



## SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA XXVIII SIC

paz no plural



|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Evento</b>     | Salão UFRGS 2016: SIC - XXVIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS                    |
| <b>Ano</b>        | 2016   |
| <b>Local</b>      | Campus do Vale - UFRGS   |
| <b>Título</b>     | O TEMA EDUCAÇÃO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DAS ORGANIZAÇÕES E PAUTA JORNALÍSTICA |
| <b>Autor</b>      | BRUNA SANTOS DE ALMEIDA ANDRADE  |
| <b>Orientador</b> | MARIA HELENA WEBER   |

# O TEMA EDUCAÇÃO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DAS ORGANIZAÇÕES E PAUTA JORNALÍSTICA<sup>1</sup>

Bruna Santos de Almeida Andrade<sup>2</sup>; Maria Helena Weber<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Pública, Educação, Interesse Público.

## RESUMO

Esse trabalho relata etapas da pesquisa sobre diferentes processos de visibilidade, apropriação e promoção de temáticas relacionadas à *educação*. A primeira etapa abrange os diferentes modos de apropriação e investimentos das organizações privadas em torno de ações educacionais; a segunda realiza o mapeamento de publicações especializadas em Educação; a terceira classifica cadernos e edições especializadas, nas principais mídias, e a quarta identifica a relevância de dois temas do âmbito da educação e a abordagem dos jornais de referência do país. A realização dessa pesquisa e seus achados permitem problematizar os limites da comunicação pública, essencial às democracias, a partir da abordagem de um tema de interesse público – a educação –, defensável em todas as dimensões, por todas as organizações e cidadãos. Nesse sentido, o tema educação é relevante para debatermos a hipótese que relaciona os limites da comunicação pública e o paradoxo da visibilidade. Ou seja, de um lado está a necessidade de defesa dos temas de interesse público e, do outro, está a exigência de estratégias de comunicação para dar visibilidade aos promotores desses temas. Os temas de interesse público, vitais à democracia, são capazes de provocar mobilização social; promover instituições públicas e privadas e ativar narrativas midiáticas. Por isso, a educação foi selecionada como tema de interesse público norteador deste estudo.

A pesquisa realizou (a) o mapeamento de campanhas públicas e ações de instituições públicas e privadas relacionadas ao tema; (b) a classificação de revistas especializadas no tema Educação; (c) a identificação de cadernos e suplementos de jornais de referência especializados em Educação; e (d) análise de pautas noticiosas sobre Educação, considerando dois relevantes acontecimentos: a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e as ocupações nas escolas de São Paulo contra o projeto de reorganização do ensino no estado, entre 5/10/15 a 5/11/15. Os primeiros resultados mostram o seguinte: envolvimento de dezenas de atores privados, fundações e institutos voltados à promoção de campanhas públicas, ações e prêmios dirigidos a escolas; identificação de 31 publicações especializadas em educação no país; inexistência de editoria de educação na maioria dos 27 periódicos jornalísticos, sendo que nos seus portais, mais da metade possui editoria de educação. A última etapa foi realizada com a classificação das notícias sobre a discussão a respeito da BNCC e a as ocupações nas escolas de São Paulo, em jornais de referência, no período entre 16/9/15 e 31/01/16. Foram localizadas 649 notícias relacionadas a esses dois debates, sendo que 80.6% sobre as ocupações das escolas paulistas, mesmo que a BNCC tenha recebido mais de 12 milhões de contribuições, de acordo com o site do MEC. Esses números indicam que os critérios jornalísticos que podem reduzir uma temática com extenso debate público e de interesse nacional (BNCC), que acaba pouco divulgada pelos *media*, enquanto a outra (ocupação das escolas paulistas) obtém grande visibilidade, embora a ausência de debate tenha gerado uma reação desequilibradora.

Assim, na continuidade desta pesquisa pretende-se compreender o processo de constituição do debate público entre o Estado, organizações públicas e privadas, sociedade organizada e imprensa em torno do tema Educação, como estratégia e como pauta indispensável.

---

<sup>1</sup> Resumo do trabalho apresentado no XXVIII Salão de Iniciação Científica UFRGS vinculado à pesquisa intitulada “A constituição da comunicação pública no Brasil e o paradoxo da visibilidade”, coordenada pela Prof.Dra. Maria Helena Weber.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Jornalismo da FABICO/UFRGS, bolsista de iniciação científica CNPq, ([bruna.andrade@ufrgs.br](mailto:bruna.andrade@ufrgs.br))

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora /PPGCOM/ FABICO/ UFRGS \. Pesquisadora do CNPq, ([maria.weber@ufrgs.br](mailto:maria.weber@ufrgs.br))