

# Projetos de intervenção em educomunicação

Lígia Beatriz Carvalho de Almeida

Campina Grande/PB  
v 1.6 - 24 ago. 16

DOI: 10.13140/RG.2.1.2915.7526



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Como citar este trabalho (ABNT)

ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. *Projetos de intervenção em educomunicação*. Disponível em: [http://issuu.com/ligiacarvalho77/docs/as\\_reas\\_de\\_interven\\_o\\_da\\_educo/1](http://issuu.com/ligiacarvalho77/docs/as_reas_de_interven_o_da_educo/1). Acesso em: dia, mês, ano de acesso.



**Sumário**

|  |    |
|--|----|
| Raízes da educomunicação .....               | 2  |
| Conceituando educomunicação.....             | 4  |
| Conceituando intervenção .....               | 5  |
| Conceituando ecossistemas comunicativos..... | 7  |
| Intervenções em educomunicação .....         | 10 |
| As áreas de intervenção .....                | 12 |
| Planejando intervenções em cada área.....    | 13 |
| 1 – Epistemologia da Educomunicação .....    | 14 |
| 2 - Produção midiática .....                 | 15 |
| 3 - Educação para a comunicação .....        | 18 |
| 4 - Pedagogia da comunicação .....           | 20 |
| 5 - Mediação tecnológica na educação .....   | 24 |
| 6 - Expressão através das artes .....        | 27 |
| 7 - Gestão da Comunicação .....              | 30 |
| Situações práticas.....                      | 33 |
| A.    Educomunicação Corporativa .....       | 33 |
| B.    Educomunicação Comunitária .....       | 34 |
| C.    Educomunicação Escolar .....           | 36 |
| Referências.....                             | 38 |

**Lista de Quadros e Figuras**

|   |    |
|---|----|
| Quadro 1 – Espaços de educação.....   | 1  |
| Figura 1- Relação criança/mídia: comportamentos dos pais e educadores ..... | 3  |
| Figura 2 - Ecossistemas e formação do sentido .....                         | 9  |
| Quadro 2 – Áreas de intervenção educomunicativas .....                      | 12 |
| Quadro 3 – Epistemologia da Educomunicação.....                             | 14 |
| Quadro 4 – Produção Midiática .....   | 17 |
| Quadro 5 – Educação para a Comunicação.....                                 | 19 |
| Quadro 6 – Pedagogia da Comunicação .....                                   | 23 |
| Quadro 7 – Mediação Tecnológica na Educação .....                           | 26 |
| Quadro 8– Expressão através das artes .....                                 | 29 |
| Quadro 9 – Gestão da comunicação .....                                      | 32 |



# **Educação + Comunicação = EDUCOMUNICAÇÃO ?**

Educomunicação<sup>1</sup> é educação e igualmente comunicação, uma vez que a educação é construída por meio da comunicação. Educomunicação é um campo de conhecimento com identidade própria, que surge no espaço comum entre os campos da comunicação e da educação, em que eles se entrecruzam, sobrepondo-se.

A comunicação sempre educa e a educomunicação preocupa-se com ela e com a educação, assim como se preocupa com o potencial educativo da comunicação midiática. A mídia no Brasil é considerada uma instância de educação informal. A maior parte dos produtos midiáticos é voltada ao entretenimento, contudo, mesmo não tendo a intenção de educar, a comunicação midiática contribui para a educação da população tanto quanto os produtos jornalísticos que, ao fornecerem informação seletiva sobre os fatos, são determinantes para que as pessoas construam sua visão de mundo.

Todavia, a mídia atua também em apoio à educação formal e não-formal. Para entender a questão, apresenta-se as diferenças entre educação formal, não-formal e informal, conforme Gohn (2006):

**Quadro 1 – Espaços de educação**

| <b>Educação</b>        | <b>Formal</b>   | <b>Não-Formal</b>   | <b>Informal</b>   |
|------------------------|---|---|---|
| <b>Características</b> | Obrigatória em seu nível básico, estruturada, organizada, sistemática, intencionalmente planejada e avaliada. | Cursos livres com intenção de ensinar, que capacitam para o trabalho, para a manutenção da saúde, para a articulação coletiva, entre outros.  | Acontece cotidianamente, de forma espontânea na convivência com familiares, amigos, colegas e interlocutores ocasionais.  |
| <b>Ambiente</b>        | Escolas de educação infantil, básica e superior, credenciadas pelo governo.                                   | Escolas livres (de línguas, de dança, de computação, etc) mantidas por organizações do primeiro e terceiro setores, emissoras educativas etc. | Múltiplos espaços de convivência e de socialização. Lar, instituições religiosas, mídia (rádio, tv, jornal, redes sociais), clubes, bares, natureza entre outros. |

Fonte: adaptado pela autora

---

<sup>1</sup> Este material é de nível básico. Foi desenvolvido para estudantes que iniciam o curso universitário e desejam aprender os conceitos básicos sobre educomunicação e desenvolver projetos de intervenção.

Dessa forma, não se pode generalizar e afirmar que a mídia é exclusivamente uma instância de educação informal, pois ela abre algum espaço para a educação formal e atua, às vezes, na educação não-formal. O Telecurso, veiculado na televisão aberta, é um programa que dá apoio à educação formal. Vale lembrar que as emissoras de rádio e tv educativas, assim como os programas educativos, têm a intenção de educar.

Todavia, tendo a expressa intenção de educar ou não, a qualidade dos produtos midiáticos sempre foi questionada, o que fez brotar a semente da educomunicação.

### **Raízes da educomunicação**

Compreender o significado de educomunicação requer retornar no tempo para entender como o campo de conhecimento surgiu. Suas raízes estão basicamente entranhadas nos campos da comunicação e da educação. Como consequência, um diálogo constante com ambos pontua as discussões sobre a educomunicação.

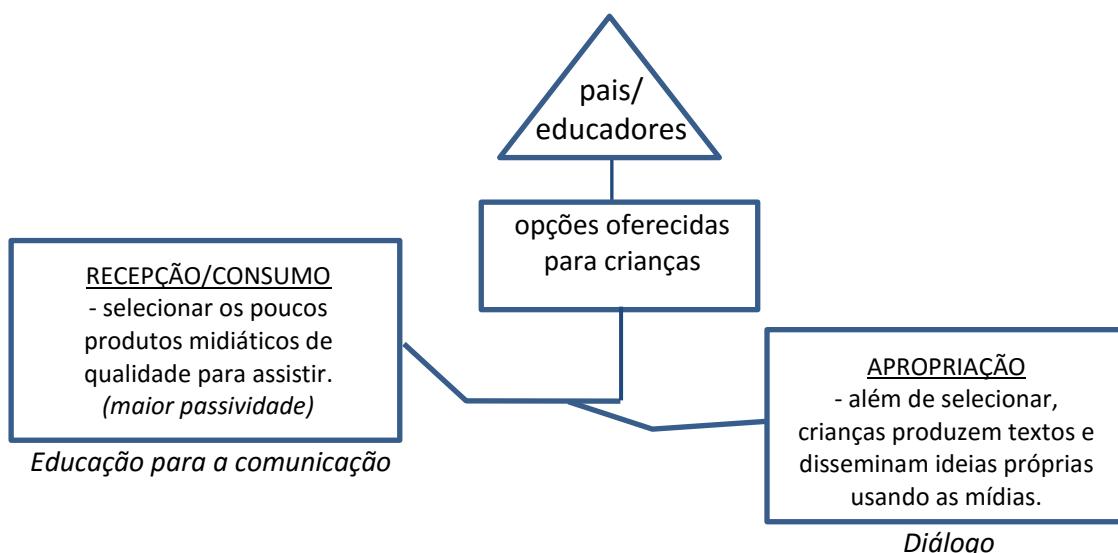
No século XX, o avanço da tecnologia provocou sucessivas mudanças no sistema de comunicação social: surgiram publicações impressas periódicas, como o jornal e a revista. Na sequência, vieram as mídias eletrônicas de massa: o cinema, o rádio, a TV e as digitais, em suportes diversos como computadores e plataformas móveis. Conforme surgiram, foram se infiltrando no cotidiano social. O problema é que elas não só questionavam a ordem e os valores morais existentes, mas também os conceitos vigentes de cultura e de arte eruditas, provocando abalos nas crenças familiares e sociais e motivando discussões sobre a qualidade da sua contribuição para a sociedade.

A primeira reação de muitas pessoas tem sido a de condenar as inovações tecnológicas, contudo, diante da tentativa fracassada de detê-las ou de impedir o acesso de crianças e jovens a elas, duas principais alternativas acabam se constituindo para a família, como retrata a Figura 1, e terminam envolvendo também os educadores (ALMEIDA, 2012).

A primeira delas, que se denomina *educação para a comunicação*, mídia-educação ou *media education*, em inglês, passa pelo reconhecimento de que alguns produtos midiáticos têm qualidade, o que implica em educar os jovens receptores das mídias para selecionar o que consumir a partir de critérios que posicionam os produtos como benéficos ou perniciosos, utilizando processos que abrangem a análise crítica do conteúdo das mensagens, do seu processo de produção e de sua função social. A outra

opção, ao se identificar a importância da informação e da comunicação social na formação para a cidadania, é levar os jovens a conviverem com as mídias de forma proveitosa, levando-os não só a desenvolverem uma postura crítica em face de suas mensagens e de suas propostas, mas a se apropriarem delas para dialogar e negociar ideias e valores comuns e se articularem para a construção coletiva de uma realidade que os satisfaça e promova melhorias em sua comunidade (ALMEIDA, 2012).

**Figura 1- Relação criança/mídia: comportamentos dos pais e educadores**



Fonte: produzido pela autora.

Sendo um movimento de origem tipicamente latina, gestado no seio de movimentos sociais, a educomunicação dá mais ênfase ao último objetivo sem, no entanto, descuidar do primeiro, isso porque durante a ditadura na América Latina foi preciso alertar a população sobre duas principais condições: a invasão cultural, que por meio da veiculação massiva de produtos midiáticos importados colocava em risco a identidade nacional, e a exploração a que ela era submetida pelos governos, demonstrando serem os meios de comunicação utilizados como aparelhos ideológicos dos Estados.

É possível identificar nas matrizes da educomunicação motivações semelhantes àquelas que impulsionaram a educação. No início da ditadura, o educador brasileiro Paulo Freire defendia a educação para a autonomia e para a liberdade (FREIRE, 2006) e afirmava que a pedagogia crítica-educativa faz “da opressão e de suas causas objeto de

reflexão dos oprimidos, de que resulta o engajamento necessário na luta por sua libertação” (FREIRE, 1968, p. 34). O mesmo se dá em relação à educação para a participação, como demonstra o filósofo e educador Pedro Demo, que enfatiza estar a “educação formando o sujeito capaz de ter história própria, e não história copiada, reproduzida, na sombra dos outros, parasitária. Uma história que permita ao sujeito participar da sociedade” (DEMO, 2007, p.16).

Dessa forma, com o envolvimento de educadores, comunicadores sociais e membros da sociedade civil, pretendia-se conscientizar as comunidades para que reconhecessem o seu próprio potencial para se libertarem da opressão a que eram submetidos, assim como identificassem a força da comunicação na articulação coletiva.

Portanto, ao denominador comum aos campos da educação e da comunicação deu-se o nome de educomunicação, incorporando um neologismo utilizado na América Latina, na década de 1980, pelo pesquisador Mario Kaplún e também pela UNESCO (SOARES, 2008, p. 43).

Ismar Soares sintetiza a trajetória da educomunicação, que foi gestada

nos embates das lutas sociais, junto ao público presente nos programas de educação de jovens e adultos, numa trajetória que conta mais de 30 anos. Envolveu, primeiramente, os agentes sociais do movimento popular; chegou depois à mídia renovando a linguagem e os conteúdos de programas massivos, especialmente na produção de documentários de interesse educativo nas grandes emissoras de rádio e TV, para aportar finalmente na escola (SOARES, 2003, p. 9).

### **Conceituando educomunicação**

Ismar Soares define a educomunicação como sendo:

conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer “ecossistemas comunicativos”, qualificados como abertos e participativos, garantidos por uma gestão democrática dos processos de comunicação **nos diferentes ambientes de relacionamento humano** (envolvendo, no caso, em igualdade de condições, a comunidade como um todo, seja ela educativa ou comunicativa); ampliar o potencial comunicativo e as condições de expressividade dos indivíduos e grupos humanos, mediante práticas culturais e artísticas, assim como através do uso dos recursos disponibilizados pela era da informação, **tendo como meta prioritária o reconhecimento do protagonismo infantojuvenil**; favorecer

referenciais e metodologias que permitam às comunidades humanas relacionarem-se, enquanto sujeitos sociais, com o sistema midiático (SOARES, 2014b, p. 17)<sup>2</sup>.

Com identidade própria, o campo de conhecimento legitimou-se no Brasil em face dos resultados de pesquisa realizada, no fim da década de 1990, por pesquisadores do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, junto a agentes culturais de 12 países da América Latina, Portugal e Espanha (SOARES, 2008). A pesquisa revelou que, com o objetivo de transformar comunidades oprimidas ou marginalizadas e melhorar as condições de vida de indivíduos ou dos seus integrantes como um todo, os especialistas recorriam a diversas atividades e usavam os recursos da comunicação e da educação (SOARES, MACHADO, 2015). As atividades eram categorizadas conforme estivessem relacionadas, por exemplo, com os objetivos de: conscientizar os participantes sobre o papel dos meios de comunicação; empoderar os indivíduos; fomentar o diálogo e ampliar a capacidade de expressão; servir como um estímulo à aprendizagem ou à incorporação das tecnologias no cotidiano, entre outras. Dessa categorização, surgiram áreas de intervenção educomunicativas. Entretanto, surge a questão: o que significa intervenção<sup>3</sup>?

### **Conceituando intervenção**

Vale ressaltar que não se emprega em educomunicação o conceito de intervenção no sentido de interdição, invasão, imposição ou interrupção, pelo contrário, o sentido é o da realização de atividades, da proposta de alternativas inovadoras, da mediação, da oferta de referências libertadoras, que usualmente, por diferentes motivos, não são vislumbradas pelos membros de uma comunidade (SOARES, 2011, p.49).

É comum se deparar com a seguinte justificativa: *seus avós e seus pais já faziam assim.* Pela força do hábito, muitas vezes, uma situação pode não se alterar por si só, existe uma tendência de reproduzir modelos/referências de comportamento já

---

<sup>2</sup> Os destaque em negrito no texto foram feitos pela autora deste texto.

<sup>3</sup> Conforme o dicionário da língua portuguesa (SANTIAGO-ALMEIDA, 2011, p. 410), intervir e intervenção significam: in.ter.vir v.t. 1. Tomar parte voluntariamente; intrometer-se. 2. Interpor a sua própria autoridade, iniciativa, competência. 3. Pôr-se como árbitro; mediar, assistir. v.i. 4. Ocorrer incidentalmente; sobrevir. in.ter.ven.cão [Pl.: -ões] s.f. 1. Ato ou efeito de intervir. 2. MED. Cirurgia. 3. Administração de uma empresa por um delegado em caso de irregularidades. 4. Ação direta do governo federal em um estado.

disponíveis entre os humanos, de perpetuar situações. As intervenções procuram fornecer subsídios para o *pensar diferente*, que impulsiona a ação e a mudança - de um estado A, para um estado B. A compreensão das dimensões sociais, políticas, ideológicas, culturais e econômicas permite intervir educomunicativamente, permite impulsionar o agir, motivando o enfrentamento coletivo de problemas comunitários.

As intervenções sociais se voltam para o desenvolvimento pessoal, interessam-se pelo bem-estar coletivo dos sujeitos e norteiam-se pela filosofia educomunicativa. Intervir é um ato de educação social que para Fauré (1973, p. 126) "deve proporcionar ao homem a consciência do seu lugar na sociedade, fazer-lhe compreender que pode e deve participar democraticamente na vida da coletividade e que, desta forma, é possível melhorar ou piorar a sociedade". O foco na intervenção educomunicativa orienta-se principalmente para a escola, mídia e terceiro setor.

Como o valor perseguido pela educomunicação é a vivência democrática plena, é fácil compreender a necessidade de um sólido elo entre a educação e a comunicação para atingir esse objetivo, uma vez que a mencionada vivência depende da compreensão e da aceitação por parte da população de direitos e deveres a ela assegurados pelas leis, assim como de sua conscientização de que pode e deve assumir o papel de protagonista de sua realidade. Ocorre que os cidadãos contemporâneos são produto de um longo processo sócio histórico de sonegação de direitos básicos, durante o qual arcaicas estruturas de poder foram internalizadas e naturalizadas pelas pessoas, a ponto de, com frequência, se esquecerem de que a vida em sociedade é uma construção humana. Assim, ao ignorarem a existência de muitos de seus direitos e possibilidades, é pouco provável que rompam com a ordem hegemônica, que reivindiquem e apoderem-se de seus direitos, bem como cumpram seus deveres sociais.

A educomunicação pretende habilitar os cidadãos a exercerem seus direitos, principalmente aqueles que envolvem a liberdade de expressão e o acesso à informação, o que implica em, por meio de ações educativas, conscientizar as comunidades sobre o poder da articulação comunitária na sociedade e o papel da comunicação e do diálogo na construção de conhecimentos e na conquista de melhores condições de vida. Importante frisar que se fala aqui da comunicação interativa, dialógica e não daquela unilateral, praticada pela maior parte dos meios de comunicação de massa; da comunicação que promove o encontro entre diversos pensamentos, permitindo a negociação de ideias e a formação de um pensamento inovador, criativo; da comunicação que não se limita ao encontro presencial e nem se restringe ao verbal.

Destaca-se ainda, que a educomunicação prevê atividades de intervenção não apenas na educação formal e nem tampouco envolvendo somente crianças e jovens, onde quer que exista a necessidade do diálogo para o entendimento e crescimento, lá poderá atuar o educador.

### **Conceituando ecossistemas comunicativos**

O termo *ecossistema comunicativo* surge do conceito de ecossistema ecológico, que apregoa que os sistemas na natureza são interdependentes e se interinfluenciam. Adicionalmente, outro conceito no campo da comunicação é considerado, o de ecologia cognitiva, proposto por Pierre Lévy e que implica no estudo das dimensões técnicas e coletivas da cognição, da aprendizagem em redes coletivas (LÉVY, 1993, p. 144-145 apud SOARES, 2011, p. 43).

Dessa forma, qualquer rede de comunicação que conecte pessoas com interesses em comum pode ser considerada um *ecossistema comunicativo*. As redes de comunicação costumam estar interligadas, de forma que se interinfluenciam. Vejamos um exemplo: os cidadãos se conectam ao ecossistema comunicativo formado pelas mídias de massa, o assunto proposto na novela ou na notícia vai pautar as discussões nos outros ecossistemas de comunicação dos quais participa, como: *presenciais* - família, escola, trabalho; *mediados* – telefone, whatsapp, facebook e redes como instagram, pinterest, google+ entre outras. Por outro lado, também os cidadãos se articulam no interior de seus ecossistemas comunicativos e promovem manifestações para pautar o grande ecossistema comunicativo midiático, que irá pautar o ecossistema comunicativo governamental e assim por diante.

Soares (2011, p. 44) destaca que o ecossistema educativo persegue o “ideal de relações, construído coletivamente em dado espaço, em decorrência de uma decisão estratégica de favorecer o diálogo social, levando em conta, inclusive, as potencialidades dos meios de comunicação e de suas tecnologias”. O autor coloca em evidência a necessidade de se “cuidar da saúde e do bom fluxo das relações entre as pessoas e os grupos humanos e do seu acesso e do uso adequado das tecnologias da informação” (2002, p. 3) e defende um *ecossistema comunicativo* que proporcione um ambiente de diálogo equilibrado, no qual todas as partes possam se manifestar livre e respeitosamente, tornando possível a avaliação e a negociação das diferentes opiniões, em busca do melhor para a coletividade.

Ao abordar o sistema educacional, Soares reconhece que em sociedades individualistas, competitivas, que visam apenas classificar os indivíduos, esse ideal de comunicação é um devaneio, nelas se legitimam e naturalizam ecossistemas comunicativos rígidos, marcados pela revolta e indisciplina (SOARES, 2011). Percebe-se, entretanto, que essa condição pode ser encontrada igualmente em todos os ecossistemas comunicativos, não exclusivamente no escolar.

Para Liana Gottlieb (2010, p. 110), o conceito de ecossistema comunicativo envolve:

as teias de relações em determinado território ou espaço educativo (presencial ou virtual), que – supõe-se – sejam: a) inclusivas (nenhum membro da comunidade pode sentir-se fora do processo), b) democráticas (reconhecendo fundamentalmente a igualdade radical entre as pessoas envolvidas) e c) criativas (sintonizadas com todas as formas, os procedimentos, as linguagens e as tecnologias que facilitem ou tornem possível a esperada integração).

Em relação ao uso da tecnologia, Ismar Soares (2011, p 45) prefere ir além do que propôs Martín-Barbero<sup>4</sup> ao afirmar que ecossistema comunicativo seria a ambiência proporcionada pelas novas tecnologias, para Soares a relação dialógica não é definida pela tecnologia e sim por um tipo de convívio humano que dela se apropria visando à convivência saudável. O convívio saudável é dependente de ecossistemas com fluxos de comunicação abertos, dialógicos, participativos, pois é só por meio do diálogo coletivo que a formação do sentido, a articulação e a mobilização se tornam possíveis.

A formação de sentido é, porém um processo complexo, que perpassa os diversos ecossistemas frequentados pelos sujeitos e envolve tanto a *comunicação direta*, que é aquela que acontece face a face, quanto a *comunicação mediada*, em que emissor e receptor não estão fisicamente no mesmo local e se comunicam com o auxílio de equipamentos tecnológicos. Forma-se uma intrincada rede de mediações (MARTÍN-BARBERO, 1997), envolvendo diálogos *intrapessoais, interpessoais e grupais*, que se retroalimentam. *Intrapessoal* diz respeito aos processos que acontecem subjetivamente, o indivíduo tem suas crenças e vivências pessoais que o habilitam a entender um fato, uma informação, de maneira única. *Interpessoal* é a relação entre pessoas, que também colabora para a formação de sentido, assim como o fazem as relações entre grupos de

---

<sup>4</sup> Martín-Barbero, Jesus. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2002.

pessoas em relações *grupais*. O indivíduo mantém relações cotidianas nas três esferas e tendo por base essas trocas, forma o sentido das mensagens que recebe.

Assim, não há um único sentido possível para uma mesma informação, cada indivíduo constrói o seu sentido a partir das relações nos diferentes ecossistemas, como exemplifica a figura a seguir:

**Figura 2 - Ecossistemas e formação do sentido**



Fonte: produzido pela autora, tendo por base a Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1997)<sup>5</sup>.

A educomunicação que intervir para ampliar a consciência e a participação crítica dos sujeitos nos ecossistemas. O trabalho do educador é planejar, aplicar e avaliar ações, no âmbito das áreas de intervenção, apresentadas na sequência. Seu objetivo, junto às mais diversas comunidades, é implantar, ampliar ou fortalecer ecossistemas comunicativos, cuidando para que eles mantenham um elevado coeficiente dialógico entre seus membros (SOARES, 2003).

<sup>5</sup> Utilização de clip-arts do Office.com.

## **Intervenções em educomunicação**

Em educomunicação atua-se com intervenções socioculturais, nas quais o ato de intervir está ligado à constatação de: exploração humana, conflitos, irregularidades, opressão, precário aproveitamento da capacidade dos indivíduos de construírem conhecimento e de atuarem como protagonistas de sua própria realidade, além da supressão dos direitos básicos, principalmente, do direito à informação e à comunicação. Identificada a necessidade, cabe planejar ações recorrendo às áreas de intervenção, implantá-las e avaliar os resultados alcançados. Contudo, para que o educador possa atuar como mediador de conflitos, prestar assistência e gerir relacionamentos, ele precisa estar conceitualmente preparado e ter desenvolvido competências específicas.

Conforme Soares (2014), as atividades de intervenção estão alocadas em sete diferentes modalidades ou áreas, são elas: 1) educação para a comunicação; 2) pedagogia da comunicação; 3) gestão da comunicação; 4) mediação tecnológica na educação; 5) produção midiática educativa; 6) expressão comunicativa por meio de linguagens artísticas e 7) epistemologia da educomunicação.

Este texto aborda o planejamento de intervenções, apresentando, de forma didática, o objetivo que motiva as ações do ponto de vista de cada uma das áreas, para auxiliar aqueles que se interessam por atividades educativas e que enfrentam um duplo desafio: entender a própria educomunicação e a diferença conceitual entre as áreas de intervenção. A experiência na formação de educadores leva à constatação de que os futuros profissionais têm dificuldades de desenhar, com clareza, objetivos para seus projetos, dificuldade esta que acaba repercutindo na avaliação das intervenções que eles próprios planejam.

A literatura sobre educomunicação é acessível em diversos idiomas e em livros, manuais, periódicos científicos, jornais, revistas, sites. Porém, isso não ocorre em relação às áreas de intervenção, sendo Ismar de Oliveira Soares o autor que mais esforços faz para sintetizar e disseminar o conhecimento sobre elas.

Muitas publicações, que abordam as modalidades de intervenção individualmente, não utilizam a terminologia adotada em educomunicação e nem mencionam o termo educomunicação, o que dificulta que pesquisadores iniciantes estabeleçam relação do conteúdo apresentado com as respectivas áreas.

A situação exposta ocorre em função de a consolidação deste campo de conhecimento ser ainda recente e por ter sido ele precedido por correntes de estudo que já contavam com uma gama de relevantes publicações, que costumam compor a bibliografia básica dos estudantes de educomunicação e sem fazerem referência às áreas de intervenção que foram sistematizadas posteriormente. Essas correntes são: a) em âmbito internacional, os *media studies*, chamados aqui no Brasil de mídia-educação ou educação para a mídia, que subsidiaram os estudos educomunicativos na modalidade de intervenção denominada “educação para a comunicação”; b) a pedagogia da comunicação, que congrega outros tantos textos, oriundos principalmente do campo da educação e que dão suporte à compreensão da área de intervenção educomunicativa de mesmo nome: pedagogia da comunicação; c) arte-educação, reunindo textos do campo das artes e da educação, servindo de base para a área de expressão comunicativa pelas artes e d) gestão da comunicação, cujo delineamento teórico deriva de disciplinas dos campos de saber da administração (recursos humanos/marketing) e da comunicação social (relações públicas/jornalismo/publicidade).

Vale lembrar que o recorte aqui apresentado sobre as áreas de intervenção, advém da experiência pessoal, bem como da interpretação que a autora faz sobre a literatura existente, sendo a exposição de ideias neste texto mais um convite ao diálogo com outros estudiosos do que pretensão de consolidar conceitos.

### **As áreas de intervenção**

Na sequência apresenta-se um quadro com as áreas, seus campos de origem, o foco principal de cada uma e os valores que subsistem as ações, para, na sequência, discorrer separadamente sobre elas.

**Quadro 2 – Áreas de intervenção educomunicativas**

| CAMPO FUNDANTE | Media studies   | Educação  | Artes                                      | Comunicação Social  | Educação  | Educomunicação                                       | Administração/ Comunicação Social  |
|----------------|---|---|--|---|---|--|--|
| ÁREAS          | Educação para a comunicação   | Pedagogia da comunicação  | Expressão pelas artes                      | Produção midiática  | Mediação tecnológica na educação                                    | Epistemologia da educomunicação                      | Gestão da comunicação  |
| FOCO PRINCIPAL | Capacitar os participantes para a prática da comunicação dialógica, usando - ou não - as tecnologias.                   | Usar recursos da comunicação para facilitar a construção de conhecimento. | Dialogar, usando as linguagens artísticas. | Producir conteúdo midiático com intencionalidade educativa.     | Inserir as tecnologias na educação.                                 | Estudar a educomunicação.                            | Implantar e otimizar fluxos de comunicação em ecossistemas comunicativos             |
| ATIVIDADES     | Educação para a comunicação.  | Educação pela comunicação.  | Comunicação pela emoção.                   | Comunicação de valores e conceitos, usando produtos midiáticos. | Educação a distância, pesquisa, comunicação mediada por tecnologia. | Divulgação, pesquisa, estudo sobre a educomunicação. | Diagnóstico, planejamento, implementação e avaliação de ecossistemas comunicativos . |
| VALORES        | Igualdade de acesso, relação dialógica horizontalizada entre todos os envolvidos, com tomadas de decisão participativa. |   |  |   |   |  |  |

Fonte: produção da autora

É, no entanto, importante frisar que é pouco provável o desenvolvimento de uma estratégia educomunicativa envolvendo uma única área de intervenção e quando isso ocorre, muitas vezes, é em função da falta de conhecimento sobre o pleno potencial da educomunicação por parte do estrategista. Potencial este que, infelizmente, deixa de ser integralmente explorado quando tal fato ocorre. Emblemática é a situação em que para motivar a prática da língua portuguesa o professor opta pelo desenvolvimento de um jornal escolar. Ele usa a *pedagogia da comunicação*, uma vez que seu objetivo é levar o

estudante a aprender a língua materna, no entanto, ele poderia enriquecer a experiência de aprendizagem, atuando simultaneamente com *educação para a comunicação*, acrescentando mais um objetivo: levar o estudante a compreender a função social dos jornais, a linguagem jornalística, as condições de trabalho nas redações e as etapas de produção de um jornal diário.

### **Planejando intervenções em cada área**

As estratégias intervencionistas a serem desenvolvidas pelo educomunicador devem ter um objetivo claro, mantendo relação com o potencial dos ecossistemas comunicativos das comunidades analisadas.

Didaticamente, ao pensar em intervenção, convicia-se a existência de dois polos: a *equipe*, que protagonizará a intervenção e os *participantes*, que sofrerão a intervenção. Ressalta-se, contudo que as decisões sobre o que fazer não podem ser unilaterais, os processos devem ser participativos, dialógicos, envolvendo todos: os intersetores e os *participantes*.

O compromisso daqueles que intervêm é com a transformação que pretendem ver na comunidade em que a intervenção ocorrerá, assim sendo o *objetivo será formulado pensando sempre no que se espera que os participantes façam*. Não é correto estabelecer como objetivo, por exemplo: *explicar o que é educomunicação*, mas sim *levar o participante a compreender o que é educomunicação*. A diferença é que, no primeiro caso, poder-se-ia dizer que o objetivo foi atingido pelo fato de o intersetor ter explicado o conceito de educomunicação, contudo para que se alcance a transformação, é preciso se certificar de que o participante entendeu o conceito, resultado que deve ser assegurado através de avaliação desenvolvida especificamente para isso.

Com intenção meramente didática, na exposição a seguir as áreas serão tratadas de forma isolada. **Serão fornecidos: conceitos, exemplos de situações problema que requeiram intervenção, objetivo, metodologia e sugestão de procedimentos para avaliação das estratégias.**

Ao considerar a avaliação, é importante que ela seja rigorosa, não existem fórmulas prontas, devem ser definidos indicadores e critérios para mensurá-los, se, por exemplo, pretende-se aumentar o diálogo em uma comunidade, cabe definir uma forma para verificar se todas as pessoas se comunicam, com que frequência o fazem e qual a qualidade da comunicação – se elas interagem, são claras, são propositivas ou somente reativas, etc.

## **1 – Epistemologia da Educomunicação**

A palavra epistemologia vem do grego: episteme (conhecimento) + logos (estudo). Significa estudo do conhecimento. Assim, nesta área de intervenção analisa-se a origem, a natureza e a validade do conhecimento sobre educomunicação para a sociedade. Segundo Soares (2000), o estudo epistemológico ocorre na academia, sendo conduzido metodologicamente e possibilitando o reconhecimento, a evolução e a legitimação do campo por meio de sistematizações e análises sobre seus objetos, sobre a sua “constituição, fundamentos teóricos, metodologias e espaços de trabalho” (SOARES, 2014, p. 140). Como, no entanto, a academia se organiza sobre um tripé que reúne ensino, pesquisa e extensão, também as intervenções na área acabam ultrapassando os muros da universidade, por envolverem seus *espaços de trabalho*, que são as organizações, as escolas e as comunidades externas.

Objetivamente, pretende-se a compreensão de conceitos, valores, objetivos e metodologias educomunicativas, estudando sua aplicabilidade nas diferentes regiões e ambientes e observando os resultados alcançados.

### **Quadro 3 – Epistemologia da Educomunicação**

|   |
|---|
| Possíveis públicos alvo: Os interessados na prática de atividades educomunicativas costumam ser os protagonistas dessas ações, entre eles estudantes de graduação ou de pós-graduação, oriundos em sua maioria de cursos nas áreas de comunicação social e da educação.   |
| Exemplo de situação problema: Processo de descoberta e de divulgação de resultados em que pesquisadores e profissionais verificam estratégias educomunicativas capazes de atender as necessidades de adolescentes de comunidades com características específicas. Eles deverão conhecer a fundo os parâmetros educomunicativos e a comunidade, trabalhar com um pequeno grupo de jovens e avaliar quais ações funcionam e quais não, concluindo sobre a possibilidade de as estratégias darem certo em comunidades com características semelhantes. |
| Exemplo de objetivo geral: levar os participantes a entenderem o que é a educomunicação, quais são seus objetivos, as metodologias que emprega, e também a construirão conhecimento sobre ela.  |
| Exemplo Metodologia: exposição oral, debate, pesquisa, entrevista, visita, simulação, produção textual e midiática.   |
| Exemplo de recursos: textos, audiovisuais, podcasts, games, entre outros.   |
| Exemplo de avaliação: análise de depoimento oral, de textos, relatórios, de mídias produzidas.  |

Fonte: produção da autora.

## **2 - Produção midiática**

Conforme Soares (2014, p. 138), esta área de intervenção envolve “ações, programas e produtos da mídia elaborados a partir do parâmetro educomunicativo”. Ela contempla o trabalho de profissionais que se dedicam a “renovar a linguagem e os conteúdos de programas massivos de interesse educativo nas grandes emissoras de rádio e TV” (SOARES, 2003, p. 9). Enquadra-se no ambiente da comunicação mediada, em que emissor e receptor não estão fisicamente presentes no mesmo local, a mensagem flui por meio de um suporte tecnológico como: telefone, computador, televisão, rádio, papel, entre outros.

Por *produtos da mídia* entende-se materiais produzidos para serem divulgados nos veículos de comunicação: filme, novela, desenho animado, documentário, telejornal, artigo de jornal ou revista, folder, fanzine, peça publicitária, programa de rádio, livro, jogo eletrônico, internet etc. Como *parâmetro educomunicativo* delimita-se a produção com intencionalidade educativa elaborada em ambientes educacionais formais ou não, que ao promover o conhecimento crítico se nutra de: princípios democráticos e valores como a cidadania, a solidariedade, a criatividade, o diálogo horizontalizado.

Especial atenção deve ser concedida ao planejamento do produto midiático. Considerando que todas as pessoas produzem cultura, ele deve envolver o público alvo, usar seu vocabulário e componentes do seu cotidiano, sendo feito a partir de uma perspectiva participativa e assegurando o uso de estratégias que promovam a interação e a livre expressão do público alvo.

Contudo, na atualidade, é possível uma compreensão ampliada da atuação nessa área. Retomando a fala de Soares, ele afirma que a área envolve “ações, programas e produtos da mídia elaborados a partir do parâmetro educomunicativo”, então consideremos que:

- a) ação de mídia é o ato de veiculação de mensagens usando os meios de comunicação tradicionais ou alternativos, fato que autoriza também o envolvimento do educomunicador no planejamento e implementação de ações de comunicação não necessariamente veiculadas em veículos de massa, mas em mídias alternativas, como por exemplo: internet, telefones celulares, rádios comunitárias, jornais de

baixa circulação, fanzines, em shopping centers, banheiros, ou em meios de transporte como metrô, motocicleta, ônibus, bicicleta, etc, visando alcançar um grupo de pessoas.

- b) no sentido tecnológico, um programa de mídia pode se referir a um aplicativo ou a um software destinado à interação entre pessoas, desenvolvido em equipes multidisciplinares com a participação de um educomunicador;
- c) mídia pode significar tanto um suporte físico para arquivo de dados (DVDs, blu-rays, cartões de memórias, pendrives), como a indústria cultural, que produz e veicula informações, ideias, mercadorias e oferece entretenimento. Portanto, um produto midiático não precisa, necessariamente, ter vínculos com a mídia de massa, podendo ser elaborado por produtoras independentes, ou especializadas em produtos educativos e divulgado em canais segmentados ou comercializado nos suportes citados.

Assim, produção midiática educomunicativa é a atividade realizada por sujeitos – individualmente ou em equipes multidisciplinares, que tenham o domínio pleno do conteúdo a ser ensinado, da pedagogia da comunicação que envolve a linguagem midiática escolhida e da técnica de produção. O resultado é o desenvolvimento de produtos comunicacionais marcados por intencionalidade educativa, a serem exibidos em emissoras de rádio, televisão, cinema, veículos impressos, web, circuitos fechados nas diferentes organizações e em ambientes educativos virtuais, entre outros. Contempla ainda o desenvolvimento de materiais didáticos, para serem utilizados na educação, em apoio à aprendizagem, como jogos, vídeos, cartilhas, fanzines, etc.

Os educomunicadores que atuam com produção midiática, além das mídias de massa, usualmente se vinculam às organizações do segmento da educação formal ou não formal, com especial ênfase àquelas que se voltam para a educação a distância.

Importante ressaltar que nesta área de intervenção não se consideram as produções amadoras, com qualidade de conteúdo ou técnica insuficiente, feitas por estudantes, professores e outras pessoas com intenções outras que não a de ensinar algo para espectadores ou usuários. Em educomunicação, quando se propõe a jovens que produzam um jornal ou programa de rádio ou tv, o que importa é o processo de produção e não o produto final, assim sendo, nesse caso, o objetivo está na área de intervenção de *educação para a comunicação*, já que se pretende que eles aprendam de forma prática o que é comunicação e não que o programa criado por eles sirva para

ensinar algum conteúdo para alguém, até porque, grande parte das vezes, nem existe um canal de comunicação em que o produto possa ser veiculado.

#### **Quadro 4 – Produção Midiática**

|  |
|--|
| Exemplo de Público Alvo: neste caso, os participantes serão os usuários das mídias que irão consumir o produto ofertado.   |
| Exemplo de situação problema: Produção de um vídeo para explicar a teoria da relatividade, proposta por Einstein.  |
| Exemplo de Objetivo: por meio da produção de um produto midiático, levar os participantes a aprenderem conceitos.  |
| Exemplo de Metodologia: manipulação de conteúdos educativos, utilizando as linguagens midiáticas e recursos tecnológicos para produzir um texto midiático.   |
| Exemplos de Recursos: câmeras, computadores, gravadores de áudio, equipamento de iluminação, estúdio, atores, ilustradores, designers, programadores, entre outros.  |
| Exemplos de Avaliação: após expor a audiência ao produto criado, recriando as mesmas condições de audiência que ela desfrutaria individualmente, são analisados seus depoimentos orais, textos, relatórios sobre o conteúdo abordado no produto midiático. |

Fonte: produção da autora.

### **3 - Educação para a comunicação**

Nessa área, o objeto de estudo é a comunicação, entenda-se aqui tanto a comunicação direta quanto a comunicação mediada, em que emissor e receptor não estão fisicamente no mesmo local. Segundo Ismar Soares (2014, p. 138), reúne “práticas voltadas a sensibilização e formação das audiências para a convivência com os meios de comunicação – *media education, educación en medios* – educação midiática”.

Estratégias específicas podem nortear as ações nesta área de intervenção conforme o objetivo específico seja: levar os envolvidos a entender a importância da comunicação e/ou a usar eficazmente a comunicação. Dessa forma, entre outras ações, é possível: a) orientar os participantes sobre como deve ser a comunicação entre os membros de uma mesma comunidade, estabelecendo regras simples como, por exemplo, não falar ao mesmo tempo, escutar os outros; b) estudar estratégias linguísticas; c) aprender como se produz mídia, *fazendo* um jornal, um programa de televisão ou rádio; d) analisar as estratégias das grandes corporações de mídia.

Tamanha é a dimensão que a mídia ocupa nos processos sociais que se entende que seus conteúdos são importantes componentes culturais e artísticos e necessitam ser analisados. Para levar os participantes a compreenderem os processos midiáticos, são desenvolvidas tanto atividades de leitura crítica da mídia quanto de produção de mídia.

Considerando a educação formal, interessantes indicadores de qualidade para os projetos de educação para a comunicação, são fornecidos pela Secretaria Municipal de Educação da cidade de São Paulo: a) promover o protagonismo infanto-juvenil através da comunicação e das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICS); privilegiar a participação coletiva dos estudantes; b) garantir o direito à comunicação; potencializar a expressão comunicativa; c) articular as atividades a conteúdos das diversas áreas de conhecimento e aos temas transversais, bem como a outros programas e projetos; d) promover a integração da comunidade escolar; e) realizar a inclusão pedagógica; f) promover a reflexão crítica sobre a presença dos meios de comunicação na escola e na sociedade; g) promover a melhoria na convivência escolar<sup>6</sup> (PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, 2015).

---

<sup>6</sup> Outro indicador é ainda mencionado: *promover o aprendizado através da comunicação*, consideramos, no entanto que por envolver a educação por meio da comunicação, ele enquadra-se na área de pedagogia da comunicação e não em educação para a comunicação.

### **Quadro 5 – Educação para a Comunicação**

|   |
|---|
| Público Alvo: Os participantes potenciais são todos aqueles que usam a comunicação.   |
| Exemplos de situação problema:  |
| 1. Em um município, os estudantes de todas as escolas poderiam compartilhar experiências e conhecimento por meio de uma rede de comunicação juvenil. Para isso, é possível preparar os alunos das escolas municipais para produzirem pequenos <i>podcasts</i> e postá-los em uma rede virtual própria. Importa também que os envolvidos compreendam que, para isso, não é necessário copiar modelos adotados nas rádios comerciais.<br>2. Auxiliar os membros de uma organização não governamental a produzirem e manterem um site. |
| Exemplos de Objetivos:<br>- levar os participantes a: 1. ampliar o diálogo entre todos os membros da comunidade; 2. ter um olhar crítico para a mídia; 3. compreender como a comunicação pode ajudar as pessoas a construírem conhecimento e a se entenderem; 4. entender o papel que os meios de comunicação de massa exercem na sociedade.  |
| Exemplos de Metodologia: debate, análise de texto, análise de contexto, estudo de caso, tradução, simulação de produção e produção de mídia <sup>7</sup> .  |
| Exemplos de Recursos: textos, filmes, áudios, câmeras, computadores, gravadores de áudio, etc.  |
| Exemplos de Avaliação: análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.   |

Fonte: produção da autora.

---

<sup>7</sup> Para detalhamento consultar Almeida, Cerigatto e Andrelo, 2013, p.66.

#### **4 - Pedagogia da comunicação**

Usar a pedagogia da comunicação consiste em promover a construção de conhecimento por meio da comunicação dialógica e da relação entre as pessoas, utilizando estratégias que impulsionem a interação em uma comunidade de aprendizagem, incentivando a participação de todos. É também comunicar-se bem, usando recursos que facilitem a compreensão dos assuntos em pauta. Adotar a pedagogia da comunicação é ser verdadeiro, evitando pregar uma ideia e não colocá-la em prática.

Ao mediador da aprendizagem recomenda-se que, além de dominar o conteúdo, esteja em sintonia com os envolvidos expressando-se de forma simples e clara, com exemplos e vocabulário pertencentes ao cotidiano deles, o que implica em saber ouvilos e conhecer a sua realidade. Outros cuidados são: demonstrar interesse, entusiasmo e explorar gestos e voz, evitando exposições monótonas; adotar os recursos da comunicação visual, jogos eletrônicos e a tecnologia, de forma a potencializar a atenção e a compreensão, despertando emoções e auxiliando na memorização.

É bom observar que apesar de a escola ser o local privilegiado da educação, na sociedade atual, a aprendizagem ao longo da vida é uma premissa básica. A aprendizagem é um valor perseguido nos mais diversos ambientes organizacionais e, como consequência, há demanda para a aplicação da pedagogia da comunicação fora da escola. A falta de interação entre as pessoas e a comunicação autoritária, verticalizada, antidualógica<sup>8</sup> causam problemas nos ambientes empresariais.

A pedagogia da comunicação implica também em não fornecer respostas prontas, não impor pontos de vista. Um bom pedagogo da comunicação expõe diversos pontos de vista sobre os assuntos, oferece subsídios para que os sujeitos comparem argumentos contraditórios, reflitam e tirem suas próprias conclusões. Essa atitude cabe nos mais diversos espaços: na escola, nos jornais, nas organizações, nas comunidades.

No ambiente da educação, de acordo com Soares, a pedagogia da comunicação relaciona-se a procedimentos “que qualificam a aprendizagem, criando condições de alteração – para melhor – da própria prática pedagógica” (SOARES, ALMEIDA, 2012,

---

<sup>8</sup> Termo cunhado por Freire (1968).

p. 123). Nela se auxilia os “professores a articular a ação comunicativa no trabalho didático” (SOARES, 2000b, p. 63). Penteado (2006, p. 122) destaca:

Ao colocar em discussão junto aos alunos um problema, indagando, ouvindo e acolhendo as opiniões e considerações feitas, por mais divergentes que se apresentem, e expondo a sua visão do problema e a importância de sua focalização na escola, estará dando o primeiro passo dentro de uma metodologia comunicacional de ensino.

Pedagogia é a “prática de ensinar” (HOLANDA, 1995, p. 490). Contudo, hoje não mais se acredita no ensino por transmissão ou em aprendizagem passiva, mas sim em construção ativa de conhecimento, em que um indivíduo mais experiente atua como mediador da aprendizagem. Paulo Freire, um dos teóricos de referência, ao afirmar que “a comunicação verdadeira não nos parece estar na exclusiva transferência ou transmissão do conhecimento de um sujeito a outro, mas em sua co-participação no ato de compreender a significação do significado” (FREIRE, 2006, p. 70), condenava a noção de transferência de conhecimento, utilizada no método tradicional de ensino. Para o autor, educação “é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (FREIRE, 2006, p. 69). Dessa forma, ele identificava aprendizagem com comunicação e defendia que a construção do conhecimento se daria somente por meio do diálogo, desacreditando o método tradicional de ensino. A educação tem, então, o desafio de desenvolver metodologias, que levem aos estudantes a compreenderem a *significação dos significados*, a motivá-los para a aprendizagem.

Para provocar o envolvimento dos alunos com os conteúdos curriculares, é possível lançar mão de produtos midiáticos, como por exemplo: filmes, animações, programas de rádio, histórias em quadrinho, games. Esses recursos têm de ser inseridos na educação como disparadores de debates críticos, acarretando fluxos de diálogo, incentivando a interação entre os elementos da comunidade de aprendizagem. São fórmulas para evitar a formação de barreiras à aprendizagem e à criatividade, produzidas na presença de comportamento antidialógico (FREIRE, 1968).

Entende-se que não é possível o desabrochar da criatividade e a construção de conhecimento quando não há interlocução/entendimento, quando não existem processos de comunicação horizontalizados, quando são registrados processos autoritários que inviabilizam a livre expressão.

Todavia, não se trata apenas de usar produtos midiáticos e tecnologias da informação e da comunicação, recorre-se também a estratégias que fomentem e facilitem o diálogo, entre elas pode-se mencionar o não posicionamento das carteiras em filas, nas quais se enxerga apenas a nuca de interlocutores em potencial, organizando-as de forma a permitir o trabalho em grupos, ou acomodando-as em um círculo para que todos os presentes possam se ver.

A pedagogia da comunicação pode ser igualmente utilizada para solucionar desafios de relacionamento nas diversas organizações, uma vez que aos problemas de comunicação são usualmente atribuídas as falhas nos processos e produtos. Na atualidade, se espera que a produtividade seja alcançada por meio de comunicação excelente, que fomente a criatividade e o saber inovador, seja para a resolução de problemas, como para a proposição de inovações nos processos. Saber se comunicar não é uma capacidade nata, ela pode ser aprendida por gestores e líderes nas organizações, principalmente se forem considerados os parâmetros educomunicativos, que acrescentarão um diferencial à cultura organizacional, não apenas do ponto de vista econômico, mas principalmente da qualidade de vida dos funcionários e dos consumidores.

Vale ressaltar que a diferença entre as áreas da *educação para a comunicação* e da *pedagogia da comunicação* é que o objetivo da *pedagogia da comunicação* é criar condições para que o diálogo se estabeleça favorecendo a aprendizagem de conteúdos curriculares e na *educação para a comunicação*, a comunicação em si é o tema de estudo, como assevera Porto ao falar sobre a pedagogia da comunicação, diferenciando ambas (1998, p. 29):

[...] não é uma pedagogia sobre os meios de comunicação. É uma pedagogia que estabelece comunicação escolar com os conhecimentos, com os sujeitos, considerando os meios de comunicação. Dialoga-se com os meios e suas linguagens, em vez de falar dos meios.

Então, em *pedagogia da comunicação* o educador se apodera de recursos da comunicação para ensinar história, geografia, e em *educação para a comunicação* questiona-se a própria comunicação e ensina-se a utilizar formas de comunicação no convívio social.

**Quadro 6 – Pedagogia da Comunicação**

|   |
|---|
| Exemplos de PÚblico Alvo: Os principais envolvidos são os educadores, contudo todos os gestores de pessoas podem ser beneficiados.  |
| Exemplos de situação problema: inovar os métodos de ensino organizando as carteiras das salas de aula de forma não tradicional, de forma a permitir o diálogo entre os estudantes; usando produtos midiáticos e recursos das novas tecnologias da informação e da comunicação; propondo aprendizagem por projetos e pesquisa. |
| Exemplos de Objetivos: a) levar os participantes a debaterem ou refletirem sobre um determinado assunto que não seja a comunicação, usando para isso os recursos da informação e da comunicação; b) motivar para a aprendizagem e para o diálogo.   |
| Exemplos de Metodologia: debate, análise de textos e vídeos, simulações, elaboração de propostas.   |
| Exemplos de Recursos: textos, filmes, áudios, câmeras, computadores, gravadores de áudio, etc.  |
| Exemplos de Avaliação: análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.   |

Fonte: produção da autora.

## **5 - Mediação tecnológica na educação**

É a área de intervenção que se “preocupa com a presença das tecnologias como elemento interveniente nas mediações culturais que mobilizam a sociedade, com influências nos modos de perceber o mundo e de produzir cultura” (SOARES, 2014, p.12).

Visa à incorporação das tecnologias da informação e da comunicação nos processos educativos, de forma a ampliar e multiplicar as oportunidades de aprendizagem, sempre privilegiando a sua utilização humanizada e colaborativa, tendo como centro do processo o educando e o processo de aprendizagem e não o conteúdo e nem a tecnologia<sup>9</sup>.

Soares destaca a preocupação mantida em relação à mediação tecnológica no nível básico da educação escolar, afirmando que essa área:

preocupa-se com os procedimentos e as reflexões sobre a presença das tecnologias da informação e seus múltiplos usos pela comunidade educativa, garantindo, além da acessibilidade, as formas democráticas de sua gestão. Trata-se de um espaço de vivência pedagógica muito próximo ao imaginário da criança e do adolescente, propiciando que não apenas dominem o manejo dos novos aparelhos, mas que criem projetos para o uso social das invenções que caracterizam a Era da Informação. Esta área aproxima-se das práticas relacionadas ao uso das Tecnologias da informação e Comunicação (TIC), sempre que entendidas como uma forma solidária e democrática de apropriação dos recursos técnicos (SOARES, 2011, p. 48).

Dessa forma, o educomunicador se questionará: de que forma a tecnologia pode colaborar com a aprendizagem, com a criação, assimilação e gestão do conhecimento na perspectiva da cidadania, do desenvolvimento e da solidariedade? Parte-se da premissa de que a aprendizagem constante, social e universal mantém estreita relação com a ampliação da inteligência coletiva.

Trabalhar nessa área de intervenção é indagar-se constantemente sobre a função e o potencial da tecnologia para o avanço da humanidade. Afinal, a mesma tecnologia

---

<sup>9</sup> Afirmamos que o interesse não está na tecnologia no que concerne ao seu aspecto físico (hardware) ou de programação (software). Procura-se a inserção da mediação tecnológica de forma a ampliar trocas e diálogos, então pouco importa se a opção é por computadores, smartphones ou tablets, desde que eles sirvam à necessidade humana de construção de conhecimento.

utilizada para manter um rígido controle sobre o ser humano pode servir para a construção coletiva de conhecimento, rompendo inclusive barreiras semânticas e conectando cérebros com interesses comuns em qualquer ponto do planeta (LEVY, 2014). Uma comunidade do sul do planeta pode se beneficiar com modelos de solução de problemas, adotados por uma comunidade localizada ao norte do planeta que tenha enfrentado problemas semelhantes.

Nos processos de educação a distância, a tecnologia permite que brasileiros, com dificuldade de frequência diária a uma instituição de ensino superior, tenham possibilidade de estudar e conectar-se às redes de produção de conhecimento. Ela permite a aplicação de metodologias revolucionárias de ensino, assim como a aprendizagem autônoma, já que as informações nunca estiveram tão acessíveis. A tecnologia rompe ainda outras espécies de barreiras físicas, basta, por exemplo, observar animações tridimensionais que reproduzem o funcionamento do corpo humano, permitindo conhecê-lo por dentro.

Entretanto, há ainda um despreparo para a utilização do pleno potencial da tecnologia. Na maior parte das escolas brasileiras, as tecnologias tradicionais continuam a ser consideradas *novas*, tamanho o estranhamento que sua presença causa no ambiente educativo. Há quem proponha o uso do *tablet* na educação da mesma forma que se usa o caderno de papel. Do ponto de vista do desenvolvedor de soluções tecnológicas, há ainda quem desenhe interfaces de computador não amigáveis, não as adequando as especificidades dos usuários.

A mediação tecnológica na educação com parâmetro educomunicativo é uma área de intervenção desafiadora, com muito a se fazer na educação formal, não formal, informal e nos mais variados ambientes organizacionais, nos quais aprender constantemente passou a ser condição para a sobrevivência. As empresas multinacionais igualmente necessitam da mediação da tecnologia para construir conhecimento inovador entre seus pares que beneficiem tanto os seus funcionários quanto os consumidores.

**Quadro 7 – Mediação Tecnológica na Educação**

|   |
|---|
| Exemplos de Público Alvo: comunidades aprendentes, com ênfase àquelas inseridas na educação formal.   |
| Exemplos de situações problema:<br><ol style="list-style-type: none"><li>1. inserir <i>tablets</i> na escola, orientando gestores, professores e estudantes a utilizá-los de forma a otimizar a aprendizagem.</li><li>2. desenvolver ambientes virtuais de aprendizagem dialógicos, usando recursos das tecnologias da informação e da comunicação que possibilitem experiências enriquecedoras entre os pares, por meio do diálogo e da troca de conhecimento.</li></ol> |
| Exemplos de Objetivos: Levar os participantes a incorporarem educomunicativamente as tecnologias da informação e da comunicação na educação   |
| Exemplos de Metodologia: essa área de intervenção requer a elaboração de estratégias personalizadas para atendimento de cada comunidade específica, porém em geral é necessário oferecer treinamento para manipulação da tecnologia e de suas linguagens e para produção de mídia, proceder a análise crítica de seu uso.   |
| Exemplos de Recursos: filmadoras, câmeras de fotografia, computadores, gravadores de áudio, banda larga, games, blue-rays, etc.   |
| Exemplos de Avaliação: análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.   |

Fonte: produção da autora.

## **6 - Expressão através das artes**

O potencial de comunicação do ser humano é amplo. Diversos tipos de linguagens estão à sua disposição, entre elas é possível mencionar: oral, gestual, corporal, escrita, artística. De acordo com a finalidade, o homem pode se apropriar delas intuitiva ou racionalmente, usando-as individualmente ou combinando-as, em função do contexto.

São linguagens artísticas: teatro, mímica, circo, dança, música, canto, pintura, desenho, gravura, grafite, poesia, escultura, arquitetura, moda, decoração, paisagismo, culinária, assim como as denominadas *artes midiáticas*, como: fotografia, linguagem radiofônica, audiovisual e cinema, novela, arte digital, desenhos animados e animações tridimensionais, games, entre outras.

A arte permite a construção identitária nas comunidades e “abre caminhos para a conscientização social, para a descoberta dos direitos, das obrigações de cada um” (BARBOSA, 2015). Ela é importante na aprendizagem “para desenvolver formas sutis de pensar, diferenciar, comparar, generalizar, interpretar, conceber possibilidades, construir, formular hipóteses e decifrar metáforas” (BARBOSA, 2004, p. 51).

É, entretanto importante ressaltar que o objetivo da área de intervenção de comunicação através das artes não tem a ver com o ensino de conteúdos curriculares de arte - movimentos artísticos, história da arte, produtores de arte, elementos básicos das linguagens artísticas, etc, nem com o domínio técnico da produção artística, o que interessa aqui é a utilização da linguagem artística para a interação entre seres humanos.

Ismar Soares (2015, p. 6) destaca que a área de intervenção reúne ações realizadas por meio de “esforços de arte-educadores no sentido de garantir espaços de fala, visibilidade e livre expressão para cada um dos sujeitos sociais”, sendo constituída por “práticas que valorizam a autonomia comunicativa das crianças e jovens mediante a expressão artística – arte-educação” (SOARES, 2014, p.138).

Da perspectiva da educomunicação, o diálogo constitui-se sempre o principal foco. Dessa forma, a princípio, dois tipos de ação podem ser previstas: a) usar a linguagem artística para estabelecer contato com os sujeitos - um exemplo é o ativismo musical de Bono Vox, da banda U2 - e b) estimular alguém a se expressar por meio dela.

Há casos em que o uso da linguagem verbal ou escrita não dá conta de criar as condições necessárias para o diálogo, assim como outros em que não é possível expressar o que se quer dizer, ou estabelecer contato com uma pessoa, a não ser usando as linguagens artísticas, que irão auxiliar tanto nos fluxos de diálogo, como na construção do conhecimento, deflagrando um processo que, muitas vezes, toca o outro de forma inatingível por outras linguagens. Essa situação é mais frequente nas intervenções envolvendo populações em situação de vulnerabilidade social, indivíduos com dificuldade de socialização ou portadores de deficiências físicas como, por exemplo, os autistas. A linguagem artística é, então, capaz de conectar indivíduos dispersos. A arte contagia e mobiliza as dimensões perceptiva, motora e imaginativa ao acionar a mente, o coração, o tato. Faz sentir, refletir, sonhar, imaginar, recordar (COUTINHO, 2004).

A relação arte, mídia e tecnologia ampliou as possibilidades de produção e expressão artísticas, estabelecendo relevante conexão com o universo juvenil. Lucia Santaella (2005, p. 14) destaca que as tecnologias midiáticas “expandiram o campo das artes para as interfaces com o desenho industrial, a publicidade, o cinema, a televisão, a moda, as subculturas jovens, o vídeo, a computação gráfica etc”. Na atualidade os jovens têm maior acesso à tecnologia disponível nos computadores, tablets, celulares, o que permite que se expressem artisticamente produzindo digitalmente fotografias, vídeos, fanzines, animações, músicas entre outros. Da mesma forma, usam as redes digitais com facilidade para divulgar o material produzido, dialogando por meio deles com outros jovens igualmente conectados.

**Quadro 8– Expressão através das artes**

|  |
|--|
| Exemplos de Público Alvo: a) Público em geral; b) portadores de deficiências físicas ou psicológicas; c) populações marginalizadas.  |
| Exemplo de situações problema:<br>- Chamar a atenção de pessoas ao redor do mundo para uma determinada causa social, utilizando a música;<br>- Considerando um jovem infrator, em liberdade assistida, criar oportunidade para a sua integração com a comunidade por meio de atividade coletiva de intervenção artística no ambiente escolar, propondo a utilização por eles de linguagens como: música, dança, grafite, entre outras. |
| Exemplos de Objetivos:<br>a) levar os participantes a se comunicarem usando as linguagens artísticas;<br>b) Estabelecer contato com as pessoas usando as linguagens artísticas.  |
| Exemplos de Metodologia: apreciação e leitura crítica de arte comunitária, produção artística.   |
| Exemplos de Recursos: textos, filmes, áudios, câmeras, computadores, gravadores de áudio, instrumentos musicais, microfones, tinta, pinceis, etc.  |
| Exemplos de Avaliação: análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.  |

Fonte: produção da autora.

## **7 - Gestão da Comunicação**

Esta área de intervenção visa à implantação e manutenção de ecossistemas comunicativos. Neles, uma vez que o direito à voz não deve ser influenciado por estruturas hierárquicas ou interesses políticos e econômicos, potencializa-se a aprendizagem e a construção de conhecimento colaborativo e inovador. Procura-se implantar ambientes democráticos, nos quais a comunicação flua entre todos os participantes, que contam com igual oportunidade para se expressar. A comunicação pode ser interpessoal ou mediada, ocorrendo em ambientes virtuais - acessados a distância por receptores de um meio massivo de comunicação - ou presenciais, em escolas, empresas e organizações aprendentes.

A gestão da comunicação, normalmente, precede as atividades educomunicativas a serem implantadas utilizando os recursos das outras áreas de intervenção. O gestor, ou a equipe gestora, avalia o potencial e as necessidades de relacionamento nas comunidades, realizando um diagnóstico da situação existente. Detecta fragilidades na comunicação e identifica dificuldades de relacionamento, propõe e acompanha a implantação de estratégias e de meios de comunicação que permitam ampliar o coeficiente comunicativo e fortalecer as relações, considerando as possibilidades oferecidas por todas as áreas de intervenção.

Além de se dedicar ao pensamento analítico e estratégico, cabe ao gestor preocupar-se com aspectos pragmáticos, que garantam que a comunicação se viabilize conforme planejado, zelando pela organização dos ambientes de trabalho e cuidando para que tanto a estrutura física, quanto os recursos técnicos e humanos necessários estejam à disposição da comunidade, como afirma Soares (2011, p. 48):

A área da gestão da comunicação volta-se para o planejamento e a execução de planos, programas e projetos referentes às demais áreas de intervenção, apontando, inclusive, indicadores para a avaliação de ecossistemas comunicacionais. Converte-se, nesse sentido, numa área central e indispensável, exigindo o aporte de um especialista, de um “gestor”, enfim. Cabe a este não apenas incentivar os educadores para que façam a melhor opção em termos das áreas de intervenção, mas também de suprir as necessidades do ambiente no que diz respeito aos espaços de convivência e às tecnologias necessárias.

O que caracteriza a gestão educomunicativa são os valores que sustentam os relacionamentos e norteiam os processos nos ecossistemas. Os processos de comunicação e a forma como os interessados neles se envolvem são fundamentais, cabendo ao gestor capacitar os participantes (SOARES, 2000b). Ser orientado por parâmetros educomunicativos é adotar o planejamento participativo e a gestão comunitária dos processos e mídias, recorrer a múltiplos meios de comunicação, envolver os participantes na produção dos produtos de comunicação comunitários e desenvolver fórmulas que levem todos a dialogar, considerando as especificidades e possíveis limitações dos sujeitos participantes.

Para viabilizar a implantação e a gestão de um ecossistema comunicativo, provavelmente será necessário levar os envolvidos a refletirem sobre: a cultura de participação, a função da comunicação dialógica, suas vantagens para a comunidade, o respeito entre os sujeitos falantes, as formas de opressão ao diálogo, a gestão comunitária, as diretrizes para elaboração de projetos de comunicação e a avaliação das estratégias propostas. Também poderá ser preciso orientá-los a usar as linguagens artísticas e midiáticas e os processos interativos de comunicação – produção de textos e roteiros, o uso da voz e da expressão corporal, técnicas de entrevista –, além de prepará-los para operar artefatos tecnológicos, como: câmeras, gravadores, softwares de edição e veiculação de mensagens, redes digitais de comunicação, entre outros.

Há grandes desafios na gestão educomunicativa da comunicação. Um deles é o fomento à manutenção, nos ecossistemas, de princípios como: solidariedade, tolerância, cooperação, igualdade, comprometimento, ética, respeito, gentileza, entre outros. Outro é obter a inclusão de todos os envolvidos.

Inserida nesta área de intervenção está a importante atuação do educador na esfera pública, como gestor de políticas públicas que reúnam a comunicação e a educação, como exemplificam diversos programas educomunicativos já implantados no Brasil, caso do programa Nas Ondas do Rádio, da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo e, em nível federal, do Mais Educação, do Ministério da Educação, além da adoção dos parâmetros educomunicativos pelo Ministério do Meio Ambiente (SOARES, 2014a).

**Quadro 9 – Gestão da comunicação**

|   |
|---|
| Exemplos de Público Alvo: Qualquer comunidade aprendente com predisposição a trabalhar sob os parâmetros educomunicativos.  |
| Exemplo de situação problema: A associação de moradores de um determinado bairro sente a necessidade de otimizar a comunicação entre os moradores, para tanto resolve fazer uma grande assembleia em que todos reflitam sobre o desafio e proponham alternativas a serem implantadas comunitariamente, visando à solução do problema. |
| Exemplos de Objetivos: levar os participantes a diagnosticar, planejar, implantar e avaliar projetos, programas ou planos de comunicação, corrigindo rumos quando necessário, com a finalidade de potencializar os fluxos de comunicação na comunidade, usando para isso, as estratégias das demais áreas de intervenção.             |
| Exemplos de Metodologia: debate, análise de texto, análise de contexto, estudo de casos, elaboração participativa de propostas, implantação e avaliação de programas e estratégias.   |
| Exemplos de Recursos: textos, filmes, câmeras, computadores, gravadores de áudio, etc.  |
| Exemplos de Avaliação: observação de comportamento, análise de depoimentos orais, de textos e mídias produzidas, pesquisa com os envolvidos.  |

Fonte: produção da autora.

## **Situações práticas**

É muito comum a indagação se existe um projeto educomunicativo que se enquadre em uma única área de intervenção e o fato é que isso dificilmente ocorre. Porém, cabe ao educador aproveitar todo o potencial das ações, dimensionar o que terá condição de fazer a cada intervenção, ser rigoroso ao delimitar objetivos e verificar seu cumprimento.

Na sequência, situações imaginárias demonstram a variedade de objetivos que se pode ter em diferentes circunstâncias.

### **A. Educomunicação Corporativa**

O desafio em uma organização do primeiro, segundo ou terceiro setores pode ser o de tornar o ato de trabalhar significativo para os funcionários, estimulando o protagonismo e a formação de redes dialógicas de cooperação no ambiente de trabalho, que usem atitudes inovadoras e a autonomia na resolução de problemas. Para isso é possível utilizar recursos e ações de comunicação, como reuniões, palestras, simulações, vídeos, planejamento participativo com o diagnóstico da situação e a elaboração de propostas, produção de mídias corporativas, entre outros, que conduzam à reflexão coletiva sobre a função social da organização e a qualidade das relações no ambiente de trabalho.

- Áreas de intervenção e objetivos possíveis, considerando o potencial da atividade educomunicativa:

1. Produção Midiática – produzir vídeos e aplicativos para demonstrar e auxiliar a adoção da metodologia do planejamento participativo e aumentar o coeficiente comunicativo no ecossistema organizacional.

Objetivos: facilitar o processo de compreensão da metodologia, por meio da produção de vídeos e aplicativos que considerem as características dos funcionários e a cultura organizacional. Aumentar o coeficiente comunicativo no ecossistema organizacional.

2. Pedagogia da comunicação – por meio de vídeos e rodadas de conversa as pessoas serão conscientizadas sobre a importância da organização para a sociedade e também sobre a importância da comunicação para a qualidade do relacionamento na empresa;

Objetivo: levar os funcionários a compreenderem a importância da organização para a sociedade e da comunicação para eles.

3. Educação para a comunicação – capacitar os colaboradores para a comunicação dialógica e para a troca de informações acerca das suas condições de trabalho, sobre o objetivo social da organização, assim como sobre o seu compromisso social.

Objetivo: orientar os participantes a se comunicarem e a transmitirem informações eficazmente utilizando a comunicação direta, a comunicação impressa, as redes sociais e os aplicativos telefônicos.

4. Mediação tecnológica – compatibilizar as ferramentas tecnológicas disponíveis na organização com o potencial dialógico e os recursos humanos existentes.

Objetivo: assegurar que a tecnologia seja corretamente dimensionada e que os participantes estejam aptos a sua utilização, de forma a permitir a sua incorporação no cotidiano da comunidade.

5. Gestão da comunicação - planejar e implantar processos participativos de comunicação na comunidade.

Objetivo: reunir a comunidade, analisar a necessidade cotidiana de comunicação, diagnosticar os recursos existentes, definir redes por meio das quais o ecossistema de comunicação possa ser viabilizado, atribuir responsabilidades de gestão, prazos de implantação, processos de funcionamento e critérios de avaliação.

## **B. Educomunicação Comunitária**

Imagine um projeto em uma vila de pescadores, orientado à educação para a preservação do meio ambiente, no qual tecnologias, como murais, radioamadores, telefones celulares e redes de computadores, sejam utilizadas para: articular os pescadores, envolver os moradores da comunidade local nas estratégias, divulgar informações e controlar as ações. É possível a existência de múltiplos objetivos, atendendo a cada área de intervenção.

Áreas de intervenção e possíveis objetivos, considerando o potencial da atividade educomunicativa:

1. Produção Midiática – produzir vídeos e aplicativos para ensinar os pescadores sobre o meio ambiente e para auxiliá-los no controle dos processos de pesca e de comunicação.

Objetivo: facilitar o processo de ensino-aprendizagem sobre a preservação ambiental e de comunicação e controle de processos, por meio da produção de vídeos e aplicativos que considerem a características dos pescadores e das suas comunidades.

2. Pedagogia da comunicação – por meio de vídeos e rodadas de conversa as pessoas serão conscientizadas sobre a importância da preservação do meio ambiente;

Objetivo: levar os pescadores a entenderem o que é a pesca predatória, a gravidade da sua prática e as formas de denúncia, as licenças necessárias e as punições previstas em lei, a cadeia produtiva da pesca marítima, as espécies em extinção.

3. Educação para a comunicação – capacitar os pescadores e a comunidade para a comunicação dialógica e para a troca de informações sobre a condição das marés, dos pescados, dos navios pesqueiros, transportes terrestres e mercadorias.

Objetivo: ensinar os participantes a se comunicarem eficazmente utilizando as redes sociais e os aplicativos telefônicos.

4. Mediação tecnológica – compatibilizar as ferramentas tecnológicas com o potencial e recursos existentes.

Objetivo: assegurar que a tecnologia seja corretamente dimensionada e que os participantes estejam aptos a sua utilização, de forma a permitir a sua incorporação no cotidiano da comunidade.

5. Expressão através das artes – sensibilizar toda a comunidade para a preservação ambiental usando o teatro, ofertando, entre outras, oficinas de desenho, pintura, possibilitando que se expressem sobre a temática em pauta.

Objetivo: levar a comunidade a expressar-se e a divulgar ideias utilizando as linguagens artísticas.

6. Gestão da comunicação - planejar e implantar processos participativos de comunicação na comunidade.

Objetivo: reunir a comunidade, analisar a necessidade cotidiana de comunicação, diagnosticar os recursos existentes, definir redes por meio das quais o ecossistema de comunicação possa ser viabilizado, atribuir responsabilidades de gestão, prazos de implantação, processos de funcionamento e critérios de avaliação.

### **C. Educomunicação Escolar**

Uma escola recebe um lote de *tablets* a serem distribuídos para os alunos do terceiro ano do ensino médio e apesar de não ter recebido formação sobre como utilizá-los resolve inseri-los no cotidiano escolar em auxílio ao processo de ensino aprendizagem. Um educomunicador oferece as opções de: pesquisa de conteúdos na web; estudo de língua espanhola no aplicativo duolingo; criação de um blog da escola, que permita o diálogo com alunos, pais e comunidade sob gestão compartilhada de professores e alunos; produção e veiculação no *blog* de *podcasts* gravados por alunos, tendo como temática os conteúdos curriculares.

Áreas de intervenção e objetivos possíveis, considerando o potencial da atividade educomunicativa:

1. Pedagogia da comunicação – com o auxílio da tecnologia será possível estudar espanhol e outros conteúdos curriculares;

Objetivo: motivar os jovens para o estudo da língua espanhola e outros conteúdos.

2. Educação para a comunicação – capacitar os jovens e professores a: utilizar os tablets, a criar blogs e podcasts, produzir e veicular conteúdos nas mídias.

Objetivo: ensinar os participantes a se comunicarem eficazmente utilizando blogs e podcasts.

3. Mediação tecnológica – inserir os *tablets* no cotidiano escolar.

Objetivo: assegurar que os *tablets* sejam utilizados no processo de ensino-aprendizagem.

4. Gestão da comunicação - planejar e implantar um blog que auxilie a comunicação com a comunidade escolar.

Objetivo: reunir a comunidade, analisar a necessidade cotidiana de comunicação, diagnosticar os recursos existentes, definir redes por meio das quais o blog possa ser viabilizado, atribuir responsabilidades de gestão, prazos para implantação do blog, processos de funcionamento e critérios de avaliação.

5. Expressão através das artes – produzir animações, ilustrações, fotografias, músicas, permitindo que se expressem.

**Objetivo:** levar a comunidade a expressar-se e a divulgar ideias utilizando as linguagens artísticas digitais, assim como levá-los a refletir sobre a função das artes digitais quando inseridas no universo midiático.

Como se observou, para cada situação exposta existem propostas de trabalho em diversas áreas de intervenção. No entanto, as atividades podem ser desenvolvidas em uma só área, ou nas diversas áreas, de forma simultânea ou sequencialmente, dependendo do tempo disponível, dos recursos existentes e da formação da equipe que planeja e promove as atividades. Uma equipe multidisciplinar pode enriquecer as experiências, possibilitando que se explore todo o potencial de cada atividade realizada.

## **Referências**

- ALMEIDA, L. B. C. de. *Formação do professor do ensino básico para a Educação para a mídia: avaliação de um protótipo de currículo*. 2012. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual Paulista, Marília. 2012.
- ALMEIDA, L. B. C. de; CERIGATTO, M.; ANDRELO, R. . Mídia-educação: uma proposta de formação de profissionais de comunicação. *Líbero* (FACASPER), v. 32, p. 61-70, 2013.
- BARBOSA, A. M. Porque e como: arte na educação. *Arte em pesquisa: especificidades*, Brasília, v. 2, p. 48 – 52, ago., 2004.
- \_\_\_\_\_. Caminhos para a conscientização. *Revista Educação*, Edição 97. Disponível em < <http://revistaeducacao.uol.com.br/formacao-docente/97/artigo233134-1.asp> >. Acesso em: 24 ago 2015.
- COUTINHO, Rejane Galvão. Vivências e experiências a partir do contato com a arte. *Educação Com Arte Ideias* 31, São Paulo: FDE, v. 31, p. 143-158, 2004.
- FAURÉ, E. et al. *Aprender a ser. La educación del futuro*. Madrid: Alianza Editorial, 1973.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.
- \_\_\_\_\_. *Extensão ou comunicação?* São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- GOHN, Maria da Glória. Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. *Revista ensaio-avaliação e políticas públicas em educação*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 50, p. 11-25, 2006.
- GOTTLIEB, Liana. Da leitura crítica dos meios de comunicação à educomunicação. *Revista Trama Interdisciplinar*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 97-113, 2010.
- HOLANDA, A. B. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Folha, 1995.
- LEVY, Pierre. *A esfera semântica – Tomo 1: computação, cognição e economia da informação*. São Paulo: Annablume, 2014.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- PENTEADO, H. D. Telepsicodrama e educação escolar: uma conversa entre professores. *Comunicar - Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, Huelva, n. 26, p. 117-123, 2006.
- PORTO, T. Educação para a mídia/pedagogia da comunicação: caminhos e desafios. In: PENTEADO, H. D. (Org.). *Pedagogia da comunicação, teorias e práticas*. São Paulo: Cortez, 1998. p. 23-50.
- PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. *Manual de Projetos*. Disponível em: < <http://portalsme.prefeitura.sp.gov.br/Projetos/ondas/Anonimo/guiaprojetos.aspx> >. Acesso em: 18 ag. 2015.
- SANTAELLA, L. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005.

SANTIAGO-ALMEIDA, M.M. *Dicionário livre da língua portuguesa*. São Paulo: Hedra, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira; ALMEIDA, Benedita de. Pesquisa-ensino: a comunicação escolar na formação do professor. *Comunicação & Educação*, Brasil, v. 17, n. 1, p. 121-126, jun. 2012.

SOARES, Ismar de Oliveira; MACHADO, Eliany Salvatierra. *Educomunicação: ou a emergência do campo da inter-relação Comunicação/Educação*. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=45282>>. Acesso em: 24 ago. 2015.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. In: *Comunicação & Educação*. São Paulo, ECA/USP: Segmento, Ano VII, no. 19, p. 12-24, set/dez. 2000.

\_\_\_\_\_. Educomunicação: as perspectivas do reconhecimento de um novo campo de intervenção social O caso dos Estados Unidos. *EccoS Revista Científica* [online], p. 61-80, 2 (dezembro), 2000b. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71520205>>. Acesso em: 18 ag. 2015.

\_\_\_\_\_. *A Educomunicação e suas áreas de intervenção*. Educom.TV, tópico 1, ECA/USP, 2002. Disponível mediante senha em: [<http://www.educomtv.see.inf.br/>]. Acesso em: 14 set. 2003.

\_\_\_\_\_. Quando o Educador do Ano é um educomunicador: o papel da USP na legitimação do conceito. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 39-52, 2008.

\_\_\_\_\_. *Alfabetização e Educomunicação: o papel dos meios de comunicação e informação na educação de jovens e adultos ao longo da vida*. Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, São Paulo, [2003?]. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/89.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. *EaD como prática educomunicativa: emoção e racionalidade operativa*. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/3.pdf>. Acesso em: 19 ag. 2015.

\_\_\_\_\_. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. São Paulo: Paulinas, 2011.

\_\_\_\_\_. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). *Comunicação & Educação*, Brasil, v. 19, n. 2, p. 135-142, set. 2014.

\_\_\_\_\_. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. *Comunicação & Educação*, Brasil, v. 19, n. 2, p. 15-26, set. 2014a.

\_\_\_\_\_. A Educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção. In: Roberto Aparici. (Org.). *Educomunicação para além do 2.0*. 1 ed. São Paulo: Paulinas, 2014, v. 1, pp. 7-27, 2014b.



