a consumir a revista. O quadro abaixo mostra que em 2013 mais de 1 milhão de pessoas acessaram o *site* da NE de acordo com o quadro:

Quadro 2 – Comparação dos avanços do site da Nova Escola entre 2012 e 2013

SITE NOVA ESCOLA		
DADOS	2012	2013
Visitantes únicos por mês	939 mil	1,1 milhão
Páginas vistas por ano	59 milhões	70 milhões
Professores que utilizaram o site para planejar algumas/maioria das aulas	66%	72%

Professores que afirmam ter mudado sua prática em sala de aula a partir do site	70%	62%
Fãs no Facebook	mais de 152 mil	mais de 400 mil
Visualizações no Youtube	1,2 milhões	2,1 milhões

Fonte: 1 Projeção Brasil de Leitores Marplan 2012 X Circulação total, 2 Circulação total (IVC + pacotes - média jan a dez/12, Tracking Ibope 2010.¹⁵

Para ampliar a formação docente e enriquecer as práticas da gestão escolar, em 2013, a Fundação Victor Civita desenvolveu especiais digitais que aprofundaram diversos temas de interesse de professores e gestores. No site encontramos 39 edições especiais da NE que versam sobre os mais variados temas relacionados à educação e que se destacam no contexto do professor. Além disso, também foram relançados, em edições digitais, alguns especiais impressos de grande sucesso, com toda interatividade que a plataforma digital pode oferecer.

¹⁵ Disponível em: <http://www.fvc.org.br/relatorio-anual.shtml> <Acesso em 11 de outubro de 2014>

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O instrumental teórico e tecnológico da comunicação para a educação permite uma aprendizagem aberta, contextualizada e significativa. Iniciamos esta monografia com o objetivo de apresentar a Revista NE como ferramenta pedagógica de apoio aos professores no exercício da profissão.

Esse estudo foi pensado para ressaltar o perfil e a formação de um novo profissional conhecido como educador através da revista NE. Esse produto midiático que articula estratégias educacionais desenvolve projetos que vislumbram uma prática educativa inovadora e prega que o processo pedagógico deve estar centrado na aprendizagem do aluno.

Após este longo caminho, podemos concluir que a mídia aliada à educação oferece subsídios para que os professores e alunos disseminem e construam o conhecimento. Quando se trata especificamente da Revista NE, vemos que esta contribui diretamente com a prática pedagógica dos professores educadores, uma vez que funciona como mediadora apresentando metodologias que podem ser aplicadas durante as aulas.

O professor que consome esse produto midiático recebe mensalmente informações valiosas que contribuem com sua formação e atualização, uma vez que quem trabalha com conhecimento nunca pode deixar de estudar.

É importante destacar que a NE é disponibilizada gratuitamente pelo governo federal. Há 29 anos, a NE vem se consolidando como um importante veículo de divulgação de práticas pedagógicas e com base nas reportagens, planos de aulas e diversas dicas que encontramos na revista, podemos afirmar que se utilizada esta mídia realmente vem somar o trabalho do professor.

Nesse sentido a revista representa um produto cultural que alia jornalismo e educação em prol da prática pedagógica do professor-leitor fornecendo a ele metodologias que, se empregadas, podem contribuir e muito com o seu desenvolvimento enquanto profissional que educa. É fundamental destacar que essa contribuição, não se resume apenas ao professor, mas sim a todos aqueles que integram a comunidade escolar e estão envolvidos no processo educacional como diretores, pais e alunos.

A revista NE retrata a sala de aula como um cenário comunicacional interativo baseado no compartilhamento, na conectividade e no diálogo, aspectos que favorecem uma educação cidadã. Para dar uma aula interativa o professor não precisa de grandes aparatos tecnológicos, é preciso apenas uma mediação docente baseada na dialógica e na interlocução.

O desafio do professor é saber como articular o ambiente, o currículo e a formação cidadã e a NE utiliza de conceitos educacionais para apresentar essa realidade ao professor.

REFERÊNCIAS

- ANER, Associação Nacional dos Editores de Revistas- Veja. São Paulo, abr. 1994, n. 1326.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Tradução de Vera Pereira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2011
- CITELLI, A. O. **Comunicação e educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Editora SENAC, 2004.
- COSTA. E. R da. **Linguagem, comunicação e educação: uma interface necessária**. *International Studies on Law and Education* 6 jul-dez 2010 CEMOrOc-Feusp / IJI-Univ. do Porto.
- DELORS, J. **Educação. Um tesouro a descobrir**. Brasília, DF: MEC:UNESCO. São Paulo: Cortez, 2003.
- FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Vida, 2001.
- FREIRE, 2002.
- GAIA, R. V. **Educomunicação & mídias**. Maceió: EDUFAL. 2001.
- LOURENÇO, S. A. G. **Sobre o educador e práticas educacionais**. Projeto Educom.radio. Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo: NEC-USP, data desconhecida.
- MARTINS. A. L. *Revistas em Revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos República, São Paulo (1890-1922) / Ana Luiza Martins. – 1ª ed. 1ª reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.*
- MELO, J. M. de. TOTA, S. P. **Mídia e educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- MORAN, J. M. **Novas Tecnologias e mediação pedagógica**. Campinas-SP: Papyrus, 2012. 19 ed.
- NÓVOA, A. **A imprensa de educação e ensino - Repertório Analítico (séculos XIX-XX)**. In: Catani, D. B.; BASTOS, M. H. C. (Orgs.). *Educação em revista: a imprensa periódica e a história da educação*. São Paulo: Escrituras, 2002.
- REIMÃO, S. (Co rd.). *Livros em revistas: um estudo sobre a seção de livros em revistas brasileiras de grandes tiragens*. São Paulo: Salesiana Dom Bosco, 1996
- REVISTA NOVA ESCOLA, São Paulo. Fundação Victor Civita 2004 p. 6.
- REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo. Fundação Victor Civita, Maio de 2005.
- REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo. Fundação Victor Civita, Dezembro de 2008.

REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo. Fundação Victor Civita, dezembro de 2009 n 228, p. 6.

REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo. Fundação Victor Civita, abril de 2014 n 271, 2014, p. 10.

RODRIGUES, G. F. **É Educomunicação? A descoberta do termo e de elementos educucomunicativos.** Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo: NEC-USP, data desconhecida.

SARTORI, A. S. Inter-relações entre comunicação e educação: a educomunicação e a gestão dos fluxos comunicacionais na educação a distância. UNirevista - Vol. 1, n° 3. Santa Catrina: UDSC, 2006.

SCALZO, M. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2003.

SCHAUN, Â. **Educomunicação: reflexões e princípios.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SCHAUN, Â. **Práticas educucomunicativas Grupos afrodescendentes Salvador/Bahia.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SILVA, D. A. B. M. da. **A mídia a serviço da educação: A Revista Nova Escola.** Marília: UNIMAR, 2009.

SOARES, I. O. **Gestão Comunicativa da Educação: Caminhos da Educomunicação.** In: Revista Comunicação e Educação. Editora Ano VII, jan./abr. 2002, p 16 – 25.

SOARES, I. O. **Caminhos da Educomunicação. Cadernos de Educomunicação.** São Paulo. Salesiana, 2001.

_____. **Educomunicação: um campo de mediações.** Comunicação & Educação. São Paulo: ECA/USP-Editora Segmento, Ano VII, set/dez. 2000, n° 19.

_____. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação.** São Paulo, Editora Paulinas, 2011.

_____. **“Caminhos da gestão comunicativa como prática da Educomunicação”,** in BACCEGA, Maria Aparecida e COSTA, Maria Cristina. Gestão da Comunicação: Epistemologia e Pesquisa Teórica, São Paulo, Paulinas, 2009.

_____. **Mas afinal o que é educomunicação?.** Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004.

SOUSA, R. P. ; MOTTA, F. M. C. S. C.; CARVALHO, A. B. G. **Tecnologias digitais na educação.** Campina Grande: EDUEB, 2011.

