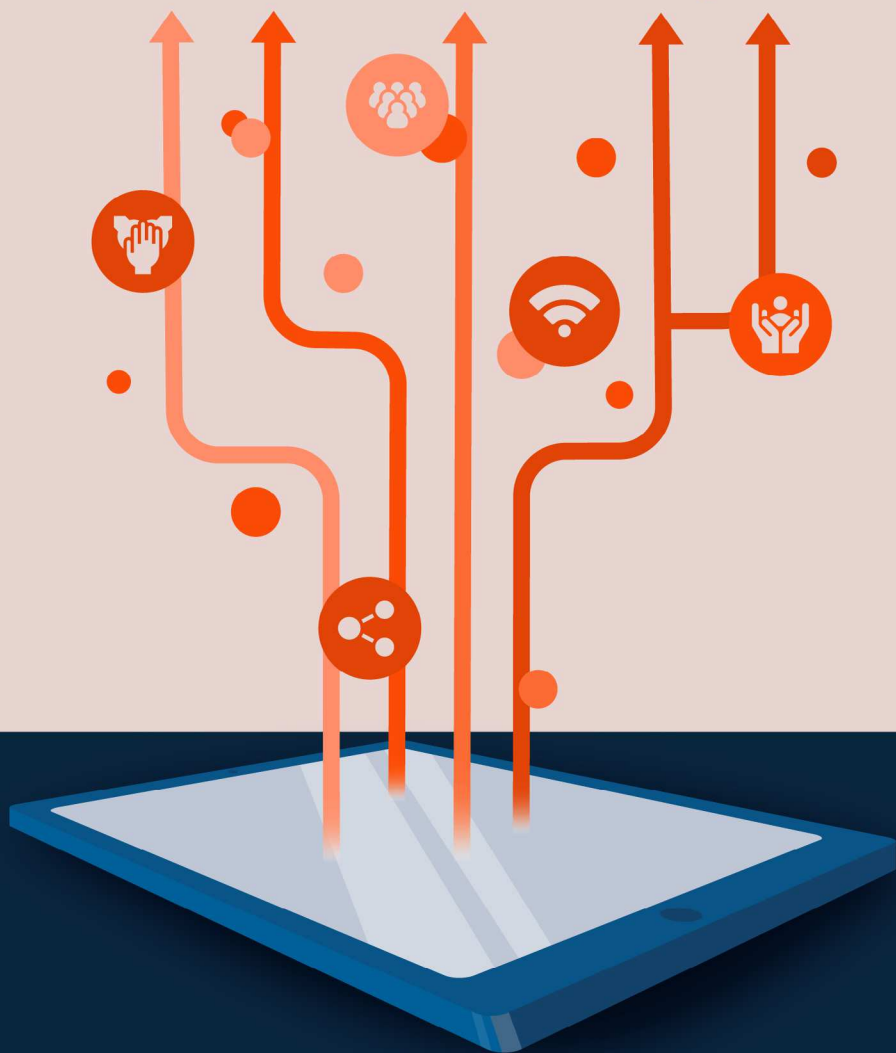


LIGIA BEATRIZ CARVALHO DE ALMEIDA

PROJETOS DE INTERVENÇÃO EM EDUCOMUNICAÇÃO



LIGIA BEATRIZ CARVALHO DE ALMEIDA

PROJETOS DE INTERVENÇÃO EM
EDUCOMUNICAÇÃO



Campina Grande - PB
2024

A447p Almeida, Lígia Beatriz Carvalho de.
Projetos de intervenção em educomunicação [recurso eletrônico] /
Lígia Beatriz Carvalho de Almeida. – Campina Grande: EDUFMG, 2024.
84 p. : il. color.

E-book (PDF)
ISBN 978-85-8001-284-2

1. Educomunicação. 2. Educação midiática. 3. Intervenções
educomunicativas. 4. Pedagogia da comunicação. 5. Tecnologia na
educação. I. Universidade Federal de Campina Grande. II. Título.

CDU 316.774:37.091.3

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECÁRIA MEIRE EMANUELA DA SILVA MELO CRB-15/568

Prof. Dr. Antônio Fernandes Filho
Reitor

Prof. Dr. Mario Eduardo Rangel Moreira Cavalcanti Mata
Vice-Reitor

Prof. Dr. Bruno Medeiros Roldão de Araújo
Diretor EDUFMG

Simone Cunha
Revisão

João Vitor Pereira da Silva
Projeto Gráfico

CONSELHO EDITORIAL

Erivaldo Moreira Barbosa (CCJS)
Janiro Costa Rego (CTRN)
José Wanderley Alves de Sousa (CFP)
Marcelo Bezerra Grilo (CCT)
Mário de Sousa Araújo Filho (CEEI)
Marisa de Oliveira Apolinário (CES)
Naelza de Araújo Wanderley (CSTR)
Railene Hérica Carlos Rocha (CCTA)
Rogério Humberto Zeferino Nascimento (CH)
Saulo Rios Mariz (CCBS)
Valéria Andrade (CDSA)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
PROJETOS DE INTERVENÇÃO	
EM EDUCOMUNICAÇÃO	11
HISTÓRICO, CONCEITOS E VALORES	11
ÁREAS DE INTERVENÇÃO	11
INTERVENÇÕES EDUCOMUNICATIVAS	12
INTRODUÇÃO	13
A PROFISSÃO	15
ESPAÇOS DE ATUAÇÃO	15
O PROFISSIONAL	18
EDUCOMUNICAÇÃO	21
O SURGIMENTO	21
CONCEITUANDO EDUCOMUNICAÇÃO	27
CONCEITUANDO INTERVENÇÃO	32
CONCEITUANDO ECOSSISTEMAS COMUNICATIVOS	34
INTERVENÇÕES EM EDUCOMUNICAÇÃO	39
AS ÁREAS DE INTERVENÇÃO	41
PLANEJANDO INTERVENÇÕES EM CADA ÁREA	42
SITUAÇÕES PRÁTICAS	66
CONVITE AO DEBATE – ÁREA DE EDUCAÇÃO PARA A TRANSCENDÊNCIA	73
REFLEXÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS	77

APRESENTAÇÃO

Este livro foi elaborado a partir da experiência acumulada ministrando as disciplinas Fundamentos da Educomunicação I e II, para turmas de ingressantes no bacharelado em Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande.

Ao longo do tempo, tornou-se notória a dificuldade dos jovens em compreender, com clareza, conceitos básicos que regem o fazer educacional. As perguntas são frequentes: o que é educação? Como são compostos os ecossistemas educacionais? O que faz um educador? Onde e com o que trabalha? O que são intervenções? Como se diferenciam as áreas de intervenção? Como desenvolver a consciência crítica sobre o papel da comunicação social e da mídia na sociedade?

A literatura existente sobre o campo de conhecimento não dá conta de responder às indagações de forma didática, os conceitos estão fragmentados e espalhados em diversos livros, artigos e textos, nem sempre uniformes, o que dificulta a compreensão pelos estudantes.

A principal ferramenta de trabalho do educador é a intervenção social. Para realizá-la, ele pode valer-se de recursos e metodologias das áreas de atuação. Muitas vezes, estudantes e mesmo pesquisadores têm dificuldade em diferenciá-las, até pelo fato de que uma única intervenção pode utilizar recursos de várias delas. Na verdade, o que permite distingui-las são os objetivos delimitados

pelo interven tor e a avaliação que demonstre o alcance desses objetivos, provenientes de um planejamento disciplinado e rigoroso.

Um educador profissional não irá se contentar apenas com o fato de os participantes vivenciarem processos prazerosos e alcançarem finais felizes, o que ocorre em muitas atividades em que crianças e jovens se envolvem com produção e leitura crítica de mídia. O educador perseguirá resultados concretos, capazes de comprovar a efetivação das transformações buscadas nas intervenções.

As ações de intervenção educacionais pretendem instigar, nos seres humanos, sentimentos e aspirações capazes de impulsionar ações concretas na perspectiva democrática e cidadã. São implementadas visando transformar condições de vida. Por meio da ampliação da consciência crítica, o educador motiva para a ação coletiva, guiando indivíduos ou comunidades ao autoconhecimento, ao questionamento do contexto em que se inserem e a serem protagonistas do seu destino.

O ato de refletir e identificar características, potencialidades e fragilidades individuais e coletivas, seguido pelo exercício de sonhar outra realidade coletivamente, promove a aproximação dos envolvidos e desperta o sentimento de empoderamento. O contato com saberes externos e com exemplos de outras culturas e comunidades, que superaram situações análogas às enfrentadas pelo grupo, descortina um novo horizonte, pois permite que os sujeitos ampliem seu conhecimento e sua rede de contatos.

O educador precisa de formação sólida, que lhe permita conhecer objetivamente os conceitos básicos e os processos envolvidos no planejamento, na aplicação e na avaliação das intervenções sociais.

Esta obra, além de reunir conceitos e valores básicos que norteiam as ações educacionais, procura esclarecer as características das áreas de intervenção e propõe percursos metodológicos para o desenvolvimento de intervenções educacionais.

A leitura desta obra permite o aprofundamento em conceitos e temáticas, apresentados, de forma sintética, a seguir:

PROJETOS DE INTERVENÇÃO EM EDUCOMUNICAÇÃO

HISTÓRICO, CONCEITOS E VALORES

A Educomunicação é um campo de conhecimento de recente consolidação, surgido na interface dos campos da Comunicação e da Educação. Dependendo da forma como cada sociedade vem tratando a temática, condições peculiares se formam. Conseqüentemente, a interface vem sendo abordada sob diferentes perspectivas, conforme as condições culturais e econômicas de cada região. Diferenciar essas vertentes, dominar conceitos específicos e entender os valores que norteiam as atividades educacionais são pré-requisitos para alcançar resultados efetivos no desenvolvimento de atividades educacionais.

ÁREAS DE INTERVENÇÃO

Para atingir seus objetivos, os educadores utilizam diversos recursos, isolados ou combinados, das áreas de intervenção da Educomunicação. Elas orientam o planejamento de ações em que se deseja: I) estabelecer a comunicação cidadã, democrática e participativa; II) educar para a adoção de boas práticas comunicativas; III) construir conhecimento sobre

EDUCOMUNICAÇÃO

...

Conjunto de conhecimentos e ações que visam desenvolver ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e criativos em espaços culturais, midiáticos e educativos formais (escolares), não formais (desenvolvidos por ONGs) e informais (meios de comunicação voltados para a educação), mediados pelas linguagens e recursos da comunicação, das artes e tecnologias da informação, garantindo-se as condições para a aprendizagem e o exercício prático da liberdade de expressão (ABL, 2024).

Academia Brasileira de Letras

a própria educomunicação; IV) motivar para a aprendizagem; V) utilizar a tecnologia ou a arte nos processos educativos; VI) produzir mídias educativas.

INTERVENÇÕES EDUCOMUNICATIVAS

Os processos desenvolvidos por educadores junto às comunidades são as intervenções educacionais e envolvem o diagnóstico da transformação desejada, o planejamento das ações a serem desenvolvidas, o dimensionamento dos recursos econômicos e humanos necessários, a aplicação e a avaliação dos resultados obtidos.

INTRODUÇÃO

Educação + Comunicação = EDUCOMUNICAÇÃO

Educomunicação é um campo de conhecimento com identidade própria, que surge em um espaço em que os campos da educação e da comunicação se entrecruzam, sobrepõem-se.

A educação necessita da comunicação. A educomunicação preocupa-se com a comunicação e com a educação, de forma ampla. Não se trata apenas da educação escolar, mas daquela que ocorre em diversos ambientes, incluindo as comunidades, as empresas e a mídia.

O paradigma da aprendizagem ao longo da vida requer que a construção do conhecimento se estenda a todas as faixas etárias e seja oportunizada em ambientes de educação não formais. Desenvolver competências críticas, socioemocionais e criativas torna-se primordial em um cenário de constantes transformações sociais e tecnológicas. Dessa forma, refletir e aprender passa a ser pré-requisito para a sobrevivência de pessoas e empresas.

Os indivíduos são educados para viver em sociedade por meio da transmissão dos costumes e conhecimentos entre as gerações, utilizando tanto a comunicação direta quanto a indireta. A relação direta ocorre por meio da comunicação gestual, falada e escrita; a indireta, com o suporte das tecnologias. Assim, falar em educação significa falar, inclusive, da educação disseminada pelas redes sociais e pelos meios de comunicação social. No Brasil, os veículos

de comunicação *broadcast*, como rádio e tv, mesmo com a popularização da internet, têm especial importância por alcançarem um número massivo de pessoas.

Nesse contexto, por meio da comunicação dialógica, participativa e amparada em princípios humanos, coletivos, democráticos e inclusivos, a educomunicação vem contribuindo para a redução da violência e da discriminação nos ambientes escolares, desenvolvendo projetos para a educação formal e não formal, engajando comunidades em causas ambientais e sociais, propagando os direitos humanos.

A formação do educador prevê o domínio de habilidades e conhecimentos, bem como o desenvolvimento de competências específicas e uma sólida formação humana. A práxis educacional atravessa diversos espaços de atuação e campos de conhecimento. Assim conhecer as áreas de intervenção educacionais possibilita tomadas de decisão customizadas às necessidades das comunidades e ao alcance de resultados.

A PROFISSÃO

A formação dos educadores está alinhada às necessidades da sociedade contemporânea. O profissional, além de visar à promoção de uma relação saudável entre a sociedade e a mídia, bem como à ampliação da capacidade comunicativa das comunidades, é preparado para lidar com temas sensíveis, como: a inclusão social de minorias, a difusão dos direitos humanos, o respeito ao meio ambiente e a diversidade cultural e religiosa, o combate à discriminação de raça e gênero e das diversas formas de violência, principalmente contra mulheres, crianças, jovens, indígenas e afro-brasileiros

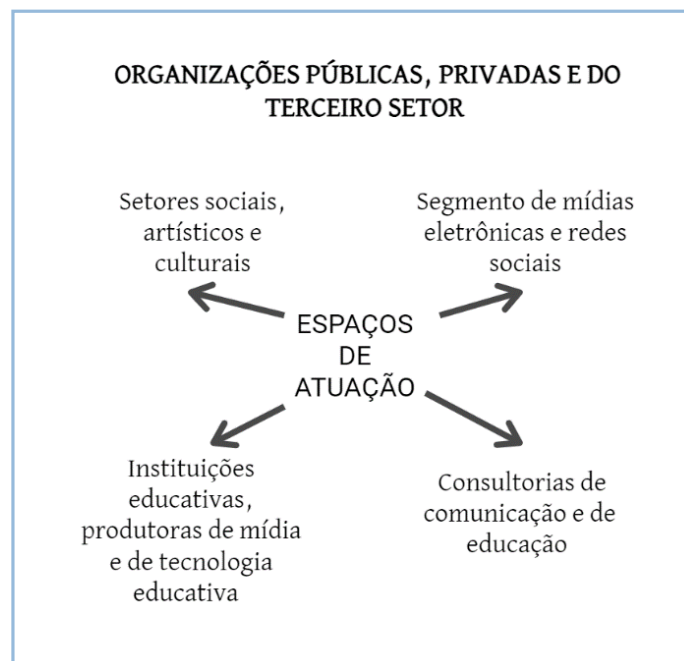
Ademais o que se procura entender, de forma clara, é o que faz o educador e em quais espaços ele atua.

ESPAÇOS DE ATUAÇÃO

Qualquer espaço em que se necessite implantar processos educativos regidos por comunicação participativa pode ser ocupado por um educador, o que significa que, potencialmente, ele pode atuar em qualquer segmento da sociedade organizada. Porém alguns espaços demandam sua presença de forma privilegiada, são aqueles nos quais há a intencionalidade de educar.

A figura a seguir reúne os espaços privilegiados para atuação do educador:

FIGURA 1- ESPAÇOS PRIVILEGIADOS DE ATUAÇÃO



Fonte: Elaboração da autora.

A necessidade de educar pode estar presente em organizações governamentais, privadas e sem fins lucrativos. A Figura 1 espelha os laços estreitos entre a educomunicação e os segmentos artísticos, culturais, educativos, midiáticos e comunicacionais.

Processos educativos estão presentes na sociedade em espaços formais, não formais e informais de ensino, contudo a intencionalidade educativa é registrada nos espaços formais e não formais. Para entender a questão, no quadro a seguir, as diferenças entre educação formal, não formal e informal são apresentadas, conforme Gohn (2006):

QUADRO 1 – ESPAÇOS DE EDUCAÇÃO

EDUCAÇÃO	FORMAL	NÃO FORMAL	INFORMAL
CARACTERÍSTICAS	É obrigatória em seu nível básico, estruturada, organizada, sistemática, intencionalmente planejada e avaliada.	São cursos livres com intenção de ensinar, que capacitam para o trabalho, para a manutenção da saúde, para a articulação coletiva, etc.	Acontece cotidianamente, de forma espontânea na convivência com familiares, amigos, colegas e interlocutores ocasionais.
AMBIENTE	Escolas de educação infantil, básica e superior, credenciadas pelo governo.	Escolas livres (de línguas, dança, computação, etc.) mantidas por organizações do 1º, 2º e 3º setores, emissoras educativas, etc.	Múltiplos locais de convivência e socialização, como lar, instituições religiosas, mídia (rádio, tv, jornal, redes sociais), clubes, bares, natureza, entre outros.

Fonte: Adaptado de Gohn (2006) pela autora.

O educador pode prestar grande contribuição em ambientes de educação formal e não formal, mas também é importante nas organizações midiáticas. 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, em linhas gerais, a intenção de educar, a comunicação midiática contribui para a educação da população. O jornalismo, por exemplo, fornece informação seletiva sobre os fatos, contribuindo para que as pessoas construam a sua visão de mundo.

Todavia, a mídia atua também em apoio à educação formal e não formal. 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, transmitido na televisão aberta, é um programa vinculado à educação formal. Vale lembrar que as emissoras de rádio e tv educativas, assim como os programas educativos, têm a intenção de educar.

Entretanto, tendo a expressa intenção de educar ou não, a qualidade dos produtos midiáticos sempre foi questionada, fato que fez brotar a semente da educomunicação para incentivar jovens e crianças a manterem uma relação sadia com os meios de comunicação. O educador está apto a realizar intervenções que visem estabelecer essa relação.

O PROFISSIONAL

Na pesquisa sobre a presença desse profissional na sociedade, desenvolvida pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, no final da década de 1990, envolvendo uma ampla amostra de especialistas em 12 países da América Latina, constatou-se a diversidade das funções exercidas por eles, as quais uniam a comunicação e a educação. Os resultados podem ser conferidos no quadro a seguir.

QUADRO 2 – LEVANTAMENTO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS (1997/1998)

PERCENTUAL RESPOSTAS	ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELOS ESPECIALISTAS
50%	Atuavam nas universidades, dedicando-se à pesquisa sobre a inter-relação comunicação / educação.

PERCENTUAL RESPOSTAS	ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELOS ESPECIALISTAS
47%	Atuavam em escolas, dedicando-se a trabalhos voltados para um melhor conhecimento do sistema de comunicação, desenvolvendo, junto aos alunos ou junto a outros segmentos da sociedade, trabalhos na linha da leitura crítica da comunicação ou da educação para a comunicação, quer através de algum projeto específico, quer através da prática curricular normal.
30%	Coordenavam projetos de uso das tecnologias na educação, destacando-se, entre estes usos, o emprego do jornal, do vídeo e do computador em sala de aula.
19%	Atuavam em empresas e centros culturais, desenvolvendo atividades voltadas para o planejamento e a implementação de projetos, sendo classificados como gestores da comunicação no espaço educativo.
7%	Dedicavam-se a atividades voltadas para a área da comunicação cultural com ênfase na utilização das várias linguagens artísticas.

Fonte: Adaptado de Soares [1998?].

As atividades indicadas subsidiaram a formatação das áreas de intervenção educacionais, no entanto, mais de duas décadas se passaram, durante as quais novas pesquisas e estudos foram realizados que oportunizaram o aguçamento do olhar para as atividades desses profissionais.

Desenha-se atualmente nova listagem, reforçando que ela é insuficiente para apresentar todo o rol de atividades desenvolvidas pelo profissional, até porque há necessidade de constante adaptação às necessidades locais e demandas emergentes. Assim o educador:

- É o gestor da comunicação dialógica e participativa em espaços educativos;

- Estimula o desenvolvimento e a utilização de recursos de aprendizagem;

- Auxilia o professor a planejar uma educação participativa e motivadora;

- Mobiliza pessoas para a comunicação dialógica participativa;

- Trabalha para a formação de cidadãos capazes de se comunicar de forma participativa, norteados para a transformação coletiva, cidadã e democrática;

- Conscientiza sobre a função da mídia, da arte e da cultura na sociedade e prepara para sua utilização;

- Desenvolve processos de leitura crítica da mídia;

- Promove a expressão por meio das linguagens artísticas na educação;

- Pesquisa o campo da educomunicação e atua na formação de novos educadores;

Atualmente é possível localizar educadores exercendo, entre outras, as funções de: cientistas, professores, assessores e analistas de comunicação, gerentes de comunidade, assessores pedagógicos, pesquisadores de inovação e técnicos em recursos educacionais, fotógrafos, produtores audiovisuais, gestores de recursos humanos e produtores de mídias educativas (Freitas, 2022).

EDUCOMUNICAÇÃO

O SURGIMENTO

As raízes da educomunicação estão 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 essas transformações 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, sendo classificadas, com frequência, como deseducadoras.

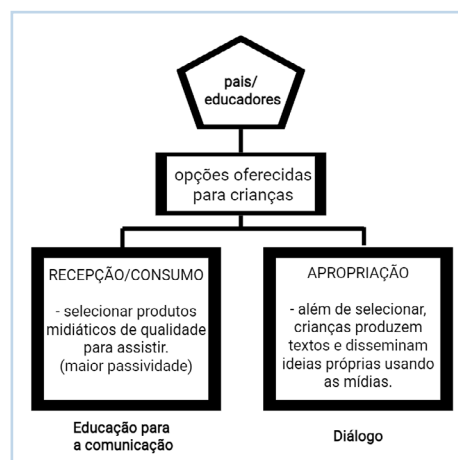
Como consequência, a primeira reação de muitas pessoas é condenar as inovações tecnológicas. Contudo, com o fracasso de detê-las ou de impedir o acesso de crianças e jovens a elas, duas principais alternativas ocorrem para a família e envolvem também os educadores (Almeida, 2012).

A primeira delas implica educar o público infantojuvenil para a leitura crítica da comunicação, que envolve o desenvolvimento de

competências específicas. Para entender melhor quais seriam essas competências, recorre-se a critérios estabelecidos na Inglaterra, país em que, para ser considerado letrado em mídia, o cidadão deve ser capaz de: a) separar fato de ficção, identificando diferentes níveis de realismo; b) entender os mecanismos de produção e distribuição que resultam nos sistemas através dos quais as emissoras comerciais sobrevivem com a venda de espaços de publicidade; c) distinguir uma reportagem da mera defesa de pontos de vista, comparar padrões de apresentação de evidências e reconhecer mensagens comerciais embutidas na programação; d) explicar e justificar as escolhas de assistir aos programas e veículos de comunicação, apresentando opções ponderadas e distância crítica (DCMS, 2001, p. 5).

A segunda tem por objetivo levar o público infantojuvenil a se apoderar de recursos midiáticos para comunicar-se. A Fig. 2 esquematiza as principais escolhas de pais e educadores para regular a relação das crianças com a mídia.

FIGURA 2- RELAÇÃO CRIANÇA/MÍDIA: COMPORTAMENTO DOS PAIS E EDUCADORES



Fonte: Elaborado pela autora.

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 educar os jovens receptores das mídias para selecionar o que consumir. Essa seleção costuma ser feita a partir de critérios que posicionam os produtos como benéficos ou perniciosos, utilizando processos que abrangem a análise crítica do conteúdo das mensagens, de seu processo de produção e de sua função social. A outra opção, ao 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 principalmente a se apropriarem delas para dialogar, negociar ideias e valores comuns e se articularem para a construção coletiva de uma realidade que os satisfaça e promova melhorias em suas vidas (Almeida, 2012).

O percurso narrado reflete a evolução dos seguintes paradigmas em mídia-educação:

- Anos 1930 - Educar para a mídia significava inocular as pessoas contra seus efeitos nocivos;
- Anos 1960 - A partir dos estudos culturais, propunha-se criar condições para que se refletisse sobre o modo como as pessoas conviviam com as mídias;
- Anos 1980 - O estudo das mídias passou a ser incluído formalmente na educação escolar, em disciplina específica (*media studies*) ou em atividades propostas por outras áreas do currículo;
- Época atual - Sob a perspectiva dos estudos culturais e articulando-se às inovações tecnológicas, a preocupação é preparar os jovens para usufruir, de modo consciente e proveitoso, dos benefícios que as mídias podem oferecer (Buckingham, 2003).

Procurando pelos primeiros laços entre a educação e a comunicação, segundo Fedorov (2008), aportamos na França, na década de 1920, quando começa o movimento de mídia-educação e se organiza a primeira conferência nacional dos departamentos de educação para o cinema:

Em uma dessas conferências, teria surgido a sugestão de que as universidades formassem educadores especializados em filmes. O movimento que se iniciava foi interrompido pela ocupação nazista no país. No Reino Unido, o governo fundou, em 1933, o *British Film Institute* (BFI), organização de destaque na Europa. Os estudos sobre os meios de comunicação iniciaram-se nesses países de forma similar ao que aconteceu em outros locais, tratando a princípio do cinema e depois, ao longo das décadas, ampliando a abordagem para a imprensa, rádio, televisão, vídeo, propaganda e internet (Almeida, 2012, p. 29).

Naquela época, o educador Celestin Freinet (1974) já se ocupava da produção de jornais escolares com seus estudantes da escola básica, em uma experiência com características educacionais, apesar de não existir essa nomenclatura à época.

Em 1948, com a Declaração Universal dos Direitos Humanos¹, a educação, a comunicação e a participação na vida artística, cultural e científica passam a ser reconhecidas como direitos humanos fundamentais, alçando a um novo patamar a necessidade de educar a população para o exercício desses direitos, para o que passa a colaborar a *media education*.

[1]. Disponível em: http://www.mp.go.gov.br/porta/web/hp/7/docs/declaracao_universal_dos_direitos_do_homem.pdf

A educomunicação é oriunda do movimento denominado *media education* ou mídia-educação, que se iniciou e disseminou na Europa, Estados Unidos, Canadá, Austrália, entre outros locais, até chegar à América Latina. Aqui, em função de especificidades únicas, de sua natureza política revolucionária e libertadora, que a distingue da mídia-educação, foi batizada de educomunicação.

Sendo um movimento de característica tipicamente latina, gestado no seio de movimentos sociais, a educomunicação dá mais ênfase ao preparo dos cidadãos para o diálogo pelas mídias, sem, no entanto, descuidar da leitura crítica da mídia ou da mídia-educação. Essas características decorreram do nosso contexto histórico, pois, na América Latina, durante a ditadura, foi preciso alertar a população sobre duas principais condições: a) a invasão cultural, que, por meio da veiculação massiva de produtos midiáticos importados, colocava em risco a identidade nacional; e b) a exploração a que ela era submetida pelos governos, já que os meios de comunicação eram utilizados como aparelhos ideológicos dos Estados. Além de alertar, impulsionando a consciência crítica, a educomunicação também desenvolvia metodologias de comunicação alternativa ou popular.

O argentino Mario Kaplún desenvolveu, na década de 1970, experiências envolvendo programas de rádio e tv críticos e participativos e o cassete-foro, que colocava comunidades agrícolas na América Latina em comunicação. Tais programas atestam as características políticas do movimento latino para libertação (Bona; Conteçote; Costa, 2007).

É interessante observar que, nas matrizes da educomunicação, existiram motivações semelhantes àquelas que impulsionaram a educação em nosso continente e que convergiam para o estímulo ao protagonismo social. No início da ditadura, o educador brasileiro Paulo Freire defendia a educação para a autonomia e para a liber-

dade (Freire, 2006) e afirmava que a pedagogia crítico-educativa fazia “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). Isso também se deu 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, de forma a libertarem-se das formas de opressão a que eram submetidas, assim como para identificarem a força da comunicação para a articulação coletiva.

Portanto, ao denominador comum dos 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). 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).

Antes de definir educomunicação, vale apresentar os significados das diferentes competências comumente referidas quando se aborda a interface entre a comunicação e a educação. São elas: as competências midiáticas, as informacionais, as audiovisuais, as digitais ou as tecnológicas. O currículo Alfamed de formação de professores em educação midiática assim as apresenta:

- Informacional: Integra as habilidades para buscar informações, selecionar as que melhor se adequam aos objetivos de busca, avaliar a confiabilidade e veracidade das informações e transformá-las em conhecimento.
- Audiovisual: Conhecimento, compreensão e produção da linguagem audiovisual.
- Digital: Refere-se ao manejo instrumental das ferramentas tecnológicas.
- Por seu turno, a midiática diz respeito à estruturação das competências que se concretizam nas três anteriores e, em função disso, coloca-se como o conceito mais geral (Aguaded *et al.*, 2021, p.14).

CONCEITUANDO EDUCOMUNICAÇÃO

Não é possível simplificar o conceito de educomunicação, já que ele se refere a um conjunto de atividades e processos que podem ser matizados por diversos ângulos. O conceito, no Brasil, foi proposto em decorrência do resultado de pesquisas, que serão abordadas mais adiante e que foram realizadas pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) no final da década de 1990. Elas comprovaram a existência de atividades educacionais no seio

das sociedades. Desde então, o conceito vem sendo aperfeiçoado e descrito de diversas maneiras. Na sequência, algumas definições são apresentadas.

De acordo com Aparici (2010), a publicação *Educomunicación para la comunicación: manual latino-americano*, elaborada durante o Seminário Latinoamericano no Chile, em 1991, destaca que educomunicação envolve o conhecimento de múltiplas linguagens e meios usados na comunicação pessoal, grupal e social, investe na formação do sentido crítico acerca dos processos comunicativos e de suas mensagens para distinguir a realidade e os valores culturais próprios.

Mário Kaplún (1998) afirma que o objetivo fundamental da educomunicação é capacitar educandos para que sejam emissores de suas próprias mensagens, fornecendo a eles canais e fluxos de comunicação que permitam que dialoguem com interlocutores reais. Ele complementa relatando que, sob a mesma perspectiva, a educomunicação fornecerá aos alunos materiais de apoio que os levem a analisar, discutir e participar da comunicação.

Ao falar sobre educomunicação, García Matilla (2003) prefere ressaltar a capacidade de promover competências imprescindíveis à expressão comunicativa, ao uso da criatividade e também à capacidade de levar os cidadãos a compreenderem o papel dos meios de comunicação para o funcionamento das estruturas de poder, permitindo que apreciem suas mensagens, mantendo, contudo, distanciamento crítico, reduzindo os riscos de manipulação.

Já Barbas (2012), inspirada nos pensamentos de Paulo Freire, põe em foco o caráter dialógico da educomunicação, atribuindo a esta a capacidade de possibilitar, por meio do intercâmbio simbólico, a construção coletiva, colaborativa, participativa, criativa e transformadora de significados.

Entre as definições, também se encontra o destaque à função estratégico-pedagógica que permite que se “forme a cidadania crítica, facilitando a construção de subjetividades a partir do desenvolvimento de competências para participar, opinar com consciência crítica e criar coletivamente estratégias de transformação da realidade” (Borja; García-Ruiz; Aguaded, 2020, p. 2).

Há pesquisadores que evidenciam as relações existentes entre educomunicação, cultura da paz, bem-estar e bem-viver. Carias-Pérez, Marín-Gutiérrez e Hernando-Gómez (2021, p. 55) afirmam que o papel da educomunicação é “gerar projetos que confrontem e transformem a realidade a partir de propostas relacionadas ao bem-viver e ao bem-estar sociocultural, o que, sem sombra de dúvida, pode traduzir-se na base para uma cultura de paz”².

A definição mais tradicional foi formulada por Ismar de Oliveira Soares, que define a educomunicação como:

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 disponibi-

[2]. Tradução livre realizada pela autora do texto original em espanhol: “Esta disciplina puede a su vez, desde su praxis, generar proyectos que confronten y transformen la realidad desde propuestas relacionadas al buen vivir y el bienestar sociocultural, lo que sin lugar a dudas puede traducirse en las bases para una cultura de paz”.

lizados 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):

Muito frequente tem sido o uso do termo paradigma³ referindo-se à educomunicação. Isso ocorre, por exemplo, na definição utilizada pela Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação⁴ (ABPEDUCOM), que é muito semelhante à adotada por Ismar de Oliveira Soares, mas se apropria do termo paradigma ao afirmar que a educomunicação é um:

Paradigma que orienta práticas sócio-educativo-comunicacionais direcionadas a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, mediante a gestão compartilhada e solidária dos recursos da comunicação, suas linguagens e tecnologias, levando ao fortalecimento do protagonismo dos sujeitos sociais e ao consequente exercício prático do direito universal à expressão.

Outra terminologia empregada é a de *tecnologia social*. Soares *et al.* (2019, p. 15) a adotam ao se referirem à educomunicação como sendo um “caminho de aprendizagem colaborativa em ações que envolvem a Educação”. Eles explicam que, enquanto na educação formal a educomunicação mantém interlocução com as grades curriculares, nas práticas sociais, comporta-se como uma tecnologia so-

[3]. Segundo o Dicionário Michaelis, paradigma é algo que serve de exemplo ou modelo; padrão.

[4]. Informação disponível em: <https://abpeducom.org.br/educum/conceito/>.

cial que agremia os participantes em torno de assuntos de interesse coletivo. Os autores destacam que, para as organizações sociais, são consideradas tecnologias sociais as ações que “atendam aos quesitos de simplicidade, baixo custo, fácil aplicabilidade e impacto social comprovado” (Soares *et al.*, 2019, p. 16).

Com identidade própria, o campo de conhecimento legitimou-se no Brasil a partir de resultados de investigação realizada por pesquisadores do NCE da USP, no fim da década de 1990, com agentes culturais de 12 países da América Latina, de Portugal e da 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; e servir como um estímulo à aprendizagem ou à incorporação das tecnologias no cotidiano, entre outras. Dessa categorização, surgiram áreas de intervenção educacionais. Para compreendê-las, é preciso tornar claro o significado de intervenção⁵ no campo da educomunicação.

[5]. Conforme dicionário da língua portuguesa, 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.ção [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 (Santiago-Almeida, 2011, p. 410).

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: *meus avós e meus pais já faziam assim*. Pela força do hábito, muitas vezes, uma situação pode não se alterar por si só, pois existe uma tendência de perpetuar situações, de reproduzir modelos/referências de comportamento já praticados pelos seres humanos. 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 educativamente, permite impulsionar o agir, motivando o enfrentamento coletivo de problemas comunitários.

As intervenções sociais se voltam para o desenvolvimento pessoal e coletivo, interessam-se pelo bem-estar coletivo dos sujeitos e norteiam-se pela filosofia educativa. 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 educativa orienta-se principalmente para a escola, a mídia e o 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 negação 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 se apoderem 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, 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 – 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, pois onde quer que exista a necessidade do diálogo para o entendimento e crescimento, lá poderá atuar o educador, criando e/ou fazendo a gestão de ecossistemas comunicativos com características educacionais.

CONCEITUANDO ECOSISTEMAS 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 o 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*, porém nem sempre será educacional.

Em 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 em outros ecossistemas de comunicação dos quais participam, como: presenciais – família, escola, trabalho; mediados – telefone, WhatsApp, Facebook e redes sociais como Instagram, TikTok, Twitter, agora denominada X, 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 comuni-

cativo midiático, que irá pautar o ecossistema comunicativo governamental e assim por diante.

Soares (2011, p. 44) destaca que *o ecossistema educacional* 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 “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” (Soares, 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 possíveis 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 e competitivas, que visam apenas classificar os indivíduos, esse ideal de comunicação é um devaneio, em que 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 educacional 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-Barbero⁶, que afirmou 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 democráticos, 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. Essas são as características de um ecossistema de comunicação educacional.

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, é o diálogo do indivíduo consigo mesmo, 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 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 3 - ECOSISTEMAS E FORMAÇÃO DO SENTIDO



Fonte: Elaborado pela autora, tendo por base a Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1997) e com a utilização de clip-arts do Office.com.

A educomunicação intervém para ampliar a consciência e a participação crítica dos sujeitos nos ecossistemas. Assim o trabalho do educador é planejar, aplicar e avaliar ações no âmbito das áreas de intervenção, que serão apresentadas na sequência. Seu objetivo, junto às mais diversas comunidades, é implantar, ampliar

[6] Martín-Barbero, Jesus. La educación desde la comunicación. Buenos Aires: Norma, 2002.

ou fortalecer ecossistemas comunicativos, cuidando para que eles mantenham um elevado coeficiente dialógico entre seus membros (Soares, 2003?, p. 1).

INTERVENÇÕES EM EDUCOMUNICAÇÃO

Em educomunicação, atua-se com intervenções socioculturais, nas quais o ato de intervir está ligado à constatação da existência de: exploração humana, conflitos, irregularidades, opressão, precário aproveitamento da capacidade dos indivíduos de construir conhecimento e de atuarem como protagonistas de sua própria realidade, além da supressão de 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 o educador atuar como mediador de conflitos, prestar assistência e gerir relacionamentos, precisa dominar conceitos e competências específicas. Conforme Soares (2014c), 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 da arte; e 7) epistemologia da educomunicação.

Recentemente se apresentou a proposta de uma nova área de intervenção ao debate acadêmico: a área da educação para a transcendência. Ela será abordada após a apresentação das áreas consolidadas, com o convite para que se desenvolvam mais pesquisas e estudos sobre ela.

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 educacionais e que enfrentam um duplo desafio: entender a própria educação e a diferença conceitual entre as áreas de intervenção. Os futuros profissionais têm dificuldade de desenhar, com clareza, objetivos para seus projetos, dificuldade esta que acaba repercutindo na avaliação das intervenções que eles próprios planejam.

A literatura sobre educação 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 abordam as modalidades de intervenção individualmente, não utilizam a terminologia adotada em educação e nem mencionam o termo educação, o que dificulta que pesquisadores iniciantes relacionem o conteúdo apresentado com suas respectivas áreas.

A situação exposta ocorre em função de a consolidação desse 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 educação, mas não fazem referência às áreas de intervenção, 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 subsidiam os estudos educacionais 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 educacional 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 por meio da arte; 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 e da interpretação que a autora faz sobre a literatura existente.

AS ÁREAS DE INTERVENÇÃO

Na sequência, apresentam-se as áreas, seus campos de origem, o foco principal de cada uma e os valores que dão suporte às ações para, então, discorrer separadamente sobre elas.

FIGURA 4 – ÁREAS DE INTERVENÇÃO EDUCACIONAL

CAMPO FUNDANTE	MEDIA STUDIES	EDUCAÇÃO	ARTES	COMUNICAÇÃO SOCIAL	EDUCAÇÃO	EDUCAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO / COMUNICAÇÃO SOCIAL
ÁREAS	Educação para a comunicação	Pedagogia da comunicação	Expressão comunicativa pela arte	Produção midiática	Mediação tecnológica na educação	Epistemologia da educação	Gestão da comunicação
FOCO PRINCIPAL	Capacitar os participantes para a prática da comunicação dialógica, usando - ou não - as tecnológicas.	Usar recursos da comunicação para facilitar a construção de conhecimento.	Dialogar, usando as linguagens artísticas.	Produzir conteúdo midiático com intencionalidade educativa.	Inserir as na tecnologia.	Estudar e construir conhecimento sobre a educação.	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, comunicação mediada por tecnologia.	Divulgação, pesquisa, estudo sobre a educação.	Diagnóstico, planejamento, implementação e avaliação de ecossistemas comunicativos.
VALORES	Igualdade de acesso, relação dialógica horizontalizada entre todos os envolvidos, com tomadas de decisão participativa, cidadania, democracia.						

Fonte: Elaboração da autora.

É, no entanto, importante frisar que é pouco provável o desenvolvimento de uma estratégia educacional envolvendo uma única área de intervenção e, quando isso ocorre, muitas vezes, é em função da falta de conhecimento sobre o pleno potencial da educação 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 educador devem ter um objetivo claro, mantendo relação com o potencial dos ecossistemas comunicativos das comunidades analisadas.

Didaticamente, ao pensar em intervenção, convencionam-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 interventores 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 ou conquistem*. Não é correto estabelecer como objetivo, por exemplo, *explicar o que é educação*, mas sim *levar o participante a compreender o que é educação*. A diferença é que, no primeiro caso, poderia dizer que o objetivo foi atingido pelo fato de o interventor ter explicado o conceito de educação, 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 são 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 e, como não existem fórmulas prontas, que sejam definidos indicadores e critérios para mensurar os resultados. Se, por exemplo, pretende-se aumentar o diálogo em uma comunidade, cabe definir uma forma para verificar se todas as pessoas estão se comunicando, 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, são analisadas a origem, a natureza e a validade do conhecimento sobre educação para a sociedade.

A intervenção epistemológica em educomunicação é uma estratégia voltada à geração de conhecimento e à emancipação, que tem como produto a formação de profissionais capazes de apropriar-se do saber com autonomia e dialogar com a realidade em que se insere, na perspectiva do exercício da cidadania.

Segundo Soares (2000a), o estudo epistemológico ocorre na academia, sendo conduzido metodologicamente, e possibilita 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, 2014c, 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, propósitos e metodologias educacionais, estudando sua aplicabilidade nas diferentes regiões e ambientes, bem como observando os resultados alcançados.

Os conhecimentos, resultantes das intervenções epistemológicas, consideram os saberes de todas as áreas de intervenção e servem principalmente para: a) desenvolver parâmetros de análise dos sistemas dos meios de comunicação e informação; b) fomentar o debate sobre as circunstâncias que norteiam o relacionamento entre os sujeitos sociais e o sistema midiático; c) expandir a capacidade individual e coletiva de comunicação dos cidadãos; d) planejar, implementar e avaliar estratégias, visando implantar e revigorar processos, programas e produtos de comunicação, geridos de forma horizontalizada e participativa, voltados a irrigar ecossistemas educacionais de convivência; e) desenvolver metodologias que

avalizem o uso das tecnologias da comunicação e informação na educação para a cidadania.

QUADRO 3 – EPISTEMOLOGIA DA EDUCOMUNICAÇÃO

Possível público-alvo - Os interessados na prática de atividades educacionais costumam ser os protagonistas dessas ações, entre os quais, 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 - Pesquisadores e profissionais desenvolvem e testam estratégias educacionais capazes de atender as necessidades de adolescentes de comunidades com características específicas. Eles precisam conhecer a fundo os parâmetros educacionais e a comunidade, trabalhar com um pequeno grupo de jovens e avaliar quais ações funcionam ou não, concluindo sobre a possibilidade de as estratégias darem certo em comunidades com características semelhantes.

Exemplo de objetivo geral - Levar os participantes a entender o potencial da educação, seus objetivos, as metodologias que emprega, e também a construir conhecimento sobre ela.

Exemplo de 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, mídias produzidas pelos participantes.

Fonte: Elaboração da autora.

2 - PRODUÇÃO MIDIÁTICA

Conforme Soares (2014c, p. 138), esta área de intervenção envolve “ações, programas e produtos da mídia elaborados a partir do parâmetro educacional”. 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, e a mensagem flui por meio de um suporte tecnológico, como telefone, computador, televisão, rádio, papel, entre outros.

Por *produtos da mídia*, entendem-se materiais produzidos para serem divulgados em veículos de comunicação de massa, comunitários ou alternativos, sistemas de comunicação interna, eventos, filme, novela, desenho animado, documentário, telejornal, artigo de jornal ou revista, fôlder, fanzine, peça publicitária, programa de rádio, livro, jogo eletrônico, internet, etc. Como *parâmetro educacional*, 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 cidadania, solidariedade, criatividade e diálogo horizontalizado.

Especial atenção deve ser concedida ao planejamento do produto midiático. Considerando que todas as pessoas produzem cultura, 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 desse público.

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 educacional”, 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 educador no planejamento e na implementação de ações de comunicação não necessariamente transmitidas por veículos de massa, mas em mídias

alternativas, como 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 educador.
- 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 que 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, divulgado em canais segmentados ou comercializado nos suportes citados.

Assim, produção midiática educacional 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 educadores que atuam com produção midiática, além das mídias de massa, usualmente se vinculam às organiza-

ções 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, em 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 elaboração de um produto midiático, levar os participantes a aprenderem conceitos.

Exemplo de metodologia - Produção de texto midiático com conteúdo educativo, utilizando linguagens midiáticas e recursos tecnológicos.

Exemplos de recursos - Câmeras, computadores, gravadores de áudio, equipamento de iluminação, estúdio, atores, ilustradores, designers, programadores, entre outros.

Exemplos de avaliação - Após exibir o produto criado para o público-alvo, recriando as mesmas condições de audiência que ele desfrutaria individualmente, são analisados seus depoimentos orais, textos, relatórios sobre o conteúdo abordado no produto midiático.

Fonte: Elaboração da autora.

3 - EDUCAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO

Nesta área, o objeto de estudo é a comunicação, entenda-se aqui tanto a comunicação direta, em que emissor e receptor se encontram face a face, quanto a comunicação mediada, em que emissor e receptor não estão fisicamente no mesmo local. Segundo Ismar Soares (2014c, p. 138), reúne “práticas voltadas à sensibilização e formação das audiências para a convivência com os meios de comunicação – *media education, educación en médios* – educação midiática”. A fala de Soares expõe diversas nomenclaturas utilizadas para se referir à atividade, além delas, encontra-se também no Brasil: educação para a mídia, mídia-educação, leitura crítica da comunicação. O que se pretende é formar cidadãos alfabetizados, capazes de entender a mídia e se comunicar usando a ampla variedade de linguagens que circulam na sociedade contemporânea.

Cecília Feilitzen (2014, p. 15) esclarece as particularidades que envolvem as terminologias:

Alfabetização Midiática, ou o termo cada vez mais em voga, Alfabetização Midiática e Informacional, refere-se a conhecimentos, habilidades ou competências que nós devemos adquirir em relação à mídia. Já Educação Midiática – ou Educação em Alfabetização Midiática, Educação para Mídia, Educação para Comunicação, etc. – refere-se a um dos processos para obter Alfabetização Midiática. Assim, enquanto Alfabetização Midiática é o objetivo, Educação Midiática é um meio para atingir esse objetivo. [...] todas as pessoas devem ter acesso à mídia, entender como a mídia atua e opera na sociedade, devem ter condições de analisar e refletir criticamente sobre

os conteúdos presentes na mídia, e participar da produção midiática ou comunicar-se numa série de contextos. Nós temos o direito não apenas à informação, mas também à comunicação e expressão (Feilitzen, 2014, p. 15).

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, 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.

Tamanho 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 infantojuvenil através da comunicação e das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICS); privilegiar a participação coletiva dos estudantes; b) garantir o direito à comunicação e potencializar a expressão comunicativa; c) articular as atividades aos 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 escolar⁷ (Prefeitura do Município de São Paulo, 2015).

QUADRO 5 – EDUCAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO

Público-alvo - Todos aqueles que usam a comunicação.

Exemplos de situações problema -

- Em um município, os estudantes de todas as escolas poderiam aprender mais se compartilhassem experiências e conhecimento por meio de uma rede de comunicação juvenil. Com esse objetivo, é possível preparar os alunos das escolas municipais para produzirem pequenos *podcasts* e postá-los em uma rede virtual municipal. Importa também que os envolvidos compreendam que não é necessário copiar modelos adotados nas rádios comerciais.

- Auxiliar os membros de uma organização não governamental a produzir e manter um site.

Exemplos de objetivos -

- Levar os participantes a: 1. ampliarem o diálogo com os membros de sua comunidade; 2. terem um olhar crítico sobre a mídia; 3. compreenderem como a comunicação pode ajudar as pessoas a construir conhecimento e a se entenderem; 4. entenderem 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 mídia⁸.

Exemplos de recursos - Texto, filme, áudio, câmera, computador, gravador, etc.

Exemplos de avaliação - Análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.

Fonte: Elaboração da autora.

[7]. 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.

[8]. 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 saber ouvi-los 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, antidialógica⁹ causam problemas nos ambientes empresariais.

[9] Termo cunhado por Freire (1968).

A pedagogia da comunicação implica também 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, p. 123). Com ela, auxiliam-se 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 su-

jeito a outro, mas em sua coparticipação 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 transmissivo. A educação tem, então, o desafio de desenvolver metodologias, que levem os estudantes a compreender a *significação dos significados*, a motivá-los para a aprendizagem.

Atualmente, é possível observar na educação a tendência à adoção de metodologias inovadoras, ativas e colaborativas, como pedagogia de projetos, aprendizagem por pesquisa, sala de aula invertida, atividades online, simulações, jogos, entre outros. Para qualquer metodologia adotada, é fundamental ressaltar a importância de existir conexão entre os fatos que ocorrem “dentro e fora da sala de aula, desenvolvendo narrativas ‘expansivas’, que se conectam com a vida no entorno, com outros grupos, com seus interesses profundos” (Moran, 2014, p. 37).

Para provocar o envolvimento dos alunos com os conteúdos curriculares, é possível utilizar produtos midiáticos, como filmes, animações, programas de rádio, histórias em quadrinhos, 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 antidiológico (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 as quais pode-se mencionar o não posicionamento das carteiras em filas, nas quais se enxerga apenas a nuca de interlocutores em potencial, ao contrário, 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, espera-se que a produtividade seja alcançada por meio de comunicação excelente, que fomente a criatividade e o saber inovador, seja para a resolução de problemas, seja para a proposição de inovações nos processos. Saber comunicar-se não é uma capacidade nata. Ela pode ser aprendida por gestores e líderes nas organizações, principalmente se forem considerados os parâmetros educacionais, que acrescentam 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 (1998, p. 29) ao falar sobre a pedagogia da comunicação, diferenciando-as:

[...] 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 utilização de 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.

Exemplo de situação problema - Inovar os métodos de ensino, organizando as carteiras das salas de aula em posição 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: Elaboração 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, 2014c, 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 nem a tecnologia¹⁰.

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

[10] 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 televisores, rádios, aplicativos, computadores, smartphones ou tablets, desde que eles sirvam à necessidade humana de construção de conhecimento.

entendidas como uma forma solidária e democrática de apropriação dos recursos técnicos (Soares, 2011, p. 48).

Dessa forma, o educador se questionará: de que forma a tecnologia pode colaborar com a aprendizagem, com a criação, a assimilação e a 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 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 que tenha enfrentado problemas semelhantes.

Nos processos de educação a distância¹¹, a tecnologia permite que brasileiros com dificuldade de frequência diária a uma instituição de ensino superior possam 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 funcio-

[11] Sobre a relação entre Educação a distância e Educomunicação, sugerimos a leitura do texto EaD como prática educacional, de Ismar Soares (2003).

namento do corpo humano, possibilitando conhecê-lo por dentro ou, ainda, as possibilidades sensoriais imersivas do metaverso.

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 adequadas às especificidades dos usuários.

A mediação tecnológica na educação com parâmetro educacional 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 naquelas inseridas na educação formal.

Exemplos de situações problema -

- 1- Inserir tablets na escola, orientando gestores, professores e estudantes a utilizá-los de forma a otimizar a aprendizagem.
- 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.

Exemplos de objetivos - Levar os participantes a incorporarem educacionalmente 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 visando à produção de mídia, assim como para proceder a análise crítica de seu uso.

Exemplos de recursos - Filmadoras, câmeras fotográficas, 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: Elaboração da autora.

6 - EXPRESSÃO COMUNICATIVA POR MEIO DA ARTE¹²

O potencial de comunicação do ser humano é amplo. Diversos tipos de linguagens estão à sua disposição, entre as quais é possível mencionar: oral, gestual, corporal, escrita e 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 e games.

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). É importante

[12] Silva e Viana (2019) justificam a adequação, em 2019, da nomenclatura da área de intervenção para expressão comunicativa pela arte.

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 expressão comunicativa por meio da arte 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 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, 2014c, 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 – ativismo musical de Racionais MC's, de Gabriel O Pensador ou 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 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, 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 mais acesso à tecnologia, disponível em 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 COMUNICATIVA POR MEIO DA ARTE

Exemplos de público-alvo - a) Público em geral; b) Pessoas com deficiências físicas ou psicológicas; c) Populações marginalizadas.

Exemplos de situações problema -

- Chamar a atenção de pessoas ao redor do mundo para uma determinada causa social, utilizando a música;
- 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-lhe a utilização de linguagens, como música, dança e grafite.

Exemplos de objetivos -

- a) Levar os participantes a se comunicarem usando as linguagens artísticas;
- b) Estabelecer contato com as pessoas usando as linguagens artísticas.

Exemplos de metodologia - Apreciação e leitura crítica de arte comunitária, de produção artística.

Exemplos de recursos - Textos, filmes, áudios, câmeras, computadores, gravadores de áudio, instrumentos musicais, microfones, tinta, pincéis, etc.

Exemplos de avaliação - Análise de depoimentos orais, textos e outras produções realizadas, observação de comportamento.

Fonte: Elaboração da autora.

7 - GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Esta área de intervenção visa à implantação e à manutenção de ecossistemas comunicativos. Neles, uma vez que o direito à voz não deve ser influenciado por estruturas hierárquicas ou interesses políticos e econômicos, potencializam-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 educacionais 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 fragilida-

des 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 suprir as necessidades do ambiente no que diz respeito aos espaços de convivência e às tecnologias necessárias.

O que caracteriza a gestão educacional 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 educacionais é adotar o planejamento participativo e a gestão comunitária dos processos e das 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 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 educacional da comunicação. Um deles é o fomento à manutenção, nos ecossistemas, de princípios como: solidariedade, tolerância, cooperação, igualdade, comprometimento, ética, respeito e gentileza. 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 educacionais 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 educacionais 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 educacionais.

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, estudos de caso, 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: Elaboração da autora.

SITUAÇÕES PRÁTICAS

É muito difícil a existência de projetos educacionais que se enquadrem em uma única área de intervenção. Sendo assim, 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 hipotéticas em ambientes corporativos, comunitários e escolares demonstram a variedade de objetivos que se pode ter nos espaços de trabalho sob diferentes circunstâncias e

que proporcionam desafios para os educadores, envolvendo educação e comunicação.

A. EDUCOMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Situação desafio

O desafio em uma organização do primeiro, segundo ou terceiro setor pode ser o de tornar o ato de trabalhar socialmente significativo para os funcionários, estimulando o protagonismo e a formação de redes dialógicas de cooperação no ambiente de trabalho que, para a resolução de problemas, requeiram atitudes inovadoras e a autonomia.

Para isso, é possível utilizar recursos e ações de comunicação, como reuniões, palestras, simulações, vídeos, planejamento participativo com o diagnóstico da situação e 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. O primordial é a gestão coletiva tanto no planejamento quanto na implantação e avaliação das estratégias propostas.

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

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 do planejamento participativo, por meio da produ-

ção 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 rodas de conversa, as pessoas são 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 e para a produtividade no trabalho.

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 para 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 organizacional, considerando os diversos públicos de interesse da organização.

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

Situação desafio

Imagine a implantação de 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 delimitar múltiplos objetivos de comunicação educacional, atendendo a cada área de intervenção, como demonstrado a seguir.

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

1. Produção midiática – Produzir vídeos e aplicativos para ensinar os pescadores e os moradores locais 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, a comunicação e o controle de processos, por meio da produção de vídeos e aplicativos que considerem as características dos pescadores e das suas comunidades.

2. Pedagogia da comunicação – Por meio de vídeos e rodas de conversa, as pessoas são 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 denunciar essas ações; as licenças necessárias aos pescadores e as punições previstas em lei; a cadeia produtiva da pesca marítima; e 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, mercados e mercadorias.

Objetivo – Levar 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 os recursos existentes.

Objetivo – Assegurar que a tecnologia seja corretamente dimensionada e que os participantes estejam aptos para sua utilização de forma a permitir a sua incorporação no cotidiano da comunidade.

5. Expressão comunicativa por meio da arte – Sensibilizar toda a comunidade para a preservação ambiental usando o teatro, ofertando oficinas de desenho, pintura, música, entre outras, 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

Situação desafio

Uma escola recebe um lote de tablets a serem distribuídos para os alunos do terceiro ano do ensino médio e, apesar de não ter havido formação sobre sua utilização, resolve inseri-los no cotidiano escolar em auxílio ao processo de ensino-aprendizagem.

Um educador pode oferecer, por exemplo, as opções de: pesquisa de conteúdos na web; estudo de língua espanhola no aplicativo Duolingo; criação de um blog da escola, otimizando o diálogo com alunos, pais e comunidade, sob gestão compartilhada de professores e alunos; implantação de uma ferramenta que permita o funcionamento de um plantão de dúvidas online; 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 educacional:

1. Pedagogia da comunicação – Com o auxílio da tecnologia, é 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, criar blogs e *podcasts*, produzir e veicular conteúdos nas mídias.

Objetivo – Levar 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 comunicativa por meio da arte – 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-desafio apresentada, podem existir 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, alcançando o máximo de resultados.

CONVITE AO DEBATE – ÁREA DE EDUCAÇÃO PARA A TRANSCENDÊNCIA

Em artigo publicado em 2022, Koffermann, Soares e Agudged Gomez (2022, p. 7) propõem atividades em uma nova área de intervenção: a educação para a transcendência. A proposta se origina da experiência do Instituto das Filhas de Maria Auxiliadora¹³ e do Projeto RedEducom¹⁴ com educação de adolescentes da América Latina e do Caribe. Conforme relatado no artigo, o Instituto,

[13]. <https://www.cgfmanet.org/pt-pt/?s=educacional%20e%20transcend%C3%Aancia>

[14]. <https://www.reducom.org/>

além das sete áreas de intervenção expostas anteriormente, adota as áreas da *Educomunicação na Formação para os Direitos Humanos* e a *Educação para a Transcendência*.

Os autores justificam a sua opção, argumentando terem observado a “dificuldade das novas gerações em identificar motivos para viver, frente às tribulações que limitam seus desejos ou eliminam seus projetos. Referimo-nos, mais especificamente, ao aumento de suicídios entre os jovens” (Koffermann; Soares; Aguaded Gomez, 2022, p. 184). Reconhecendo a complexidade do tema, eles destacam que a proposta da nova área é auxiliar os jovens a transcenderem a realidade individualista e meritocrática que vivenciam, apoiados em uma formação que una a fé e a razão e que se sustente em valores capazes de oferecer sentido à vida, como humanismo, alteridade, colaboração, solidariedade e misericórdia.

Adicionalmente, colocando em tela a utilização de diferenças religiosas como motivadoras de conflitos sociais e políticos, a educação para a transcendência pretende “dar condições para que crianças, adolescentes e jovens desenvolvam a sensibilidade, a abertura e a criticidade frente à utilização do fenômeno religioso no contexto dos conflitos contemporâneos” (Koffermann; Soares; Aguaded Gomez, 2022, p. 188), evitando que se tornem vítimas da manipulação fundamentalista.

Os autores destacam que se faz necessária a incorporação da nova área aos debates acadêmicos, tornando-a objeto de pesquisas, estudos e reflexões.

REFLEXÕES FINAIS

A aplicação da educomunicação vem ganhando espaço no Brasil. Além de sua utilização no espaço da educação formal por diversas Secretarias de Educação, destaca-se sua presença em políticas públicas federais, estaduais e municipais como metodologia de trabalho orientada à soluções de problemas, abrangendo questões socioambientais, de saúde e de direitos humanos.

O reconhecimento e a legitimação da profissão e dos espaços de atuação profissional do educador são hoje aspirações daqueles que frequentam os cursos superiores de Educomunicação no Brasil. O campo de trabalho é vasto, pois onde quer que exista a necessidade de comunicação, educação e de relacionamento humano, há campo para intervenções educacionais. A atuação do profissional se dá não somente em instituições escolares, mas junto aos movimentos sociais organizados e às organizações do terceiro setor, às empresas que atuam com educação, cultura e comunicação social e mesmo nas organizações do primeiro e segundo setores.

O fator determinante para que o reconhecimento da profissão aconteça é o desenvolvimento de um trabalho rigoroso, que demonstre a capacidade de articular as pessoas em prol da efetivação do direito à comunicação e de sua apropriação cidadã. É também fundamental adotar indicadores que comprovem o alcance dos objetivos de transformação social.

Estar apto a desenvolver um bom diagnóstico, visualizar estratégias inovadoras e motivar pessoas, é essencial ao educador. Ele precisa ter uma formação sólida, amplo conhecimento sobre

o contexto sociopolítico e cultural em que vive, sobre legislação e processos locais, nacionais e globais de formação de políticas públicas. Necessita ainda ser um pesquisador determinado, em busca de alternativas inovadoras para os problemas enfrentados, ampliando seus horizontes e conhecendo novas culturas e experiências.

A práxis, caminho de aprendizagem que vai da ação à reflexão, molda o bom profissional. A experiência, atrelada à troca de informações epistemológicas, contribuirá para o crescimento do campo de conhecimento da educomunicação e para a consolidação do perfil do profissional no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ABL. **Educomunicação**. Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/educomunicacao>. Acesso em: 21 mar. 2024.

AGUADED, I.; SANTOS, V. M.; CHIBÁS-ORTIZ, F.; VIZCAÍNO-VERDÚ, A. (Coords.) **Currículo Alfamed de formação de professores em educação midiática**. Instituto Palavra Aberta/Alfamed. 2021.

ALMEIDA, L. B. C. **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.; CERIGATTO, M.; ANDRELO, R. Mídia-educação: uma proposta de formação de profissionais de comunicação. **Líbero** (FACASPER), v. 32, p. 61-70, 2013.

APARICI, R. (Coord.) **Educomunicación**: más allá del 2.0. Barcelona: Gedisa, 2010.

BARBAS, A. Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. **Foro de Educación**, n. 14, p. 157-175, 2012.

BARBOSA, A. M. Porque e como: arte na educação. **Arte em pesquisa: especificidades**, Brasília, v. 2, p. 48-52, ago. 2004.

BARBOSA, A. M. Caminhos para a conscientização. **Revista Educação**, ed. 97. Disponível em: <http://revistaeducacao.uol.com.br/formacao-docente/97/artigo233134-1.asp> . Acesso em: 24 ago. 2015.

BONA, N.; CONTEÇOTE, M. L.; COSTA, L. Kaplún e a comunicação popular. **Anuário Unesco/Metodista de comunicação regional**, Ano 11, n.11, p. 169-184, jan./dez. 2007.

BORJA, P. M.; GARCÍA-RUIZ, R.; AGUADED, I. La educomunicación en la documentación pública, privada y académica colombiana en su comprensión de la cuestión social. **Revista Fuentes**, 22(1), p. 1-12. 2020. Disponível em: <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/6833/10382>. Acesso em: 11 nov. 2021.

BUCKINGHAM, D. **Media education**: literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

CARIAS-PÉREZ, F.; MARÍN-GUTIÉRREZ, I.; HERNANDO-GÓMEZ, Á. Educommunication and interculturality from educational management with radio. **Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas**, n. 35, p. 39-60, 2021. Universidad Politécnica Salesiana. Disponível em: <https://revistas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/35.2021.02>. Acesso em: 11 nov. 2021.

COUTINHO, R. G. Vivências e experiências a partir do contato com a arte. **Educação com Arte Ideias 31**, São Paulo, FDE, v. 31, p. 143-158, 2004.

DCMS. **Media literacy statement**: a general statement of policy by the Department for Culture, Media and Sport on Media Literacy and Critical Viewing Skill. 2001. Disponível em: http://webarhive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/PDF/media_lit_2001.pdf. Acesso em: 05 set. 2011.

FAURÉ, E. *et al.* **Aprender a ser**. La educación del futuro. Madrid: Alianza Editorial, 1973.

FEDOROV, A. On Media Education. Moscow: **ICOS UNESCO IFAP**, 2008. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001828/182858e.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2017.

FEILITZEN, C.V. Educação para a mídia na perspectiva das crianças e adolescentes. In: NUNES, A. X. M.; PIRES, D. U. B. S.; ANJOS, F. (Orgs.). **Educação para a mídia**. Brasília: Ministério da Justiça, Secretaria Nacional de Justiça, Cadernos de Debate da Classificação Indicativa, v. 5, 2014, p. 14-22.

FREINET, C. **O Jornal Escolar**. Lisboa: Editorial Estampa, 1974.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FREITAS, C. O. **Pesquisa mapeia perfis e experiências profissionais de ex-discentes de educom**. 2022. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/es/node/2836>. Acesso em: 19 jul. 2023.

GOHN, M. G. 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, L. 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.

KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación**. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

KOFFERMANN, M.; SOARES, I. O.; AGUADED GOMEZ, J. I. Educomunicar para a transcendência: uma nova área de intervenção a partir do pensamento educomunicacional latino-americano. **Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación**, v. ago. 2022, n. 150, p. 177-194, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i150.4707>. Acesso em: 29 abr. 2023.

LEVY, P. **A esfera semântica – Tomo 1: computação, cognição e economia da informação**. São Paulo: Annablume, 2014.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MATILLA, A. G. Educación en el siglo XXI. *In*: APARICI, R. (Coord.), **Comunicación educativa en la Sociedad de la Infor-**

mación. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 2003. p. 111.

MORAN, J. Novos modelos de sala de aula. **Revista Educatriz**, São Paulo, Moderna, n. 7, p. 33-37, 2014.

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 ago. 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.

SILVA, M. V.; VIANA, C. E. Expressão comunicativa por meio da Arte: construindo e refletindo sobre uma área de intervenção da Educomunicação. **Comunicação & Educação**, 24 (1), p. 7-19, 2019.

SOARES, I. O. **O perfil do educador.** Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/29.pdf> [1998?].

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

SOARES, I. O. 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 ago. 2015.

SOARES, I. O. **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.

SOARES, I. O. **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.

SOARES, I. O. **EaD como prática educacional:** emoção e racionalidade operativa. Educação on-line: teorias, práticas, legislação e formação corporativa. São Paulo: Loyola, 2003. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/3.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2015.

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

SOARES, I. O. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.

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

SOARES, I. O. A Educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção. In: APARICI, R. (Org.). **Educomunicação para além do 2.0.** 1. ed., v. 1. São Paulo: Paulinas, 2014b. p. 7-27.

SOARES, I. O. 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. 2014c.

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

SOARES, I. O.; MACHADO, E. S. **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, I. O.; VIANA, C. E.; FERREIRA, I. T. R. N.; HENRIQUES, L. F. Educom.Saude-SP um projeto de mobilização do poder público e da população paulista para ações integradas na vigilância e controle do mosquito *Aedes aegypti*. **BEPA, Bol. epidemiol. paul.** (Impr.), 13-22. 2019. Disponível em: <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2019/10/1023332/1518413-22.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

Formato *15x21 cm*
Tipologia *Noto Serif/ Verdana*
Nº de Pág. *84*

Editora da Universidade Federal de Campina Grande- EDUFCG

