

Projeto De Extensão House Organ Cidadão¹

Aline MIRANDA²

Gabriel LACERDA³

Karina QUIRINO⁴

Laura ASSIS⁵

Virgínia PALMERSTON⁶

Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, MG.

RESUMO

Usado na comunicação interna ou externa de empresas ou entidades, os *house organs*, resumidamente, têm como objetivo informar os públicos das organizações, estimulando a participação de todos. Com o intuito de incentivar a relação entre Escola e Comunidade, o Projeto de Extensão House Cidadão, do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte, trabalhou no ano de 2015 com a reestruturação do jornal Contato EMBH, veiculado pela Escola Municipal Belo Horizonte. Foram nove meses de debates abordando a leitura crítica da mídia, oficinas de redação, produção gráfica e editorial de jornal, culminando com o lançamento do periódico Contato EM BH, feitos pelo bolsista e voluntários do projeto de extensão com os voluntários da Escola Municipal.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; educomunicação; escola e *house organ*.

1 – INTRODUÇÃO

O presente artigo irá relatar o processo de reestruturação do Jornal Contato EMBH, veículo de comunicação da Escola Municipal Belo Horizonte. A proposta foi desenvolvida por meio do Projeto de Extensão House Organ Cidadão, do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH), coordenado pela professora Virginia Palmerston,

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro universitário de Belo Horizonte, UniBH, email: decarli.miranda@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro universitário de Belo Horizonte, UniBH, email: gabrielacerda936@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro universitário de Belo Horizonte, UniBH, email: Karina_gta5@yahoo.com.br

⁵ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro universitário de Belo Horizonte, UniBH, email: lauramariadocarmo@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, do Centro universitário de Belo Horizonte, UniBH, email: vpalmerston@hotmail.com

em conjunto com o bolsista e voluntários do Projeto e alunos da Escola Municipal de Belo Horizonte (EMBH).

Além disso, este projeto foi desenvolvido em parceria com o projeto de Pesquisa denominado Mídia, processos educativos e sujeito crítico, do UniBH, também coordenado pela professora Virgínia Palmerston, que, sob o viés da Educomunicação, acompanhou o processo de reformulação do jornal, analisando as transformações nos estudantes, referentes à leitura crítica da mídia ao longo da reestruturação do house organ.

No decorrer do ano de 2015, a equipe do projeto de Extensão House Organ Cidadão realizou a produção editorial e gráfica e produziu oficinas, como de redação jornalística, fotojornalismo e técnicas de entrevistas, junto com os estudantes da EMBH. Além disso, foi realizada um grupo focal com os alunos, a fim de conhecer o que eles esperavam aprender com o projeto jornalístico proposto para a escola deles e quais as temáticas achavam importantes e que deveriam entrar no jornal da instituição de ensino.

Ao final do projeto, no dia 1º de dezembro, o jornal impresso, Contato EMBH, foi relançado na própria escola com a presença dos alunos do ensino fundamental. Para além de informar alunos e seus familiares, professores e funcionários da escola, a publicação também é dirigida aos moradores da comunidade da Pedreira Prado Lopes, na região Noroeste de Belo Horizonte, onde está localizada a instituição de ensino.

1 PROJETO DE EXTENSÃO HOUSE ORGAN CIDADÃO

1.1Histórico

O nome do projeto é uma junção da expressão inglesa (*house organ*) que enuncia aquilo que se costuma chamar no Brasil de “jornal da empresa” (BUENO, 2005), com a palavra cidadão, que foi inserida à expressão para caracterizar o objetivo do projeto.

O Projeto de Extensão House Organ Cidadão, do curso de Jornalismo do UniBH foi criado há 13 anos, com o intuito de produzir informativos para ONGs, associações de moradores e escolas públicas de Belo Horizonte. Durante esses anos, Nesse período, já criou e editou

diversos veículos tais como: Jornal O Grito (Pastoral da Mulher), livro do Centro de Saúde da Mulher, jornal Fiz e Faço (Ong Hartman Regueira); criou o jornal Verdjanira e o livro comemorativo de 40 anos da Escola Estadual Djanira Rodrigues e criou jornais murais para 20 escolas públicas. Em 2013, ofertou oficinas de criação de blogs para mais oito escolas públicas e reestruturou o jornal da Associação dos Moradores do Bairro Buritis. Em 2014, fez a reestruturação gráfica e editorial do Jornal Gazeta da Lagoinha, criando o Caderno Dois e produzindo reportagens culturais.

No ano de 2015, com o intuito de produzir veículos de comunicação que ajudem na formação de um sujeito crítico, o Projeto de Extensão House Organ Cidadão trabalhou em parceria com a Escola Municipal Belo Horizonte e promoveu a reformulação do jornal da instituição.

1.2 *House organs* e mídia impressa

Como o próprio nome já diz: *house organ*, na tradução literal, quer dizer órgão da casa. Ou seja, diz respeito aos veículos para a divulgação das informações sobre uma instituição. Kopplin e Ferraretto (2001) citam a definição de Rabaça e Barbosa:

Veículo impresso ou eletrônico, periódico, de comunicação institucional, dirigido ao público interno (funcionários e seus familiares) e/ou determinados segmentos do público externo (vendedores, acionistas, clientes, fornecedores, autoridades, imprensa etc.) (RABAÇA E BARBOSA, *apud*, KOPPLIN E FERRARETTO, p.124, 2001).

Já Torquato afirma que os tipos de publicação variam entre: jornal, boletim e revista. Ele destaca que o jornal é “... veículo que deve se situar entre a revista e o boletim. Os fatos precisam ser tratados de modo a não perder a atualidade. Presta-se ao jornalismo informativo, interpretativo e opinativo.

Assim, como qualquer meio de comunicação, os *house organs* querem passar uma mensagem, por meio da transmissão de informações. Especificamente, esses veículos dizem respeito à comunicação interna e divulgam notícias das próprias fontes, que segundo Kopplin e Ferraretto (2001) têm funções específicas de: informar sobre a instituição; estimular a participação de toda a organização; incentivar e educar o público-alvo com informações diversas; valorizar o empenho dos integrantes da organização; registrar ações

importantes para o público; além de fornecer leitura para os familiares dos integrantes da organização.

Palmerston (2012) afirma que há autores que consideram como *house organ* qualquer tipo de jornal produzido por uma empresa, seja ele escrito, oral ou audiovisual como, por exemplo, uma rádio interna ou uma TV interna. A autora alerta que Tavares (1994) denomina *house organ* como qualquer veículo jornalístico de comunicação empresarial e o considera um instrumento de marketing e de publicidade. Palmerston (2012) destaca ainda, que mesmo o *house organ* tendo sido criado para atender primeiramente a uma demanda do público interno, com a crescente participação dos cidadãos na vida das organizações contemporâneas, os jornais organizacionais também têm sido dirigidos aos públicos externos, sempre de acordo com os *stakeholders* das instituições.

Muito se associa a produção dos *house organs* à ideia de jornalismo empresarial, já que o conteúdo informacional é institucionalizado e segmentado. Entretanto, Kopplin e Ferraretto (2001, p. 124) mostram que esses veículos “devem privilegiar critérios jornalísticos, não desconsiderando, no entanto, a valorização do assessorado”. Os pesquisadores ressaltam ainda que é importante ponderar os aspectos institucionais nas publicações para que seja ultrapassado o caráter informativo.

A produção desses veículos de informação requer um planejamento prévio, principalmente no que diz respeito ao levantamento das necessidades do assessorado e do público-alvo, por meio de pesquisa de opinião, por exemplo.

Através desses instrumentos, serão buscadas informações sobre o que é, em termos reais, e o que representa, para o público, o assessorado; qual o perfil e as necessidades dos possíveis leitores, ouvintes ou telespectadores; como opera a organização quais as características mais comuns; as funções de seus integrantes; e outros dados complementares. (KOPPLIN E FERRARETTO, p.125, 2001).

No que diz respeito à mídia impressa, a veiculação das informações em papel, seja em quaisquer formatos, quase sempre detém maiores necessidades de produção em relação à mídia eletrônica. Tais especificidades elevam a necessidade de um plano de elaboração do veículo, conforme apontam Kopplin e Ferraretto (2001):

Após a definição das características e necessidades do *house-organ*, o assessor deve elaborar um plano, para que seja submetido à avaliação do cliente. Este documento vai conter, basicamente, os seguintes itens: definição dos públicos a serem atingidos; relação de objetivos a alcançar com a publicação ou programa; planejamento editorial (no caso de *house-organ* impresso, página por página) e demonstração das características gerais; o veículo impresso requer, ainda, um esboço no tratamento gráfico; previsão de recursos humanos e materiais necessários e dos custos envolvidos; e esboço das responsabilidades de cada uma das partes (assessor e instituição). (KOPPLIN E FERRARETTO, p.126, 2001).

Os autores ainda destacam que o *house organ* impresso pode ser difundido em diferentes formas: boletim informativo (veicula, basicamente, informações imediatas), jornal (traz textos mais apurados em relação ao boletim, e, além disso, pode abranger os gêneros interpretativo, opinativo, e de entretenimento) ou revista (caracterizada por maior quantidade de informações, na maioria, interpretativas, geralmente de interesse permanente no elevado número de páginas que pode ser explorado diversos temas da organização).

É interessante destacar detalhes a respeito da tiragem, que corresponde à quantidade impressa de exemplares de cada edição, como outra especificidade dos veículos impressos. A proporção citada pelos estudiosos é de um exemplar a cada dois leitores. Por fim, é importante se atentar à qualidade gráfica do material, a partir de uma apresentação atrativa e adequada ao público específico.

1.3 Processo na escola

Antes de o projeto começar, a equipe do Projeto de Extensão *House Organ* Cidadão foi à escola apresentar aos alunos o que era e como seria o desenvolvimento do projeto no decorrer do ano. A grande oficina de sensibilização do projeto, chamada de “oficinão”, teve a participação de dois *rappers*, Marcelo Bioki e Pedro Vulks, que levantaram questões sobre política, cidadania, solidariedade e minorias e fecharam o evento com um show de *rap*.

Após as apresentações, todo o projeto foi explicado pela professora-coordenadora do *House Organ* Cidadão, Virgínia Palmerston, e foi solicitado aos alunos interessados que colocassem seus respectivos nomes nas fichas de inscrição. Já com os alunos inscritos, foi feita a seleção destes por meio de dois critérios: comportamento e escrita. Para isso, a

diretora da escola, Ignez Nassif, e o professor colaborador do projeto Auro da Silva, auxiliaram na escolha dos participantes.

Conforme levantamento teórico sobre o planejamento prévio de uma publicação organizacional, no item 1.2 deste artigo, foi feito um projeto editorial e gráfico para a reestruturação do jornal da escola que havia parado de circular há seis anos. Nas primeiras reuniões com a diretoria, coordenação e alunos da EMBH, foi discutido, entre outros itens, os objetivos, o público, o conteúdo e a distribuição do periódico.

A opção pelo formato de jornal se deve ao fato de que a circulação do veículo seria mais fácil e democrática, visto que a escola atendida pelo projeto se encontra numa região carente. Conforme a orientação de Torquato (1984), os assuntos abordados no *house organ* seguiram o critério da atualidade, na medida em que foram abordados assuntos que atuavam no seio da comunidade do entorno da escola. Para além disso, definiu-se que, para proporcionar maior interlocução entre a escola e a comunidade, as pautas abordariam tanto a instituição de ensino como os acontecimentos do entorno da escola, mais especificamente a Pedreira Prado Lopes (PPL).

A tiragem do jornal Contato EMBH foi de 2.500 exemplares e a distribuição se deu no lançamento do periódico em evento na escola no dia 1º de dezembro, com a presença dos alunos do ensino fundamental e de membros da comunidade.

A partir da seleção dos alunos, com idades que variam entre 13 e 15 anos, iniciaram-se os encontros para primeiramente, fazerem rodadas de análise crítica da mídia em Belo Horizonte, oficinas de fotografia e de produção de textos jornalísticos, que aconteceram no Uni-BH.

Em sua primeira visita ao Centro Universitário, os alunos da escola fizeram um *tour* para conhecer as dependências do centro universitário e entender melhor a estrutura dos laboratórios de produção de notícias. Eles visitaram estúdios de rádio, televisão e fotografia e o laboratório de jornalismo impresso.

Os alunos participaram de todo o processo de produção do informativo, desde a reunião de pauta, passando pela coleta de informações e entrevistas, produção dos textos e fotos, seleção de matérias e análise da diagramação, feita por um colaborador do projeto. Na escolha dos temas para as matérias que seriam escritas para o Jornal *Contato EMBH*, cada um sugeriu uma ideia. As pautas aprovadas tinham como objetivo mostrar à comunidade os acontecimentos da escola e da PPL.

A primeira reportagem realizada foi sobre a discussão da aplicação da verba do Orçamento Participativo da Criança e do Adolescente (OPCA) na Escola Municipal Belo Horizonte. Neste dia, os alunos fizeram entrevistas com os representantes de prefeitura, corpo docente e discente presentes e fotografaram todo o evento. Desta forma, os alunos tiveram a experiência de fazer a cobertura de um evento político.

Outras duas atividades da EMBH mereceram cobertura do jornal. Uma delas foi a festividade Encontro de famílias e o Projeto Colcha de Retalhos, que procura incentivar a prática prazerosa e significativa da leitura. A Flutuar Orquestra de flautas, da qual participa o professor de matemática da escola, foi a matéria de cultura desta edição do jornal.

O perfil de um morador da comunidade foi um perfil feito pelos alunos. O publicitário Jedeilson Isidoro conta que não quis deixar as raízes e, mesmo com muitas chances e motivos para sair da favela, preferiu ficar no local onde cresceu e criar projetos que ajudem na melhoria do lugar em que ele vive.

Em outro texto sobre a comunidade na qual se situa a EMBH, os alunos levantaram a história de uma lagoa que foi assoreada e, posteriormente, deu lugar à própria escola. O local, chamado de Torneirão, é um marco da comunidade e fez com que os alunos do projeto pesquisassem e descobrissem fontes para a produção da reportagem intitulada *Tempos de água farta*. Alguns moradores mais antigos contribuíram com o resgate da memória do local que antes era fonte de água para grande parte da comunidade.

O Empodera Minas foi um dos projetos sociais mais importantes para as adolescentes da comunidade e por esse motivo transformou-se também em notícia do jornal. A proposta do

Projeto Empodera Minas é conversar com as jovens sobre a vida, a sexualidade e o feminismo.

A matéria da capa aborda o futebol como pano de fundo para evidenciar a força de vontade e a dedicação de um time que teve como adversários o preconceito e a falta de verba. O time da Escola Municipal Belo Horizonte ingressou no Campeonato Municipal de Futsal apenas com o objetivo de participar, mas, após descobrirem seu potencial, os atletas da EMBH surpreenderam e chegaram às semifinais do torneio.

1.4 Considerações finais

Sendo utilizados por empresas e instituições, os *house organs* são veículos de comunicação que levam aos seus públicos, internos e externos, informações a respeito da organização. Desenvolvido na Escola Municipal Belo Horizonte, os alunos tiveram a oportunidade de conhecer todo o processo de produção editorial e de parte da produção gráfica, passando pela idealização dos aspectos visuais, tais como: sugestão de ilustrações, charge e produção de fotografias.

A importância de oferecer ao leitor uma apresentação atrativa e adequada ao público alvo, conforme preconiza a teoria, pode ser percebida na diagramação, paginação, uso de cores e vinhetas gráficas do jornal. Os nomes das editorias do jornal foram escolhidos pelos alunos da escola que queriam chamar a atenção do leitor para o assunto tratado nas reportagens. A maior parte das fotografias presentes no periódico foi feita pelos próprios alunos e publicada num ensaio fotográfico da página oito, com imagens que pretendiam mostrar um lado, por vezes desconhecido, da comunidade em que vivem.

Aceita a ideia da importância de reestruturação do jornal, proposta pela equipe do House Organ Cidadão para os alunos, professores e para a direção da EMBH, o processo buscou o eixo comunidade/escola, informando a comunidade sobre os feitos da escola e sobre as curiosidades e os problemas levantados no entorno da Instituição.

A proposta foi além de apenas criar uma edição do exemplar na unidade de ensino e buscou contribuir para a formação de sujeitos críticos com olhares diferenciados para a comunidade

onde vivem. Dessa forma, os estudantes, a partir da reunião de pauta, foram estimulados a investigar as ocorrências vividas no cotidiano da comunidade e transformá-las em notícia.

Em relação à análise do projeto feita sob a perspectiva da Educomunicação, pôde-se observar a evolução da leitura crítica nos alunos da Escola Municipal. Através do grupo focal e de técnica de observação participante, foram feitas observações referentes ao modo como os alunos escreviam e agiam sobre temas ligados ao entorno da escola que eram considerados problemas locais. Também pôde-se observar a compreensão dos alunos sobre a importância das fontes nas matérias jornalísticas divulgadas por grandes veículos de comunicação.

A atuação crítica dos alunos, observada ao longo do processo da construção do jornal contribuiu para o resultado final do produto. Nas etapas finais, os estudantes da EMBH buscavam, por conta própria, informações complementares à matéria para mostrar mais lados da mesma história.

REFERÊNCIAS

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*.

Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2001.

PALMERSTON, Virgínia Borges. *O discurso organizacional no house organ: gêneros, imaginários e ethos como estratégias de construção da identidade e da credibilidade das organizações*. Belo Horizonte: FALE-UFMG, 2012(tese de doutorado).

TAVARES, Manuel Angel Muñiz de Pinho. *Projeto e redação de house-organ*. Belo Horizonte: Agência Fatos Comunicação, 1994. (Apostila).

TORQUATO, Gaudêncio. *Jornalismo empresarial: teoria e práticas*. São Paulo: Sammus Editorial. Coleção Novas Buscas em Comunicação

Comunicação empresarial online. São Paulo: Comtexto Comunicação e pesquisa.

Disponível em

www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/conceitos/houseorgan.php.

Acesso em 3 de abril de 2016.