



Instituto Alana

RELATÓRIO ANDI

Abril de 2007 a Março de 2008

Identificação da Organização

Nome: *ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância*

Endereço: *SDS – Ed. Boulevard Center – Bloco A – Sala 101 / Brasília – DF / Brasil*

Telefones, fax e e-mail: *(61)2102 6508/2102 6550/andi@andi.org.br*

Diretor responsável: *Veet Vivarta – Secretário Executivo*

Coordenação Executiva: *Guilherme Canela – Coordenador de Relações Acadêmicas*

Identificação do Projeto

Título: *Universidade, Comunicação e Agenda Social – Bolsas Para Trabalhos de Conclusão de Curso*

Caráter do projeto: Concessão de 10 (dez) bolsas de pesquisa para que estudantes da área de comunicação executem Trabalhos de Conclusão de Curso com foco em temas da agenda social brasileira, especialmente no que diz respeito a temas envolvendo a relação criança, consumo e mídia.

Ano de início: 2007

Ano previsto de finalização: 2008

Âmbito geográfico: Brasil

Índice:

1) Introdução.....	03
2) Destaques do período relatado	03
2.1) Edital e divulgação.....	04
2.2) Inscrições e processo de seleção.....	04
2.3) Atendimentos pós-seleção.....	05
2.4) Resultados e avaliação dos participantes.....	06
3) Conclusão.....	08

1) Introdução:

Apresentamos o relatório técnico relativo à concessão de 10 (dez) bolsas de pesquisa para que estudantes da área de comunicação executem Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) com foco em assuntos da agenda social brasileira, especialmente no que diz respeito a temas envolvendo a relação criança, consumo e mídia – parte integrante do projeto *Universidade, Comunicação e Agenda Social*, que tem apoio do Instituto Alana.

As ações aqui descritas referem-se ao período de 01 de abril de 2007 a 31 de março de 2008. Inicialmente, a conclusão do apoio aos trabalhos estava prevista para o dia 31/01/2008; porém, em função dos calendários de Instituições de Ensino Superior brasileiras, rotineiramente sujeitos a alterações nos prazos para a realização de bancas e outros processos internos, alguns dos TCCs apoiados pelo Instituto Alana não puderam ser defendidos e, conseqüentemente, aprovados pelas universidades no prazo estabelecido. Nesse sentido, foi acordado com o Instituto um adiamento do prazo de vigência do Contrato de Cooperação Técnico-Financeira por um período de 60 (sessenta) dias (até 30/03/2008).

A prestação de contas das atividades realizadas no período será enviada em separado.

2) Destaques do período relatado:

Desde 2006, a ANDI, com o apoio estratégico da Fundação W. K. Kellogg, desenvolve o projeto *Universidade, Comunicação e Agenda Social*, que visa contribuir para uma mudança de perspectiva na formação universitária dos futuros profissionais de imprensa e comunicação, colaborando para um olhar diferenciado acerca do seu próprio potencial como atores capazes de cooperar para a transformação do *status quo* das questões sociais no Brasil.

Com o objetivo de articular as diversas estratégias de parceria com as universidades – garantindo a autonomia das instituições, professores e pesquisadores – foi criado o *InFormação: Programa de Cooperação para a Qualificação de Estudantes de Jornalismo*. Dentre as ações localizadas no “guarda-chuva” do programa estiveram a realização de disciplinas especiais em cursos de jornalismo; um concurso para a premiação das melhores teses, dissertações e monografias que desenvolvessem a interface entre a mídia a agenda social; a realização do *Colóquio Mídia & Agenda Social*; a criação de um Banco de Trabalhos Acadêmicos, desenvolvimento e atualização do *site* <www.informacao.andi.org.br>, outras ações de apoio a

estudantes e professores, e, por fim, um programa de Bolsas para a realização de Trabalhos de Conclusão de Curso.

O êxito da primeira fase das bolsas fez com que outras organizações se interessassem em apoiar pontualmente o programa. Com o apoio do Instituto Alana, que se somou a esta iniciativa, foi oferecido um conjunto de 10 bolsas específicas para trabalhos que versassem sobre o tema “criança, consumo e mídia”. Além disso, o Instituto WCF-Brasil também viabilizou o oferecimento de mais 3 bolsas, específicas para o tema “violência sexual contra crianças e adolescentes”.

2.1 Edital e Divulgação

Pensando em atender às diversas exigências advindas da lógica de funcionamento do Ensino Superior, foi realizada uma ampla pesquisa sobre os procedimentos adotados por outras seleções semelhantes para bolsas, prêmios e concursos. Desde a primeira edição da concessão de Bolsas para Trabalhos de Conclusão de Curso, realizada no fim de 2006, a ANDI tem consultado programas como os do CNPq, UnB, Fapesp, Faperj e UFRGS, de modo a garantir similitude com procedimentos aceitos pelas instituições de fomento e pela comunidade acadêmica.

A Coordenação de Relações Acadêmicas, por meio de sugestões do Conselho Consultivo do InFormação, definiu e divulgou no sítio do programa, no dia 11/07/2007, o edital que orientou as inscrições da segunda fase de apoio a trabalhos realizados entre agosto de 2007 e janeiro de 2008.

O processo de seleção e concessão das bolsas se orientou pelo seguinte calendário:

Calendário 2º Semestre de 2007	Data
Abertura das Inscrições	11/4/2007
Encerramento das Inscrições	1/6/2007
Início das Bolsas	1/8/2007
Término das Bolsas	31/1/2008

2.2 Inscrições e processo de seleção

Na primeira edição – realizada ao longo do primeiro semestre de 2007 –, foram selecionados 27 alunos dos cursos de Comunicação e Ciências Sociais de 19 universidades brasileiras

espalhadas por 11 estados. Já na segunda edição, após uma maior consolidação do programa, 43 bolsas foram oferecidas, sendo que foram contabilizadas mais de 120 inscrições de 31 universidades localizadas em 14 unidades da federação. A diversidade dos municípios e estados da federação dos inscritos foi um resultado importante no que diz respeito à eficiência da divulgação.

Uma banca formada por membros da ANDI e coordenada pela área de Relações Acadêmicas da Agência realizou a seleção dos projetos a serem apoiados. De modo a garantir uma escolha objetiva, foram adotados uma série de critérios específicos, posteriormente tabulados em programa especializado para gerarem um índice final. Os melhores classificados foram contemplados com as bolsas. Os parâmetros utilizados na avaliação dos projetos foram:

- Média do Histórico Escolar do estudante;
- Requisitos de formatação exigidos pelo edital;
- Preenchimento de requisitos temáticos (agenda social);
- Foco em Políticas Públicas;
- Projetos mais amplos (que integram núcleos ou grupos de pesquisa);
- Instituições de Ensino Superior com mais inscrições;
- Instituições de Ensino Superior com participantes de ações do InFormação;
- Redação;
- Adequada definição do problema de pesquisa;
- Metodologia;
- Participação em outros programas de bolsa ou extensão (PIBIC, PET/CAPES e outros).

O resultado final com a lista de selecionados, conforme previa o edital, foi divulgado no dia 31/07/2007. A lista dos contemplados foi publicada no sítio do programa InFormação; um e-mail foi enviado a todos os inscritos no programa; o site da ANDI publicou sugestão de pauta, que foi enviada ao mailing de jornalistas da ANDI; e, por fim, as assessorias de comunicação das universidades foram informadas do resultado da seleção.

2.3 Atendimentos pós-seleção

Após a seleção dos projetos, os aprovados foram contatados para o estabelecimento de um “termo de apoio” com a ANDI, no sentido de formalizarem o compromisso de concluírem seus

trabalhos e encaminharem todos os documentos necessários nos prazos definidos. Como os estudantes são apoiados antes de entregarem seus trabalhos, a ANDI buscou, com a assinatura do termo, obter garantias legais de que os recursos se revertissem efetivamente em trabalhos, e que a não prestação de contas por parte dos bolsistas fosse penalizada com a devolução dos recursos. O termo também atentou para tornar explícita a não vinculação trabalhista entre ANDI e bolsistas e garantir a divulgação dos trabalhos sem a quebra de direitos autorais.

Adicionalmente, todos os bolsistas receberam retornos técnicos sobre seus trabalhos e contaram com acompanhamento, sempre que solicitado, para a melhor qualidade dos mesmos.

2.4 Resultados e avaliação dos participantes

Dos 10 projetos selecionados e apoiados pelo Instituto Alana, 8 deles obtiveram notas máxima das bancas de suas respectivas universidades, e abordaram, entre outros assuntos, questões sobre o consumo infantil na sociedade contemporânea; a educação pela TV e regulamentação das campanhas publicitárias.

Seguem abaixo alguns depoimentos encaminhados à ANDI pelos bolsistas:

“Foi ótimo desenvolver o Trabalho de Conclusão de Curso com parceiros que tanto nos incentivaram. Tive todo o apoio necessário: colóquios, palestras, informações, além da disponibilidade e vontade em solidificar o movimento que luta pela conscientização sobre responsabilidade social e a urgência de criação de políticas públicas. Descobri muitas coisas em minha pesquisa e, além de "Informação", formei amigos, contatos e parceiros que mesmo distantes após o fechamento deste período, poderemos continuar trabalhando com e pela ética para contribuir na construção de uma sociedade mais justa. Sempre quis desenvolver trabalhos que pudessem contribuir com a agenda social brasileira, como uma denúncia social. Espero que eu possa ter colaborado com a missão da instituição de "contribuir para a construção (...) dos direitos da criança e do adolescente" em meu trabalho.”

Paulo Fragoso

“Para a agenda social brasileira, debater o consumo na infância se faz importante porque, conforme discutido no trabalho de final de curso, essa fase da evolução do indivíduo tem sido encurtada pelo consumo e pela influência excessiva da propaganda sobre esse público. Por isso, se faz importante problematizar esse fenômeno, uma vez que a existência de crianças do consumo desenvolve

adultos consumistas e solidifica uma sociedade que supervaloriza os bens de consumo como forma de realização pessoal e prioriza o 'ter' sobre o 'ser'”

Alessandra Moína

“Ler de maneira crítica a mídia não quer dizer necessariamente apontar somente os problemas: é importante saber identificar os pontos positivos que nela existe. Para Catharina Bucht e Cecilia Von Feilitzen é preciso educar para a mídia. Isso significa buscar conteúdos nos meios de comunicação que sejam diversificados e de alta qualidade, e que isso é concebido por meio da compreensão do funcionamento da mídia”.

Flávia da Guia

Segue abaixo tabela de acompanhamento do resultado dos trabalhos:

2ª Edição de Bolsas para Trabalhos de Conclusão de Curso – Programa InFormação Trabalhos apoiados pelo Instituto Alana					
Nome	Relatórios enviados	Nota	Data da entrega da versão online	Nome do trabalho	Universidade
Alessandra Moína	4	10,0	5/12/2007	Pequenos grandes consumidores: uma abordagem sobre consumo infantil na sociedade contemporânea	Universidade Federal do Rio de Janeiro
Flávia da Guia Gonçalves	4	10,0	20/2/2008	Jovem Informação: Protagonismo Juvenil e leitura crítica da mídia	Universidade Católica de Brasília
Jaqueline Dalpizzolo	4	10,0	9/1/2008	Televisão, comunicação e educação: uma visualidade crítica	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
José Ednilson Gomes de Souza Júnior	4	10,0	8/12/2007	Propaganda Infantil: reflexões pós-modernas sobre consumo e mídia	Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande
Juliane Aurélio	4	10,0	9/1/2008	A educação pela TV: estratégias e discursos sobre o programa Cocoricó	Instituto Municipal de Educação Superior de Assis-Imesa

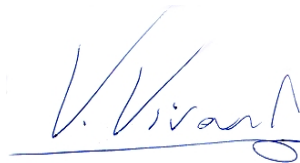
Kédna da Silva Alves	3	10,0	19/12/2007	A influência da programação televisiva infantil na cultura e educação: estudo de casa sobre a Rede Globo	Faculdades Integradas de Patos
Michele Carvalho	4	10,0	23/1/2008	TV, Sexualidade e Adolescência	Centro Universitário de Araraquara – UNIARA
Paulo Alan Deslandes Fragoso	4	9,0	31/01/2008	A experiência da regulamentação das campanhas publicitárias de cigarro como subsídios para regular a comunicação de alimentos direcionados ao público infantil no Brasil	Universidade Estácio de Sá
Regina Guena dos Santos	3	10,0	20/1/2008	Padrões de Comportamento e Identidade Sobre Crianças Afrodescendentes	Faculdade da Cidade do Salvador
Thaís Cristina Schneider	4	9,0	9/1/2008	Alice no país da propaganda: um estudo da linguagem publicitária e sua recepção junto ao público infantil	Universidade Federal do Paraná

3) Considerações finais

Certamente, a concessão das bolsas colaborou para que os 10 contemplados pudessem desenvolver trabalhos mais profundos e complexos sobre a relação entre crianças, consumo e mídia. Porém, não só. Não há dúvidas quanto ao fato de que o envolvimento de orientadores, membros de banca e outros colegas permite a ampliação dos potenciais impactos da iniciativa, o mesmo ocorrendo com a publicização das monografias no banco de trabalhos do site InFormação.

Por fim, espera-se que publicação de um livro com artigos derivados dos trabalhos – projeto em negociação pela ANDI e Instituto Alana – possa se configurar em mais um ponto de socialização do conhecimento produzido com o apoio do Programa.

Brasília, 15 de abril de 2008.



Veet Vivarta
Secretário Executivo da ANDI