

## **Educomunicação e interdisciplinaridade com ferramentas de comunicação para expansão do conhecimento no ambiente acadêmico**

Ciro Inácio Marcondes

Leandro Rolim

### **Resumo**

As tecnologias da informação desenvolvem papel importante para o aprendizado. O rádio e a TV envolvem potenciais de comunicação que ainda serão bastante explorados pelos estudantes e professores. Por outro lado, com o contexto atual de interação e evolução constante, as telas dos *smartphones* e mídias de sinalização digital, conhecidas como *Digital Signage* ou *Media Digital Out Of Home* (MDOOH) ganham espaço. O mercado para essas mídias é crescente e, pelo campo acadêmico, é perceptível a necessidade de mais pesquisas para que docentes e discentes se apropriem cada vez mais deste tipo de veiculação de informação e, conseqüentemente, haja um benefício nos processos de aprendizagem.

### **Abstract**

Information technologies play an important role in learning. Radio and TV involve communication potential that will still be greatly explored by students and teachers. On the other hand, with the current context of interaction and constant evolution, the screens of smartphones and digital signage media known as Digital Signage or Digital Media Out of Home (MDOOH) gain space. The market for these media is growing and, through the academic field, it is noticeable the need for more research so that teachers and students increasingly take ownership of this type of information and, consequently, there is a benefit in the learning processes.

**Palavras-chave:** educomunicação, mídia, marketing educativo e conteúdo

**Keywords:** edcommunication, media, educational marketing and content

### **Introdução**

Para Pierre Lévy, a internet deve levar os interesses individuais das pessoas ao bem comum. Nos ambientes acadêmicos, temos a Educomunicação ou Mídia-educação ou Edumídia ou educação para as mídias que devem investigar como a comunidade acadêmica, através de professores, técnicos e estudantes, devem se apropriar das tecnologias da informação e comunicação (TIC) para uma utilização de aprendizagem. As ferramentas de marketing servem para aproximar as pessoas das marcas e o uso destas ferramentas serve para trazer resultados positivos aos clientes que, no caso de Instituições de Ensino Superior (IES) particulares, são os estudantes. Essas ferramentas devem trazer satisfação e qualidade de ensino e atendimento.

As mídias de apoio e as tecnologias devem trazer novas experiências aos alunos e conseqüentemente motivá-los a enriquecer o conhecimento através de experiências que passem por diferentes disciplinas. As ferramentas digitais devem compreender um uso atualizado e moderno das TIC's para que, dentro de um processo de convergência digital, o conhecimento possa ser expandido por diferentes plataformas que proporcionem interatividade e experiências inovadoras e estimulantes para toda a comunidade acadêmica.

A valorização do uso destas tecnologias – tanto das tradicionais como rádio e TV quanto das inovadoras como a internet – deve se dar com a percepção dos professores em relação ao uso útil para o conhecimento. A Mídia-educação utilizada com senso crítico e criatividade é uma tendência que deve ser estudada e debatida entre quem faz a educação. E a MDOOH pode entrar com muita força a partir do momento em que se constrói oportunidade de experiências interativas com utilização do audiovisual nos espaços dentro da academia.

### **Ferramentas para comunicação e conhecimento para avançar na interdisciplinaridade**

Focados na necessidade de experiências multidisciplinares, professores e estudantes jogam seus esforços nas possibilidades de interação e de tecnologia. São essas tecnologias que nortearão os caminhos para a busca de uma nova interdisciplinaridade midiática, onde as pessoas produzem e consomem conhecimentos de diversas áreas de conhecimento. A gestão da educação deve encarar este tema como fator importante e decisório para o êxito da formação profissional do estudante e como ferramenta de marketing para a instituição e professores.

Na esteira deste pensamento, Gasparian (2006) ressalta o papel do professor para que:

Descobrir as inter-relações possíveis existentes entre disciplinas próximas e as mais distantes, tendo em vista instituir práticas interdisciplinares e transdisciplinares que expandam o processo de conhecimento, nas áreas do saber. (GASPARIAN, 2006)

A interdisciplinaridade e o marketing podem andar juntos para o desenvolvimento da marca da instituição. Entender como funcionam os processos dentro da pedagogia e aplicar à comunicação é o foco dos profissionais para os próximos anos, já que as mudanças nos processos de conhecimento estão cada vez mais dinâmicas. As tecnologias devem ser partícipes no conhecimento e potencializar este conhecimento, segundo Lévy (1993). As práticas devem ser grandes favorecedores de um conhecimento mais amplo, através de uma inteligência coletiva, onde novas experiências para as descobertas acontecem.

Essas técnicas trazem novas maneiras de conhecer o mundo, representar e transmitir o conhecimento, através da linguagem. Todo  
Revista Projeção e Docência, v 9, n°1, ano 2018. p 106

esse conhecimento fica latente, à espera de ser acessado, capturado, utilizado e reutilizado. A formação dessa nova geração passa, de forma natural, pelo mundo imaginal. As imagens trazem o mito pronto, resumido, sem a necessidade da narrativa. E a sucessão de novas imagens é uma imposição do próprio espetáculo. (SÁ, MORAES, 2013)

As ferramentas então passam a ser utilizadas com mais frequência pelos educadores porque há uma percepção geral de quanto pode ser útil a mídia na educação. As futuras gerações conviverão com aparatos tecnológicos de toda ordem desde a mais tenra infância e provavelmente terão nas ferramentas tecnológicas suas bases de comunicação e trocas de conhecimentos.

Tem-se na interdisciplinaridade a possibilidade de expandir o conhecimento. O papel do senso crítico do aluno e da comunidade ganha força com a midiatização do espaço acadêmico quando este é voltado para o conhecimento. A educomunicação então entra como papel fundamental no fomento dessa comunicação focada na relação e no conhecimento. Em relação ao papel da Educomunicação, tem-se que:

Sua função é qualificar tais relações a partir do grau de interação que for capaz de produzir. Conceitos como democracia, dialogicidade, expressão comunicativa, gestão compartilhada dos recursos da informação fazem parte de seu vocabulário. Está presente onde práticas de comunicação se manifestam com consequências para a vida em sociedade: na família, na escola, na empresa, na própria mídia. (SOARES, 2011, p. 18)

Então a educomunicação exerce papel de influência e força para a mudança de paradigmas nos métodos de educação contemporâneos. Se nos anos 80 já era possível assistir e se alfabetizar pela televisão com o premiado “Telecurso 2º Grau” da Rede Globo, um caso de sucesso na educação à distância onde a ferramenta fundamental é a televisão e a comunicação, atualmente professores anônimos criam conteúdos que fazem a educação chegar com qualidade ao público final e com interação dos estudantes. Mas não se pode deixar de comentar sobre programas educativos da década de 1980 que alavancaram de certa forma a Educomunicação.

“Atores famosos, como Marília Gabriela e Dênis Carvalho, que atuavam como professores na TV, cederam lugar a docentes de verdade. A partir de convênios firmados entre a Fundação Roberto Marinho e instituições públicas e privadas, o projeto se consolidou, transformando-se em política pública. De lá para cá, já foram implementadas cerca de 32 mil salas de aula no país, beneficiando cerca de 6 milhões de alunos. Maria Tereza Farias de Albuquerque Negromonte, coordenadora geral de projetos do Telecurso, tem orgulho de participar do projeto.” (REDE GLOBO, 2017)

No entanto, é de conhecimento que os custos para a produção de conteúdo televisivo são maiores que para a produção em veículos como rádio ou até mesmo as novas mídias da internet. Mesmo assim, a linguagem audiovisual deve ser investigada e estimulada de alguma forma, pois os *smartphones* estão nas mãos da maioria das pessoas e os conteúdos podem ser gravados e transmitidos pela internet com uma facilidade bem maior que a tradicional televisão. E os conteúdos audiovisuais devem ser chave para a evolução dessas ferramentas, apesar de existirem ferramentas em áudio, como o audiolivro, que não podem ser descartadas até mesmo por conta do papel da inclusão social que o rádio/áudio permite, por exemplo, aos portadores de deficiência visual.

As bases da comunicação através das mídias ganham destaque nas comunidades acadêmicas. A forma de receber informação muda e as trocas favorecem o aprendizado. O foco deixa de ser a velha TV com seu apresentador e passa a ser “multifocal”, em um ambiente em que todos devem participar do diálogo e das ideias para a concretização do conhecimento com o suporte da Educomunicação.

Entenda-se por Educomunicação um conceito mais abrangente para pensar os fenômenos de ensino-aprendizagem sob as circunstâncias que matizam a vida contemporânea em sua pluralidade de dispositivos técnicos, estímulos à visualidade, desafios suscitados pelos circuitos digitais, instigações provocadas pelas estratégias de produção, circulação e distribuição da informação e do conhecimento. (CITELLI e OROFINO, 2014)

Na comunicação os estímulos podem chegar através dos mais variados sentidos. O rádio, a TV e a internet são os meios de extensão para estes sentidos, já diria o sociólogo canadense Marshall McLuhan em sua célebre expressão “O meio é a mensagem.” quando explicou e analisou fenômenos dos meios de comunicação e a relação destes dentro da sociedade. A sinestesia, ou seja, a provocação de sensações através do elemento audiovisual, é outra característica importante da comunicação audiovisual e que deve ser uma constante para maior atração e persuasão dos públicos em relação aos conteúdos. É preciso provocar sensações no público para o conteúdo ter maior interação e compreensão.

A enorme popularidade do rádio influenciou gerações inteiras no século XX, onde os cursos de comunicação surgiram pelo mundo e introduziram dentro das Universidades as rádios AM e FM para exploração de conteúdos e interatividade. Curiosamente, quando não haviam condições financeiras, as instituições partiam para opções usadas nas Rádios Comunitárias, utilizando-se das “Rádio Poste”, ou seja, aquelas rádios em que estudantes produziam conteúdos junto à comunidade acadêmica, onde trocavam conhecimentos através da experiência midiática radiofônica e, por muitas vezes, essa experiência serviu como fonte inspiradora para futuros profissionais da Comunicação. Até mesmo outros estudantes das mais diversas categorias profissionais, dentro da academia, que se propuseram a utilizar o som para propagar suas ideias, por consequência, evoluíram para a comunicação

como futuro profissional. E durante períodos de ditadura, por exemplo, com a censura das rádios AM e FM, essas rádios instaladas dentro das IES também deram voz aos estudantes, exercendo, assim, um importante papel na formação profissional e na sociedade, tudo de dentro para fora do ambiente acadêmico.

Por ser um importante meio de comunicação, o rádio possui grande credibilidade até os dias atuais e participa da vida dos cidadãos e das comunidades em que está inserido. É o veículo com audiência por mais horas por dia e é companheiro do ouvinte. O rádio faz o resgate da comunicação oral e isso lhe dá uma particularidade na educomunicação (PATRÍCIO e OLIVEIRA, 2006).

Barbosa Filho descreve muito bem o gênero Educativo-cultural, que pode servir de base para a implantação de uma “Rádio Poste” dentro do ambiente acadêmico, e que ofereça conteúdo instigante para toda a comunidade participante. Neste ambiente, conhecimentos interdisciplinares podem ser divulgados através dos programas que podem ser nos formatos “Programa Instrucional”; “Audiobiografia”; “Documentário Educativo-cultural” e “Programa Temático”.

Programa Instrucional: considerado como parte de uma estrutura pedagógica que visa acompanhar os currículos aprovados pelos ordenamentos que regulam o ensino oficial, adaptado à linguagem de áudio (...) geralmente empregado como suporte aos cursos de alfabetização, de ensino de idiomas, e de disciplinas básicas (...) essas ações sonoras têm como acessórios indispensáveis, cartilhas, e material de apoio gráfico em que se reproduzem e se complementam as informações transmitidas. Audiobiografia: formato radiofônico onde o tema central é a vida de uma personalidade (...) seu caráter educativo, porém, prepondera sobre elementos de entretenimento que o regimenta; Documentário Educativo-Cultural: formato cuja abordagem é direcionada a um tema de cunho humanístico, como a escola, um movimento literário ou musical (...) seu tempo de transmissão é entre meia hora e uma hora e seu roteiro deve respeitar o uso de elementos sonoros como trilhas, efeitos e vinhetas, a mesma sistemática dos documentários jornalísticos, dos quais diferem apenas por sua função e conteúdo; Programa Temático: formato educativo-cultural com a finalidade a abordagem e a discussão de temas sobre a produção do conhecimento. Seu tempo de duração pode variar entre cinco minutos e uma hora. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 109-112)

Com posse destes formatos a programação da Rádio Poste pode elencar conteúdos estabelecidos previamente para atender aos interesses dos educadores para maior troca de experiências e conhecimentos interdisciplinares. E com a tecnologia esse conteúdo que permeia diversos cursos pode facilmente ser compartilhado através da Internet, onde estudantes possam provocar discussões dentro de redes sociais e convidar toda a comunidade para participar da criação de conteúdos.

Os games, por exemplo, podem servir como poderosas ferramentas de interação com os estudantes e fixam cada vez mais a presença nas metodologias de ensino atuais. O videogame é espaço fértil para diversas áreas de conhecimento. Para Tupy, Schwartz & Oliveira (2012) os jogos trazem motivação para os espaços acadêmicos.

Explorar os games como mídia proporciona um tipo diferenciado de interesse, como uma extensão pessoal e compartilhada pelo coletivo que, por sua vez, vem a se tornar um poderoso instrumento de motivação voltado para uma nova forma de aprendizagem, mais dinâmica e contextualizada com o mundo que vivemos, independente de onde seja aplicada (salas de aula, locais de trabalho, família, comunidades, etc). (TUPY, SCHWARTZ & OLIVEIRA, 2012)

Com a TI cada vez mais difundida, ferramentas como *smartphones*, *tablets*, telas de Mídia Digital Out Of Home (MDOOH), *games* e outras ferramentas interativas ganham espaço dentro das salas de aula e das IES. Estes espaços virtuais serviam antes para atrair um público para mensagens comerciais, mas hoje o que se vê é bem diferente.

No ano de 2002 a Universidade da Califórnia passava por um esvaziamento das bibliotecas. Mas com o uso de ferramentas interativas conseguiu dar uma impulsão na comunicação que desencadeou maior conhecimento no alunado.

Os projetistas imaginaram que a sinalização digital seria uma forma de abrir novas portas para a comunicação, aprendizagem e engajamento entre a comunidade do campus UC-Merced. Na verdade, a abordagem desde o início foi a de insistir em que a função de sinalização digital não apenas como um serviço auxiliar, mas sim como uma componente essencial das missões de ensino, pesquisa e serviços da Biblioteca do UC-Merced. Enquanto o UC-Merced Biblioteca tem experimentado seus altos e baixos com sinalização digital, o retorno tem sido enorme. A sinalização digital tem permitido a biblioteca se comunicar e envolver a comunidade do campus com mais eficácia do que se poderia ter com sinalização impressa (Barclay et al., 2010).

As instituições optam cada vez mais por implantar a MDOOH, por exemplo, para transmitirem suas mensagens institucionais ou que sejam de interesse da comunidade acadêmica. Mas ainda se vê muita comunicação feita por painéis com panfletos colados, sendo que estes, por sua vez, não conseguem proporcionar experiências interativas interessantes no que toca tecnologia junto ao público. A solução a curto e médio prazo é que sejam criados conteúdos interativos em diferentes telas e aplicativos para que haja uma maior participação e engajamento. E melhor ainda, que os conteúdos de diferentes cursos façam parte destes fluxos de comunicação para que o conhecimento interdisciplinar faça parte do cotidiano dos estudantes, principalmente.

## **Conteúdos de mídia para valorizar o desempenho educacional utilizando interação**

É fato que as diferentes mídias necessitam adentrar na academia. O audiovisual pode trazer diferentes experiências para o espectador e a consequência, em se tratando de educação, pode ser a ampliação dos conhecimentos. A comunicação então exerce um papel fundamental nessa construção do conhecimento junto à educação. O papel do professor se funde ao do comunicador e confirma a ideia de que as “preocupações comunicacionais da Educação, e as preocupações sobre a aprendizagem na Comunicação, parecem de algum modo penetrar os dois campos originais na sua totalidade e fornecer-lhes novos ângulos e questões para observação” (BRAGA, CALAZANS, 2003, p. 56).

O uso de MDOOH é bem aceito pelas pessoas e isso se deve muito por conta da interatividade proposta. Pesquisa realizada com 100 (cem) pessoas, em Brasília, no ano de 2014, conclui que em relação ao uso de MDOOH:

Quanto à motivação e interesse em usar as telas de navegação e outros dispositivos interativos da mídia de uma localidade, a grande maioria dos entrevistados responderam que tinham um nível médio, alto e muito alto de interesse (75%). (ROLIM, 2015)

Diante de tantas mudanças a adaptação a novas tecnologias nem sempre é fácil, a quantidade de informações pode trazer confusão e o debate sobre o tema de diferentes mídias, como a MDOOH merece destaque e experimentação nas academias.

Expressões como efêmero, líquido, transitório, saídos de Gilles Lipovetsky ou Zygmunt Bauman, convergem na indicação de um cenário histórico marcado por novos mecanismos de produção e circulação do capitalismo globalizado, pós-industrial, assentado nas dinâmicas financeiras, no forte estímulo ao consumo e sob imperativos tecnológicos que tanto imprimem rapidez como descentram os processos de comunicação. (CITELLI, 2016)

Em relação aos conteúdos, é preciso que haja uma seleção do que seja frutífero para o estudante e também comunidade, afinal a informação recebida pelo estudante deverá ser rebatida na comunidade em que vive, por isso Gadotti reforça que diante de tanta informação, “é necessário que a escola e o professor, a professora, façam uma seleção crítica da informação, pois há muito lixo e propaganda enganosa sendo veiculados. Não faltam, também, na era da informação, encantadores da palavra que desejam tirar algum proveito.” (GADOTTI, 2005, p. 3-4). Isso encaminha a necessidade real de haver reflexão constante em relação aos conteúdos que afetarão os desempenhos dos estudantes.

A hibridização dos conteúdos é resultante da convergência dos meios. O papel da convergência, para Jenkins, está estreitamente relacionado ao aumento de capacidade de produção de conteúdos dos usuários. Deixam de ser consumidores para tornarem-se produtores e consumidores de conteúdos, algo que está imbicado

ao termo inglês *Prosumer*, que significa produtor e consumidor dos conteúdos. Para Jenkins,

A circulação de conteúdos, por meio das diferentes mídias, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais, depende fortemente da participação ativa dos consumidores. [...] A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (JENKINS, 2009, p.29)

Em 2017, o Google elegeu o “Socratic – ajuda para matemática e dever de casa” como melhor aplicativo para educação, em comunicado a empresa diz que trata-se de um “aplicativo bem concebido, com lindo projeto gráfico e extremamente útil”. O Socratic também ganhou prêmio de melhor app na categoria de “tesouros escondidos” do Google Play. Ele usa inteligência artificial para a resolução passo-a-passo de cálculos de Matemática, Ciências, Química, História, Inglês e Economia. Isso confirma o quanto a criação de conteúdos inteligentes e que tragam conhecimento interdisciplinar tem agradado cada vez mais os usuários que, através de um computador nas mãos, ou melhor, com o uso de seus *smartphones*, conseguem acessar as mais diferentes informações no mundo para enriquecer o conhecimento de maneira inovadora e interativa.

O Governo do Brasil tem investido em ferramentas de Educomunicação onde encontram-se conteúdos que transitam por diferentes áreas, trabalhando com comunicação, consciência ambiental e esportes através de projetos interdisciplinares. O Ministério do Meio Ambiente, por exemplo, tem desenvolvido projetos como o “Coleciona: Fichário do Educador Ambiental”; “Circuito Tela Verde: Mostra Nacional de Produção Audiovisual Independente”; “Projeto Salas Verdes”; “Plataforma Educares: Práticas de Educação Ambiental e Comunicação Social em Resíduos Sólidos” e “Concurso de Redação da Copa Verde: parceria entre Ministério do Meio Ambiente, Confederação Brasileira de Futebol e Ministério da Educação”. Essa proposta chega às comunidades escolares e proporciona conteúdos interativos aos estudantes, além de trazer a experiência de criação de conteúdos.

A Educomunicação é uma linha de ação do Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA) que cuida da articulação de ações comunicação para a Educação Ambiental. Em atendimento à lei 9795/99, da Política Nacional de Educação Ambiental, esta linha de ação tem como objetivo proporcionar meios interativos e democráticos para que a sociedade possa produzir conteúdos e disseminar conhecimentos, através da comunicação ambiental voltada para a sustentabilidade. (MMA-Educomunicação, 2018)

As mídias interativas trazem novas percepções e provocam sensações a partir do cruzamento do que há de novo em informação com as memórias antigas.

Existe um aumento no fluxo de informações, o que traz assim um acúmulo destes dados que podem ser acessados, conforme comenta McLuhan (1996). O conhecimento, através da interação, promove alterações na percepção e cognição que ultrapassam a linearidade do conhecimento obtido pela escrita. O estudante deixa de ser um ser passivo para ser ativo e também consegue produzir conhecimento, ampliando assim seu aprendizado com possibilidades de exploração de conteúdos interdisciplinares em mídias que, como diz Jenkins, serviam para entretenimento mas que percebe-se, assim, um potencial para uso na Educomunicação.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29)

O uso das plataformas que antes serviam ao entretenimento para a geração de conteúdos educativos mostra-se cada vez mais atrativo para a comunidade acadêmica no desenvolvimento das capacidades cognitivas dentro de um ambiente que enxergue o aprendizado de maneira holística e interdisciplinar.

## Considerações Finais

Nos tempos atuais, os meios de comunicação (*media*) configuram um ecossistema e tornou-se comum, ao nos referirmos às relações entre os *media*, nos reportarmos a certa ecologia. Isso quer dizer que a adaptação das mídias analógicas a plataformas digitais horizontalizou o diálogo entre estes *media*, fazendo-os funcionar sob uma linguagem comum. Isso trouxe portabilidade, mobilidade, adaptabilidade, convergência e ubiquidade a estes conteúdos, que passaram a poder ser acessados: 1) em trânsito. 2) quando estamos desconectados. 3) em qualquer lugar. 4) em qualquer momento.

A adaptabilidade diz respeito ao acoplamento de uma mídia na outra (um vídeo dentro de um blog, por exemplo), que está ligado ao contínuo processo de hibridização dos *media*. A convergência colocou estes *media* dispostos dentro de um mesmo *gadget* ou dispositivo, permitindo que acessemos este conhecimento a partir da mesma fonte. A mobilidade e a portabilidade estão ligados ao processo “ciborgue” de inculir estes dispositivos como extensões de nossa vida social, do trabalho e até da vida física. E a ubiquidade ocorre porque estes dispositivos nunca são efetivamente desligados, considerando que as redes continuam operantes quando as ignoramos. Tudo isso confere um nível alto de complexidade para que se compreendam as dinâmicas contemporâneas de interação e relações com os *media*. Este grau de complexidade se enquadra perfeitamente na noção de ecologia, a “ciência das relações mútuas entre o organismo e o mundo exterior que o rodeia” (SANTAELLA, 2010, p. 14).

Para Santaella, são estas noções de ubiquidade, mobilidade e convergência que transformaram radicalmente a experiência humana a partir dos *media* nas primeiras décadas do séc. XXI:

É à luz das figuras mais relevantes da conectividade, mobilidade e onipresença, que o subtítulo deste livro epistemologicamente situa as práticas e os processos comunicacionais atuais em espaços ubíquos. Estes são espaços hiperconectados, espaços de hiperlugares, múltiplos espaços em um mesmo espaço, que desafiam os sentidos de localização, permanência e duração. São espaços povoados por mentes multiconectadas, coletivas, compondo inteligências fluidas. (Idem, p. 18).

Nossa proposta com este artigo foi inserir a noção de Educomunicação dentro do espectro de atuação da ecologia comunicacional, procurando entender a educação como um processo social que, como qualquer pedra fundamental da atuação humana, precisa se adaptar a um contexto midiático. Tecnologias que vão desde o rádio, aplicativos ou o MDOOH não circulam mais de maneira autônoma em relação aos outros *media*. Como em um ecossistema natural, é o equilíbrio e saudável relação entre as partes que permite que a ecologia das mídias funcione com rendimento máximo delas próprias. Daí Santaella não ver contradição ou incompatibilidade entre convergência e pluralismo (Idem, p. 17). Certamente a educação é um dos processos sociais que mais tem a ganhar com a potencialização da hibridização e convergência das mídias. Na verdade, a educação é um laboratório para que estes processos possam passar à sociedade como um todo, então é um item central na adaptação das mídias no mundo.

Este engajamento dos *media* com a educação e a cultura nos coloca dentro de uma epistemologia culturalista na cibercultura. Ao contrário de tecnofóbicos e pesquisadores “fáusticos”, que consideram a aproximação humana com a técnica como essencialmente perigosa, nos posicionamentos diante da noção de que os sistemas culturais são estruturados como os midiáticos, e um jogo de interferências pode ser pensado entre eles, produzindo sinergia. A cultura e a educação podem servir aos *media*, e vice-versa.

O desafio proposto [ao pensamento] pela cibercultura consiste não apenas em esse lhe fornecer teorias que possam articular os produtos ou texto dessa cultura, mas fornecer-lhe teorias que possam reintegrar as relações práticas e intelectuais há tanto tempo rompidas entre os mundos da ciência, da engenharia, da tecnologia e das humanidades... porque os objetos da cibernéticas são algo que realmente povoa nosso mundo e não apenas parte [do discurso] da cultura popular. (LISTER apud RÜDIGER, 2007, p. 88).

Nossa intenção é estar no rastro, portanto, desta cadeia midiática e de conhecimento presente no ecossistema comunicacional que inclui, evidentemente, processos que envolvem a produção audiovisual, produtos para internet, *gadgets*,

aplicativos e outros que possam contribuir com a modernização do aprendizado e que possam permitir uma passagem mais tranquila para um mundo hipermediático que cada vez mais se anuncia. Educandos e educadores precisarão se transformar para que isso efetivamente ocorra.

### **Bibliografia:**

BARBOSA FILHO, A. *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARCLAY, D. A., BUSTOS, T., & SMITH, T. (2010). *Signs of success Digital Signage in the library*. *College & Research Libraries News*, 71(6), 299-333, 2010.

BRAGA, J. L.; CALAZANS, M. R. *Comunicação e Educação: questões delicadas na interface*. São Paulo: Papirus, 2003.

CITELLI, A. *Educomunicação: Temporalidades e Sujeitos*. Universidade de São Paulo, SP: 2013

CITELLI, A. e OROFINO, Maria Isabel. "Uma apresentação entre mediações". In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania*. São Paulo: Paulinas, 2014

GADOTTI, Moacir. A questão da educação formal/não-formal. Institut International des Droits L'efant (IDE). Droit à l'éducation: solution à tous les problèmes ou problème sans solution, Sion (Suisse), 2005. Disponível em <[http://www.virtual.ufc.br/solar/aula\\_link/llpt/A\\_a\\_H/estrutura\\_politica\\_gestao\\_organizacao\\_nal/aula\\_01/imagens/01/Educacao\\_Formal\\_Nao\\_Formal\\_2005.pdf](http://www.virtual.ufc.br/solar/aula_link/llpt/A_a_H/estrutura_politica_gestao_organizacao_nal/aula_01/imagens/01/Educacao_Formal_Nao_Formal_2005.pdf)> acessos em 13 novembro 2017.

LÉVY, P. *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace* (Cambridge, Massachusetts: Perseus Books, 1997), p. 20. No Brasil: Pierre Lévy, *A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço* (São Paulo: Loy ola, 1998).

GASPARIAN, Maria Cecília Castro. A Psicopedagogia e as questões da interdisciplinaridade e transdisciplinaridade. *Rev. psicopedag.*, São Paulo, v. 23, n. 72, p. 260-268, 2006. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-84862006000300010&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862006000300010&lng=pt&nrm=iso)>. Acessos em 04 nov. 2017.

XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 39, 2016, São Paulo. Título da publicação (em itálico): subtítulo (se houver). São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016>. Acesso em: 04 nov. 2017.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 18ª. ed. São Paulo: Cultrix, 1996.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania*. São Paulo: Paulinas, 2014

ROLIM, L. La media indoor en la construcción de una nueva interactividad Publicitaria. Tese (Doutorado em Comunicação Audiovisual, Revolução Tecnológica e Mudança Cultural) – Faculdade de Ciências Sociais, Universidad de Salamanca. Salamanca. 2016.

RÜDIGER, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTAELLA, Lucia. *A ecologia pluralista da comunicação*. Conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SÁ, J. B.; MORAES, H. J. P. *Mídia e educação: reflexões, relatos e atuações*. *Revista Querubim, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 1-13, 2013*. Disponível em: [http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos\\_III%20sfp/Heloisa%20Moraes\\_Jussara%20Sa.pdf](http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos_III%20sfp/Heloisa%20Moraes_Jussara%20Sa.pdf). Acesso: em 12 março 2018.

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

#### **Sites:**

Telecurso: há mais de 30 anos investindo em educação a distância. Site: <http://redeglobo.globo.com/globoeducacao/noticia/2012/09/telecurso-ha-mais-de-30-anos-investindo-em-educacao-distancia.html> – texto:

*Educomunicação e Videogames: uma abordagem de interface aplicada para Gestão Francisco Tupy (Universidade de São Paulo), Gilson Schwartz (Universidade de São Paulo), Soares Ismar de Oliveira (Universidade de São Paulo) XI SBGames – Brasília – DF – Brazil, November 2nd - 4th, 2012. acessado em 11 de Março de 2018.*

Google elege os melhores aplicativos de 2017; veja lista <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/google-elege-os-melhores-aplicativos-de-2017-veja-lista.ghtml>, acessado em 03 de Abril de 2018.

Site do MMA – Educomunicação. <http://www.mma.gov.br/educacao-ambiental/educacao>, acessado em 01 de Abril de 2018.