

A descoberta da Educomunicação: promover o conceito e multiplicar a existência de Educomunicadores¹

Alexandra Aryele Araujo BRITO²

Gustavo de Souza SILVA³

José Carlos Patrício de ARAÚJO⁴

Laís Karolyne Araújo COSTA⁵

Lígia Beatriz Carvalho de ALMEIDA⁶

Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, PB

RESUMO

O curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande é uma graduação ainda recente. Sua existência em relação aos demais é considerada nova e não há tanto conhecimento por parte das pessoas sobre seus campos de estudos e suas formas de atuação. Neste artigo, descrevemos o planejamento e a avaliação de uma intervenção em Epistemologia da Educomunicação e Produção Midiática que visou apresentar o curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação para estudantes da primeira à terceira série do ensino médio e demonstrar sua relevância para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; Epistemologia da Educomunicação; Mostra de Profissões; Produção Midiática; Comunicação Social.

Introdução

A transição entre a vida escolar e a vida acadêmica é uma fase de grande importância para os jovens. Eles têm de lidar com a pressão que este momento lhes impõe e a indecisão sobre o futuro.

A estrutura arraigada na escola atual demonstra que sua evolução está longe de acontecer e não há uma visão por parte dos alunos de que o ambiente escolar é um lugar de apoio e a segunda morada. No entanto, há métodos que podem se tornar uma luz no

¹ Trabalho apresentado na IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da UFCG, e-mail: alexandrabrito495@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da UFCG, e-mail: gustavodesouza.eu@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da UFCG, e-mail: carlos1998araujo22@gmail.com.

⁵ Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da UFCG, e-mail: laispimpolha@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Doutora em Educação pela UNESP, professora do curso de Comunicação Social pela UFCG, email: ligiabia@gmail.com.

fundo do túnel. Um deles é a Mostra de Profissões, onde representantes dos cursos superiores são convidados a irem até os alunos e explicarem como é ser um estudante de universitário.

Como parte da intencionalidade de Educomunicação, a intervenção é um recurso utilizado para promover transformações e analisar os resultados em um ecossistema comunicativo. Foi em uma Mostra de Profissões que a intervenção aqui narrada aconteceu. O evento ocorreu em uma escola da Rede Privada de Ensino do município de Campina Grande, no estado da Paraíba, permitindo a análise da estratégia comunicativa e a reflexão sobre a importância deste momento de aproximação com os alunos secundaristas, que puderam ter contato com variadas opções de cursos. Figurando entre eles, o bacharelado em Comunicação Social, com linha de formação em Educomunicação, ofertado pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), parece pouco atrativo diante dos cursos considerados mais tradicionais.

Neste relato, abordaremos a importância de se debater e construir conhecimentos nas escolas de Ensino Médio sobre novos cursos, mais especificamente sobre Educomunicação, entretanto com o objetivo de enaltecer o seu valor como linha de formação em Comunicação Social.

O ingresso na universidade e a indecisão dos estudantes

A maior parte do ingresso dos estudantes de ensino superior das universidades brasileiras ocorre por meio de vestibulares. O mais conhecido deles trata-se do Exame Nacional do Ensino Médio, conhecido pela sigla ENEM. Dentre as instituições que adotam o ENEM para oferecer vagas, está a Universidade Federal de Campina Grande. No semestre 2018.2, por exemplo, foram disponibilizadas pela UFCG cerca de mil quinhentos e vinte cinco vagas em todos os seus campus da Paraíba, segundo dados do Termo de Adesão assinado pela Universidade em maio de 2018⁷. Todas essas vagas são distribuídas entre sete campi espalhados por diversos municípios paraibanos e incluem também o sistema de cotas, que abrange negros, pardos, indígenas, pessoas de baixa renda e portadores de necessidades especiais, facilitando/incentivando o ingresso no ensino superior de pessoas usualmente à margem da sociedade.

⁷ Disponível para visualização em:
<http://www.comprov.ufcg.edu.br/files/Vestibulares/2018/2018.2/Termo%20de%20Ades%C3%A3o_%20OSISU%202018.2%20-%2024%20de%20maio%20de%202018.pdf>.

A escolha de um curso superior tem grande impacto na juventude atual. Sua importância e a dificuldade de decisão acabam sendo uma corrida contra o tempo e se tornando uma penúria para milhares de estudantes que passam o ano inteiro se preparando para a realização do ENEM. As indecisões sobre o futuro tendem a aumentar para os estudantes de Ensino Médio, pois a falta de conhecimento sobre a existência de cursos e suas especificidades agrava a situação. Por parte do ambiente escolar, no máximo são oferecidas ações não tão eficazes que pouco despertam as aptidões dos alunos. Apesar de toda cobrança que existe sobre os jovens quando completam o Ensino Médio, os ambientes escolares brasileiros não possuem uma cultura que os ajudem explorar tal questão.

Neste quesito, a Mostra de Profissões de uma escola privada do município de Campina Grande, estado de Paraíba, vem plantando uma semente relevante diante do quase sempre conservador sistema escolar brasileiro.

A existência da Mostra de Profissões e a descoberta ao curso de Educomunicação

O curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) é bacharelado. A existência de tal curso nessa instituição é um diferencial. Por ser um curso exclusivo no país, acaba ocasionando seu desconhecimento por grande parte da população. Com início de atividades em 2010, o curso é considerado novo. Em matéria publicada na época pela Assessoria de Comunicação da UFCG, Reginaldo Severo de Macedo, relator do processo, expressou sua importância para a comunidade acadêmica: “Inovador e voltado à multimídia, o curso de Comunicação Social da UFCG será vanguardista e expressivo no cenário nacional” (BRAGA, 2009, n.p.).

Sua relevância diante da comunidade, porém, acabou se tornando motivação para a escolha realizada pela escola de ensino médio, que convidou o curso a ocupar um estande para sua divulgação durante a edição 2018 da Mostra de Profissões e, conseqüentemente, permitiu a aplicação de nossa intervenção, que proporcionou aos alunos uma manhã inteira de imersão em um espaço que explicava do que se trata a Educomunicação.

A existência do evento realizado pela escola privada acontece principalmente com enfoque em alunos do Ensino Médio e tem o propósito único de provocar a

experiência de troca entre eles, que compartilham seus anseios e se veem reproduzidos no seio universitário. Deste modo, diversas percepções tornaram-se visíveis quando há a descoberta do curso de Educomunicação. Na intervenção, pudemos sentir de perto as reações que aconteceram na passagem dos visitantes pelo estande preparado para receber os estudantes e tirar suas dúvidas sobre o curso. Porém, o diferencial em relação aos outros cursos superiores está no estranhamento que o curso de Educomunicação provocou e é exatamente sobre este que temos de nos atentar.

O uso da Educomunicação na intervenção

O conceito de Educomunicação tem completa ligação com os movimentos sociais e suas formas de representações. Seu início na mídia-educação deu-se como forma de reação à influência midiática no cotidiano social. À medida que iam surgindo, os meios de comunicação eram rejeitados por acreditar-se que estes veículos alteravam o comportamento moral da população. A Educomunicação tem como base a comunicação e educação e os dois unidos trabalham com a educação através dos meios de comunicação (rádio, panfleto, escola, cartazes, movimentos, televisão, redes sociais, etc.).

Em sendo vazio, ele [o conceito de educomunicação] provoca muito ruído e muita paixão naqueles que dele se aproximam e buscam aplicá-lo em suas práticas. É um conceito que não trata de uma racionalidade, porém, o que é mais importante é a situação de vida de engajamento, a motivação das pessoas para estarem ali e a concretude do fato de essas pessoas se encontrarem em diálogos e entenderem que esse é o espaço onde as pessoas podem progredir e fazer avançar seus projetos. (SOARES, 1988 apud ALMEIDA, 2010, p. 72)

Trabalhando unida, a educação pode ir além do ensino formal e chegar a um outro campo: o da educação social, a qual tem a intenção de desenvolver e formar cidadãos conscientes, críticos e ativos na sociedade. Em algumas ocasiões, a sala de aula promove sinergia entre a Educação e a Comunicação. Porém, Sartori (2010, p. 46-47) amplia este debate quando afirma que a integração entre estas expressões têm chances de acontecer mesmo com a tardia discussão sobre o tema no cotidiano. A autor argumenta que, apenas quando os educadores levarem em conta a sala de aula como um ambiente complexo da Comunicação, é que a Educomunicação terá sua vez.

Dentre seus pioneiros, a Educomunicação tem teóricos renomados como Mário Kaplún, Célestin Freinet, Paulo Freire, assim como Ismar Soares (2010) que conceitua:

Na verdade, por ser um conceito complexo e de caráter multidisciplinar, interdiscursivo, ele acaba englobando significados. De modo que é muito difícil, hoje, termos uma definição unívoca do que seja educomunicação. De toda forma, quando alguém me pergunta o que é educomunicação, eu prefiro contar histórias, relatar fatos e mostrar como a sociedade se viu parte, ou partes dela estão implementando o conceito, já que sua prática tem no mínimo 60 anos de evolução, mas seu reconhecimento acadêmico é muito recente. Além do mais, a disposição das pessoas frente ao conceito é marcada pelo lugar onde elas se encontram. (SOARES, 1988 apud ALMEIDA, 2010, p. 73)

Para tanto, o uso da Educomunicação numa intervenção que explica sua essência e atuação no mercado de trabalho deve ser fidedigno à existência de suas sete áreas. Para título de objetividade, utilizamos as áreas de Epistemologia da Educomunicação e a de Produção Midiática para a realização desta intervenção.



Figura 1 – Aluna da escola privada do município de Campina Grande na Paraíba apreciando o material utilizado na intervenção

Fonte: Produção dos autores.

Uma intervenção educacional epistemológica tem o propósito de produzir e divulgar conhecimento sobre a Educomunicação, as outras seis áreas de intervenção e a busca por novas áreas. Para isso, construir um projeto educacional em Epistemologia significa que o educador é conduzido de forma quase que automática a trabalhar com outras áreas de intervenção e, como afirma Soares (2000) em seu artigo sobre a Educomunicação, é explicada a importância da produção de

conhecimento como forma de buscar a consolidação da educomunicação no campo da Comunicação Social:

A área da reflexão epistemológica sobre a inter-relação comunicação/educação como fenômeno cultural emergente. É a verdade, a reflexão acadêmica, metodologicamente conduzida, que vem garantindo unicidade às práticas da Educomunicação, permitindo que o campo seja reconhecido, evolua e se legitime. A própria pesquisa que estamos realizando situa-se nesta área, assim como boa parte das reflexões produzidas pelos pensadores de quem nos servimos para a constituição do corpo teórico do trabalho. (SOARES, 2000, p. 12)

A Epistemologia é uma área que vem abrindo os caminhos para os outros seis campos da Educomunicação. Portanto, é essencial que educadores produzam e divulguem as suas pesquisas. Dessa forma, se torna um dos campos que mais tende a crescer na Educomunicação. A Epistemologia considera conhecimentos produzidos em todas as outras áreas de intervenção, reforçando a ideia já exposta que todos os saberes educacionais estão interligados (ALMEIDA, 2016, p. 14).

Já sobre Produção Midiática, a intervenção fez-se necessária principalmente devido a criação de materiais de divulgação do curso. Temos como conceito explícito desta área a produção de recursos midiáticos, sejam eles visuais audiovisuais ou impressos. Ela se adequa no ambiente da comunicação mediada, onde o emissor e o receptor não estão fisicamente no mesmo ambiente, e a interação acontece através de suportes tecnológicos. Na Educomunicação, a Produção Midiática busca utilizar seus recursos para finalidades educativas.

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 emissores de rádio, televisão, cinema, veículos impressos, web, circuitos fechados nas diferentes organizações e em ambientes educativos virtuais, entre outros. (ALMEIDA, 2016, p. 24)

O estranhamento sobre a existência do curso e sua atuação no mercado de trabalho

A estrutura da educação superior no Brasil convive com duas realidades. De um lado estão as universidades públicas, que são representadas pelas instabilidades devido a movimentos grevistas e a atribulada questão de verbas para o investimento em estrutura. De outro lado estão às universidades particulares, representadas por grandes conglomerados não governamentais e que, muitas vezes, abrangem um público mais restrito devido seu acesso ser pago e servir apenas a uma parte da população que tem condições financeiras para tal feito. Conforme Corbucci (2004, p. 685) problematiza, a questão sobre o “financiamento da educação brasileira não reside no fato de o gasto com a educação superior ser excessivo, e sim em que os investimentos na educação básica são insuficientes”. Diante disto, podemos observar que há uma grande composição educacional, porém nem toda ela é arejada para que todos consigam ter acesso.

Em um evento como a Mostra de Profissões realizada pela escola privada, esta realidade da universidade brasileira parece estar espelhada. Os estandes dos cursos têm chamarizes diferentes, os das universidades particulares, por conta de seu esplendor e beleza, são os primeiros a chamarem atenção dos alunos secundaristas. No entanto, a presença deles nesses estandes é porque conhecem os cursos, já que o investimento em marketing acaba propositalmente sendo maior. Em comparação, vemos que os estandes das universidades públicas chamam atenção por representarem um sonho que aparenta estar muito distante da possibilidade de muitos e não por conta de seu esplendor ou beleza, como pode ser constatado pela simplicidade da organização do estande do curso de Educomunicação, representado na Figura 2:

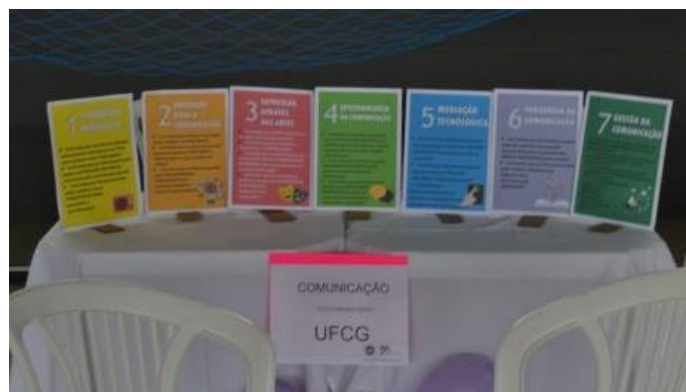


Figura 2 – Estande do curso de Comunicação Social na Mostra de Profissões
Fonte: Produção dos autores.

No evento, constatou-se que o desconhecimento sobre a existência da graduação em Comunicação Social na Universidade Federal de Campina Grande é notória, a justificativa geralmente dada é que o curso é disponibilizado apenas no segundo semestre do Sisu⁸, que é o programa do Ministério da Educação para o ingresso em universidades públicas. Além disso, outros motivos também se somam. Dentre eles, a recente implantação do curso em comparação aos demais já consolidados, pois ele existe há apenas oito anos. Outro ponto a ser levantado é o fato de que Comunicação Social na UFCG tem a linha de formação em Educomunicação. Esta questão em especial provoca grande curiosidade por parte do alunado, que se depara com um termo incomum.

O estranhamento ao termo Educomunicação está presente nas escolas nas quais o termo é apresentado como intrínseco à graduação de Comunicação Social na Universidade Federal de Campina Grande, existindo a necessidade de se explicar aos participantes seu significado epistemológico.

Planejamento da Intervenção

Segundo Almeida (2016), uma das formas de atuação de um educador se dá através de uma intervenção sociocultural:

[...] o ato de intervir está ligado à constatação de: exploração humana, conflitos, irregularidades, opressão, precário aproveitamento da capacidade dos indivíduos de construir conhecimento e de atuarem como protagonistas de sua própria realidade. (ALMEIDA, 2016, p. 10).

Foi embasado neste conceito que planejamos a intervenção educacional na Mostra de Profissões na escola de ensino privado do município de Campina Grande, Paraíba. A primeira prática foi pensar na produção do material da intervenção, planejado sempre na perspectiva da empatia. Ou seja: tentamos entender primeiramente quais tipos de questionamentos nós mesmos tivemos há alguns anos atrás quando estávamos passando pela mesma realidade dos estudantes, que visitariam nosso estande.

⁸ Sigla para o Sistema de Seleção Unificada, instituído pela Portaria Normativa do MEC, nº 2, de 26 de janeiro de 2010.

Em um segundo momento, a preocupação voltou-se para a linguagem que seria utilizada no material, que foi trabalhado sob a estética da ludicidade e objetividade. Em vista disso, com frases curtas e ícones alusivos, separamos as sete áreas que um educador pode atuar por cores. Segundo Soares (2014), são consideradas áreas da Educomunicação: a Educação para a Comunicação, a Pedagogia da Comunicação, a Gestão da Comunicação, a Mediação Tecnológica, a Produção Midiática, a Expressão Através das Artes e a Epistemologia da Educomunicação.

Sabíamos ainda que no Ensino Médio além da dúvida sobre o ingresso na universidade, outra questão é o mercado de trabalho do educador. Assim, fizemos um levantamento acerca de profissões ocupadas por veteranos do curso e que qualquer outro formando em um curso de Comunicação Social poderia ocupar. Com uma lista em mãos, além das sete áreas de atuação, dispusemos no material entregue aos alunos da primeira à terceira série do Ensino Médio da escola de ensino privado uma gama de oportunidades que eles poderiam ter. O material teria que demonstrar o leque de possibilidades que o curso oferece, explicitando o quanto são necessários profissionais formados em Educomunicação no mercado de trabalho.

Toda a descrição foi resumida de forma objetiva no folheto que foi preparado para ser entregue aos interessados na graduação. No verso do material, optamos por colocar apenas a grade curricular do curso, conforme verificamos na Figura 3:



FLUXOGRAMA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DIURNO - UFCEG

1º Período	2º Período	3º Período	4º Período	5º Período	6º Período	7º Período
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação

FLUXOGRAMA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – NOTURNO - UFCEG

1º Período	2º Período	3º Período	4º Período	5º Período	6º Período	7º Período
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação
Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação	Introdução à Comunicação

Figura 3 - Verso do folheto entregue aos alunos que participaram da intervenção no estande da escola privada do município de Campina Grande na Paraíba
Fonte: Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande (UFCEG).

Por outro lado, pensamos também na questão dos chamarizes que os cursos de universidades particulares costumeiramente fazem, e que são o diferencial em relação aos cursos de universidades públicas. Portanto, em nosso stand, optamos por produzir placas referenciais a cada área da Educomunicação, com curiosidades e frases autoexplicativas sobre o campo de atuação de um profissional formado neste curso. Seguindo a ideia da produção dos folhetos, cada área teve sua placa com a cor referenciada no folheto, como é possível observar na Figura 2.

Resultados/Avaliação da Intervenção

Entendendo que uma importante etapa da intervenção é a avaliação, planejamos realizar entrevistas e observar os comportamentos dos estudantes em relação à apresentação que seria realizada sobre o curso. Esse método permitiria a obtenção de resultados qualitativos, pois através de um contato pessoal os relatos acontecem de maneira mais aprofundada.

De acordo com dados obtidos a partir da observação e entrevistas com alunos que visitaram o estande, analisamos que boa parte deles demonstraram interesse por duas áreas em especial. Estas são a Produção Midiática e a Expressão pelas Artes. Uma visitante, Sophia (nome fictício) de 16 anos, afirmou: “Não imaginava que Educomunicação abrangia tantas coisas. Tem coisas também que eu me identifico muito. A parte que envolve as artes, a fotografia e as mídias”.

Em relação aos nossos objetivos, pudemos concluir que conseguimos demonstrar aos alunos a importância da Educomunicação na Comunicação Social e também explicar o campo em expansão da área. Outro ponto esclarecido foi a curiosidade dos alunos em relação às áreas de intervenção e os lugares de trabalhos de um Educomunicador.

Foi notória a pouca procura dos alunos pelo estande de Educomunicação, o que nos fez constatar que a maior parte dos estudantes demonstra interesse por profissões mais consolidadas e reconhecidas financeiramente na atual conjuntura do mercado de trabalho.

Considerações finais

A partir dos nossos objetivos com a elaboração do projeto de intervenção educacional, conseguimos desenvolver explicações e materiais visuais que contextualizassem a importância da Educação na Comunicação Social. Pudemos promover de forma clara e sucinta a graduação, suas sete áreas de intervenção e também o incentivo ao desenvolvimento da Educação como forma de atrair novos ingressantes ao nosso curso.

Ao analisarmos os resultados, concluímos que, parte do público, incluindo alunos, professores e demais visitantes da Mostra de Profissões, não conhecia o curso de bacharelado em Comunicação Social ofertado pela Universidade Federal de Campina Grande como sendo Educação, tampouco o que viria a ser tal área.

Assim, a experiência permitiu compreender a importância de que as escolas de Ensino Médio desenvolvam atividades expondo as diversas opções de carreiras para que os alunos conheçam os perfis dos profissionais, assim como incentivem a existência de mostras pedagógicas que permitam aos alunos conhecerem os diferentes cursos universitários. O papel dessas escolas torna-se relevante ao proporcionar informações que facilitem e contribuam para a formação e a escolha dos vestibulandos.

De forma bastante satisfatória, atingimos os objetivos estabelecidos desde o início do projeto de planejamento da intervenção, partindo do pressuposto que o curso é pouco conhecido, dentre tantos outros, fundamentando as decisões de alunos sobre a escolha de uma carreira profissional e fazendo-o figurar entre as possibilidades.

Deste modo, concluímos a intervenção com a certeza de que, quanto mais escolas promoverem eventos deste tipo, mais será viável, por parte dos alunos secundaristas, a escolha fundamentada de uma profissão.

Estamos propondo, então, que eventos pedagógicos dessa natureza se tornem cada vez mais comuns nas estruturas de ensino, permitindo ampliar a função da escola na construção social e na formação dos indivíduos.

Referências

ALMEIDA, A. F.; SOARES, Ismar de Oliveira. Mediador Educomunicacional. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, ano 14, n.14, jan/dez. 2010. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/download/2504/2466>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

ALMEIDA, L. B. C. **Projetos de intervenção em educomunicação**. Disponível em: <https://dadospdf.com/download/projetos-de-intervenao-em-educomunicacao-_5a4d1341b7d7bcab67312e8b_pdf>. Campina Grande, v. 1.6, ago. 2016. Acesso em: 16 abr. 2019.

BRAGA, M. Curso de Comunicação Social da UFCG terá habilitação em Educomunicação. **Ascom/UFCG**, 2009. Disponível em: <https://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codico=9488>. Acesso em: 16 abr. 2019.

CORBUCCI, P. R. Financiamento e democratização do acesso à educação superior no Brasil: da deserção do Estado ao projeto de reforma. **Educação e Sociedade**. Campinas, v. 25, n.88, p. 677-701, 2004. Disponível em <<https://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302004000300003>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

NISHIZIMA, P. Educomunicação - o que é isso?. **Gazeta do Povo**. 25 ago 2016. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/educacao-e-midia/educunicacao-o-que-e-isso/>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SARTORI, A. S. Educomunicação e sua relação com a escola: a promoção de ecossistemas comunicativos e a aprendizagem distraída. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 7, n. 19, p. 33-48, jul. 2010.

SOARES, I. O. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Educação**. São Paulo, ano VII, n. 19, p. 12-24, set.-dez. 2000. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i19p12-24>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SOARES, I. O. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação. **Comunicação & Educação**. São Paulo, ano XIX, n. 2, p. 135-142, set. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/81225>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SOPHIA. Nome fictício. **Entrevista concedida pela aluna de uma escola privada**. Paraíba. Campina Grande, 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE. **Termo de Adesão SISU 2018.2**. Disponível em: <http://www.comprov.ufcg.edu.br/files/Vestibulares/2018/2018.2/Termo%20de%20Ades%C3%A3o_%20SISU%202018.2-%202024%20de%20maio%20de%202018.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2019.

Apêndice



7 ÁREAS PARA ATUAR EM EDUCOMUNICAÇÃO

- 1 PRODUÇÃO MIDIÁTICA**
Produzir MÍDIA (ex.: HQ's, vídeos, jogos, desenhos e outros) para ensinar;
- 2 EDUCAÇÃO PARA A COMUNICAÇÃO**
Difundir a LEITURA CRÍTICA da mídia para transformar a forma como as pessoas vêem a mídia;
- 3 EXPRESSÃO ATRAVÉS DAS ARTES**
Incentivar o uso da linguagem artística e a comunicação pela EMOÇÃO;
- 4 EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO**
Construir conhecimento sobre o que é EDUCOMUNICAÇÃO;
- 5 MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA**
Promover a utilização das TECNOLOGIAS na aprendizagem;
- 6 PEDAGOGIA DA COMUNICAÇÃO**
Usar recursos da comunicação para facilitar a construção de CONHECIMENTO;
- 7 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**
Desenvolver e aplicar projetos para garantir o uso da comunicação DIALÓGICA em todos os ambientes.

Quer saber mais sobre o curso?
Acesse <https://goo.gl/wK5ARh> ou se achar mais fácil, aponte sua câmera para o QR Code para ser redirecionado ao link!

Onde um Educomunicador pode trabalhar?

- ✓ Organizações não governamentais
- ✓ Emissoras de rádio
- ✓ Emissoras de televisão
- ✓ Jornais
- ✓ Agências de comunicação
- ✓ Empresas
- ✓ Escolas (consultores)
- ✓ Editoras e produtoras de materiais didáticos
- ✓ Produtoras de vídeo e áudio
- ✓ Produtoras de conteúdo digital
- ✓ Produtoras de games
- ✓ Consultorias de Comunicação

Figura 4 – Frente do folheto entregue aos alunos que participaram da intervenção no estande da escola privada do município de Campina Grande na Paraíba

Fonte: Produção dos autores