

A EDUCOMUNICAÇÃO E A GRADUAÇÃO EM JORNALISMO NO BRASIL

Leandro Aparecido de Oliveira¹

Andressa Jackeline de Oliveira Mario e Paiva²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar traços e discussões referentes à realidade da educomunicação no Brasil, inserida no contexto do ensino do jornalismo. Utiliza pilares históricos, traz dados, métodos e disciplinas acerca desse assunto, clareando conceitos e evidenciando um novo debate. De tal modo, é possível compreender as ideias que estão ou não inseridas na educomunicação, além de obter uma compreensão sobre como é o ensino dessa modalidade dentro do jornalismo brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; Jornalismo; Brasil.

EDUCOMMUNICATION AND GRADUATION IN JOURNALISM IN BRAZIL

ABSTRACT: This article aims at presenting features and discussions regarding the reality of educommunication in Brazil, placed within the context of the teaching of journalism. Uses historical pillars, brings data, methods, and disciplines on this matter, clearing concepts and demonstrating a new debate. So you can understand the ideas that are either not included in educommunication, and get a grasp on how this teaching modality in Brazilian journalism.

KEYWORDS: Educommunication; Journalism; Brazil;

Este artigo busca identificar conceitos relacionados à educomunicação, a partir de um olhar atento sobre a literatura existente, mostrando modelos de programas educamunicativos e a participação de alunos e docentes na produção de conceitos ligados ao assunto. O presente estudo apresenta algumas ideias relativas à educomunicação presentes nas universidades brasileiras, e participação do conteúdo “educomunicação” no ensino de jornalismo no Brasil.

¹Pós-graduação em Docência Universitária pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo – UNASP-EC. Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pelo UNASP-EC. Docente de graduação e técnico no UNASP-EC. Email: leandro.oliveira@unasp.edu.br

²Professora Orientadora. Mestre em Educação pela PUC CAMPINAS. Pós-Graduada em Metodologia de Ensino pelo UNASP – EC. Pós-Graduada em Psicopedagogia pelo UNASP-EC. Graduada em Pedagogia pelo UNASP-EC. Docente em cursos de graduação e Coordenadora do Curso de pós-graduação em Docência Universitária: métodos e técnicas, no UNASP-EC. E-mail: Andressa.oliveira@unasp.edu.br

Dentro desse panorama surgem algumas perguntas: Quais os programas que existem especificamente sobre educomunicação nas universidades brasileiras? Entre os gêneros e formatos, quais os mais empregados e comuns hoje em dia? E ainda, qual seria a efetiva participação de alunos e docentes nos processos educacionais?

São abordados estudos segmentados através de pesquisa bibliográfica e trabalhos acadêmicos, como a principal fonte de dados para identificar a produção sobre educomunicação, os gêneros dos programas abordados no tema e a participação da sociedade. Apesar dos conhecimentos que já são existentes a respeito da educomunicação no Brasil, no transcorrer dos últimos anos, sabe-se que poucas pesquisas envolvendo as ideias de educomunicação foram desenvolvidas.

Entende-se neste trabalho a educomunicação como um campo de mediações na inter-relação educação e comunicação (SOARES In: CITELLI E COSTA, 2011), apresentando ambas como áreas de intervenção social emergente (SOARES, 2011).

Partimos da premissa de que a educomunicação, conceito que – no entendimento do Núcleo de Comunicação e Educação da USP – designa um campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação, apresenta-se, hoje, como um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os segmentos humanos, especialmente da infância e da juventude. (SOARES, 2011, p.15)

Ela se caracteriza pelo oferecimento de um apoio baseado em suporte teórico e de metodologia, que permite aos agentes da sociedade, compreender a relevância das ações comunicativas para a convivência entre indivíduos (HABERMAS, 2002).

Além disso, visa-se também produzir conhecimento, elaborar e implementar projetos que colaborem para as modificações sociais. Nesse contexto, as ideias relativas ao conceito e também à prática da educomunicação se somam às propostas de currículo didático nacional, no que diz respeito, especificamente, ao campo da linguagem e da tecnologia. Os conceitos educacionais propõem, em realidade, que se construa uma espécie de ecossistema de comunicação aberto, voltado ao diálogo e à criação, nos espaços educacionais. Soares (2011, p.45), define que:

A partir dessas perspectivas, entende-se que a relação dialógica não é dada pela tecnologia adotada, mais ou menos amigável, mas essencialmente pela opção por um tipo de convívio humano. Trata-se de uma decisão ético-político-pedagógica, que necessita, naturalmente, ser circundada pela definição de tecnologias de auxílio. Um ambiente educacional caracteriza-se, justamente, pela opção de seus construtores pela abertura à participação, garantindo não apenas a boa convivência entre pessoas (direção-docentes-estudantes), mas, simultaneamente um efetivo diálogo sobre práticas educativas (interdisciplinaridade, multidisciplinaridade, pedagogia de projetos), elementos que confrontam a “pedagogia da comunicação”.

O intuito é quebrar os aspectos hierárquicos ao se distribuir o saber, exatamente por se reconhecer que todos os indivíduos envolvidos no fluxo de dados são produtores culturais, independente de suas funções operacionais na escola ou na universidade (HABERMAS, 2002). Resumidamente, a educação tem como objetivo a construção da cidadania, partindo-se do pressuposto básico de que cada pessoa exerça seu direito de se expressar e comunicar diante dos outros.

A Educação, como campo emergente de intervencionismo social, passa a ganhar um real formato no país a partir da publicação da Pesquisa Perfil, que teve como objetivo evidenciar os perfis do especialista em Educação, sendo produzida pelo NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da ECA-USP. A coordenação do projeto foi realizada pelo Professor Ismar de Oliveira Soares, inserido em um núcleo de pesquisa e extensão da universidade.

Ainda que as práticas comunicativas já fossem presentes no Brasil, foi esse especialista que iniciou a luta e permanece, de forma ativa, buscando o reconhecimento e as divulgações na área. Em tal contexto, não se pode reduzir o campo da educação a uma só ideia, pois isso seria como afirmar que a área de Ciências Sociais é um conceito isolado (HABERMAS, 2002). A Educação é um meio de estudo que apresenta complexidade, com diversas práticas comunicativas que atuam para formar agentes sociais, sempre visando a garantia da autonomia do sujeito, na educação formal ou informal (HABERMAS, 2002).

As práticas educacionais ocorrem quando um grupo, sobre mediação de um educador, promove o seu aprendizado, de modo a problematizar, criar e refletir de maneira constante as suas produções (SOARES, 2000).

Esses princípios surgem, como se pode comprovar pela literatura, nas bases teóricas de Paulo Freire e são desenvolvidos mais fortemente na educação (FREIRE, 2005). Por exemplo, se a meta é a produção de um vídeo envolvendo

determinada comunidade, o educador não irá expor seu conteúdo em aulas, mas sim promover o estímulo da produção. É o que se chama de processo, e é nesse contexto que o grupo pensa a produção, além de gerar conhecimento.

A Educomunicação e suas origens

A Educomunicação é um conjunto de ideias ou uma base metodológica voltada à Pedagogia, cuja proposta é a utilização de ferramentas tecnológicas modernas e recursos de comunicação no aprendizado por meio de técnicas midiáticas (HABERMAS, 2002). De acordo com o conceito trazido pela nomeação, trata-se da educação encontrando a comunicação, fazendo uso de iniciativas multimídia, colaborativas e interdisciplinares.

Esse método pode se desenvolver com alunos de todas as idades, sendo utilizado por educadores de quaisquer áreas de ensino. A educomunicação se conhece, também, pela abreviatura de *educom*. Alguns exemplos são a utilização dos rádios escolares e webrádios³, podcasts⁴, videogames, programas (softwares) para aprendizado online⁵, imagem, blogs pedagógicos⁶, entrevistas e matérias idealizadas por alunos.

No Brasil, diversas ONGs e certas prefeituras promovem o desenvolvimento de programas de educomunicação, que têm semelhança no incentivo ao protagonismo infanto-juvenil e a uma comunicação horizontal, buscando reduzir as diversidades de hierarquia entre professores e estudantes, bem como as diferenças

³É uma emissora de rádio que funciona dentro da instituição, com conteúdo produzido ou não por discentes. É um veículo de comunicação estratégico no processo ensino-aprendizagem, pois facilita o desenvolvimento criativo, trabalho em equipe e potencialidades profissionais. (LIMA, 2006). As werádios apresentam a mesma configuração editorial, mas com transmissão externa, via internet.

⁴Os podcasts --também chamados de podcastings-- são arquivos de áudio transmitidos via internet. Neles, os internautas oferecem seleções de músicas ou falam sobre os mais variados assuntos -- exatamente como acontece nos blogs. A palavra que determina esta nova tecnologia surgiu da fusão de iPod (toca-MP3 da Apple) e broadcast (transmissão via rádio) (ONLINE, 2006)

⁵Os software educativos são software pensados, programados e implementados com objetivos educativos – fora e dentro da escola. (OLIVEIRA, p2)

⁶O Blog pedagógico propõe uma abordagem diferenciada onde professores de diversas modalidades de ensino sejam capacitados a serem co-autores de atividades e assuntos que podem ser abordados com os alunos ao mesmo tempo que vão criando domínio da ferramenta. Os professores em seus projetos colocam questões críticas para análise que envolvam os alunos a refletir e buscar soluções para resolver problemas buscando autonomia e interação constante entre ambos formando uma teia de novos conhecimentos através da cooperação, ou seja, partilha de novos conhecimentos. (BITENCOURT, p. 1)

de faixa etária, e ampliam, assim, o acesso à cultura e às informações com um olhar crítico e autônomo.

Pode-se dizer, portanto, que o conceito da Educomunicação é, ao mesmo tempo, uma prática e uma ideia inserida na *interface* entre Educação e Comunicação (SOARES, 2000). No sentido da prática, ela traz a proposta de novas espécies de aprendizado, de maneira a utilizar ferramentas tecnológicas e outros relacionamentos dentro da comunicação. Eles são mais voltados à democracia, à igualdade e, de certa forma, também, menos hierarquizado (KAPLÚN, 1999).

Os conceitos de Educomunicação são entendidos por Soares (2000) como o agrupamento de atividades inerentes ao planejamento, implementação e análise de mecanismos, programas e serviços. Esses se destinam à criação, à manutenção e, também, ao fortalecimento de ecossistemas comunicativos em certos espaços de educação, seja presencial ou virtual (SOARES, 2000). Exemplos são escolas, centros culturais, emissoras de TV e emissoras de rádio educativas, além de outros locais, com maior ou menor formalidade de aprendizado (SOARES, 2000).

Por meio da educomunicação, se estuda e trabalha as atitudes e comportamentos humanos, além de valores e decisões, com base no relacionamento com o universo que nos cerca. Além disso, são levados em conta aspectos da sociedade, da política, da cultura e da economia. Em tal panorama, a discussão desafiadora para o ensino superior é como fazer a inserção, na acadêmica de conteúdos comunicativos que tragam vivências de cultura de modo heterogêneo, por meio de novos recursos tecnológicos de dados e da própria comunicação em si (KAPLÚN, 1999). Independente de uma graduação específica para educomunicação ou até conceitos inseridos na graduação de jornalismo, o ensino superior precisa repensar a formação dos novos profissionais de comunicação, como descreve Druetta (2011, p. 115).

Em matéria de formação de um novo tipo de profissional de comunicação, as universidades têm diante de si um enorme desafio de capacitar os trabalhadores da era digital. No cerne da modificação que atravessa a organização sócio-técnica do trabalho, os profissionais hoje em dia são corresponsáveis pelo funcionamento dos processos produtivos ou serviços. Devem ser formados para trabalhar em equipe, para se adaptar as condições de mudança e para identificar e resolver problemas. Capacidade de abstração, raciocínio e habilidade para tomar decisões em tempo real são algumas das características na nova concepção dos processos de trabalho.

O repensar do ensino superior visando à formação de um novo profissional para atuar na *interface* educação/comunicação também é destacada por Ismar Soares (2011, p. 85), “a educação como um todo busca um novo perfil profissional, para que a educomunicação pode contribuir com conceitos, reflexão, experiências práticas e modelos estruturados”.

É bem possível que o primeiro a usar o termo "Educomunicador" tenha sido o jornalista argentino Mário Kaplún (1999), ao se referir ao voluntariado, com base nos profissionais capazes de fazer a mediação entre aspectos do jornalismo alternativo e ações de rádio comunitária. Kaplún trouxe inspiração ao conceito de "Educomunicação", utilizado por Jesús Martín Barbero (2000) e pela ONU. Contudo, a ideia tem se ampliado, buscando atualizações e uma espécie de reformulação, com enormes contribuições do Núcleo de Comunicação e Educação, NCE, da ECA/USP. De acordo com estudos realizados pelo NCE, a educomunicação se baseia nos seguintes pilares (SOARES, 2000):

- Educação para recepção crítica.
- Expressões comunicativas por meio de representações artísticas.
- Mediação tecnológica no âmbito educativo.
- Gestão dos processos comunicativos.
- Reflexão com base na Epistemologia a respeito das inter-relações entre Comunicação e Educação.

No Brasil, as pesquisas e estudos a respeito da educomunicação têm avançado bastante e, inclusive, hoje já há universidades com graduações e especializações sobre o tema. Contudo, compreende-se que o profissional de educomunicação não se forma somente no ensino superior, e sim na própria prática educacional em linhas gerais (SOARES, 2000), O educador pode se formar também em produção de mídias voltadas à pluralidade cultural, com demandas em direção à participação popular (HABERMAS, 2002). Ele tem a possibilidade de se voltar a aspectos da consciência crítica e a certos assuntos que não costumam ser de interesse das mídias comerciais (SOARES, 2000), ensinadas nas graduações de jornalismo.

O educador no Brasil

A educomunicação é uma atividade sistêmica, de caráter estratégico, relacionada a alguns dos mais altos escalões comunicativos existentes na sociedade atual (KAPLÚN, 1999). Ela tem por meta criar, onde não existe, e manter, onde já há, além de modificar para favorável, onde for negativa, a imagem da educação junto aos seus públicos de prioridade.

Os objetivos permanentes dessa modalidade de comunicação são conscientizar a opinião pública de que a educação é uma excelente estratégia, e os profissionais envolvidos com ela têm consciência de que neles está sua maior força (KAPLÚN, 1999). Com o passar do tempo, torna-se possível fortalecer a credibilidade do método, obtendo noticiários favoráveis e sendo fonte natural de procura dos alunos. No país, o cenário atual é de uma competição acirrada, prevendo a reorganização estratégica das faculdades, que será permeada certamente por avanços tecnológicos (HABERMAS, 2002).

A valorização do conhecimento se torna cada vez mais importante e complexa, tornando mais flexíveis as diversas relações entre professor e aluno, de modo a intensificar cada vez mais os conceitos de cidadania dentro das salas de aula (HABERMAS, 2002). Há, também, implicada nos novos recursos tecnológicos, uma preocupação evidente com o meio ambiente, trazendo a responsabilidade social nas universidades como fator competitivo e, acima de tudo, a comunicação como ferramenta estratégica (CITELLI, 2004).

O perfil das universidades de hoje, engloba novos processos de gestão educacional, com a ampliação das fronteiras, uma vez que apenas a estrutura física não representa valor (HABERMAS, 2002). Portanto, temos, com o passar dos anos, uma quebra na massificação dos processos de produção de conteúdo, uma vez que há monitoramento das ações e um aumento do grau de participação dos educandos, promovendo redução dos níveis hierárquicos (KAPLÚN, 1999). Desse modo, têm se os conceitos necessários e básicos para tornar viável, constante e evolutiva a profissionalização completa de cada estrutura de comunicação (SOARES, 2000). Outro fator de extrema importância influencia na esfera da educação no Brasil é a opinião pública.

Ela se torna o principal alvo do trabalho das equipes que compõem a educomunicação integrada do país, na busca de eficiência nos processos de comunicação. Essa opinião pública é formada a partir de:

- Boatos e rumores;
- Regras dos grupos;
- Comunicação interpessoal;
- Líderes ou formadores de opinião;
- Meios de comunicação de massa.

Dessa maneira, tem-se certo tipo de resposta, sobre por que é importante e essencial se comunicar de forma eficiente, seja no âmbito da universidade ou fora dele (CITELLI, 2004). Uma vez tratada como público, a universidade também promove a formação dos indivíduos e, além disso, multiplica certos tipos de opiniões em seus diferentes ambientes (HABERMAS, 2002). A educomunicação no Brasil vem promover e estabelecer políticas e estratégias para a área de comunicação, formada por profissionais que trabalham inter-relacionados (KAPLÚN, 1999).

Papeis e funções da educomunicação nas universidades

Para Belloni (2001), a educomunicação auxilia na relação jornalística com a imprensa, na divulgação do produto ou serviço, bem como na organização de eventos. Isso ocorre também no sentido vice-versa, quando se trata de assuntos que se referem, por exemplo, à edição de artigos, boletins, jornais e revistas educativas (SOARES, 2000). Ele deve elaborar outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou de televisão, de acordo com a demanda da instituição em destaque (SOARES, 2000).

Além disso, controla o arquivo de informações divulgadas nos meios de comunicação, além de avaliar de modo constante e claro todos os dados provenientes do exterior da faculdade, que possam interessar aos seus dirigentes (SOARES, 2000).

Esse profissional participa, assiduamente, também, na definição de estratégias de comunicação (SOARES, 2000). É também considerado um importante papel da educomunicação o de estabelecer ações e estratégias que visem manter uma compreensão mútua entre uma universidade pública ou privada, e todos os grupos aos quais a instituição está ligada (SOARES, 2000).

Tal fato pode ocorrer tanto no modelo direto quanto também indiretamente (KAPLÚN, 1999). A meta é identificar problemas, apresentando soluções e melhorando razoavelmente o relacionamento entre os assessorados e cada um de seus públicos prioritários (CITELLI, 2004).

O educador deve e pretende, nesse contexto, criar, planejar e executar programas de integração, bem como promover o diálogo e desenvolver clima de boa vontade junto aos públicos prioritários (HABERMAS, 2002). Além disso, precisa integrar o assessorado na sociedade, coordenando eventos, realizando pesquisas e

participando na definição de estratégias de comunicação (HABERMAS, 2002). Desse modo, escolhem-se os veículos adequados para difusão da instituição na mídia (SOARES, 2000).

Há subsídios para planejar, entender, coordenar e administrar a publicidade, propaganda, campanhas e certos estudos mercadológicos que envolvem a universidade (FREIRE, 2005). A educomunicação também se configura, portanto, como um processo social e administrativo pelo qual indivíduos e certos grupos obtêm aquilo que necessitam (SOARES, 2000).

Visam também obter o que desejam, por meio da criação e da troca de produtos e valor com outras pessoas (CITELLI, 2004). Nesse contexto, a comunicação auxilia o marketing na relação com a imprensa, na divulgação do produto e na divulgação das emissoras da universidade ao público (KAPLÚN, 1999).

O objetivo da prática ou ação que é influenciar uma entidade ou instituição no sentido de abraçar uma causa, aprovar ou rejeitar uma ideia em projeto de lei (FREIRE, 2005). Acima de tudo, visa-se obter vantagens ou certos tipos de benefícios para grupos distintos (SOARES, 2000).

Considerações finais

O surgimento desse novo campo de mediações criando a inter-relação entre a educação e a comunicação abre pressupostos relevantes, que merecem algumas considerações. O artigo identificou características próprias e singulares relacionadas ao estudo da educomunicação como estratégia dentro das universidades e também em demais ambientes. Percebe-se, por exemplo, que é em certos espaços editoriais que se constrói a credibilidade (SOARES, 2000). Já o posicionamento da universidade nas mídias depende em parte da fonte credenciada para estabelecer essa modalidade específica de relacionamento (GOMES, 2003).

O educador é uma pessoa que tem opiniões próprias e que são sempre geradas pelo conjunto, que agrega em si a valorização do conteúdo disponibilizado (GOMES, 2003). Como visão essencial, percebe-se que é necessário consolidar identidade e imagem, estabelecer parcerias e tomar a imprensa sempre como aliada (KAPLÚN, 1999). O intuito sempre é promover uma cultura de comunicação eficiente no campo educacional (SOARES, 2000).

Nesse sentido, sabe-se que a clareza, e a rapidez são fundamentais, principalmente se caminham ao lado da exatidão, da visibilidade e de certa credibilidade dos fatos (FREIRE, 2005). A somatória de comunicação institucional com comunicação mercadológica fornece a base dos trabalhos, que também está na realização constante de pesquisas (FREIRE, 2005).

Ao educador no país caberá criar ou sugerir fatos e eventos que possam ocupar espaço na mídia ou produzi-los especialmente para que se tornem notícias (KAPLÚN, 1999). No que se refere às demandas que são necessárias para a presença de educadores no país, há a necessidade de uma visão sistêmica e estratégica (SOARES, 2000). O objetivo é apoiar as ações de comunicação e atuar na gestão de processos comunicacionais e culturais (KAPLÚN, 1999).

É preciso que o profissional de promova, em cada um de seus possíveis contextos, a tradução e interpretação da realidade, numa articulação em equipes multidisciplinares, possibilitando uma melhor análise do universo que nos cerca (GOMES, 2003). O planejamento deve ser estruturado de forma clara, objetiva e simples, sempre visando a maior coerência possível (SOARES, 2000).

As tarefas relacionadas à educação devem, também, incluir a filosofia e a postura que marcarão, de certa forma, o relacionamento da universidade com a imprensa (GOMES, 2003) e grupos envolvidos no processo de informação. Além disso, precisam valorizar a importância de se estabelecer processos de comunicação na busca de um efetivo relacionamento com a mídia e com a opinião pública, favorecendo os processos de maneira geral para todas as partes envolvidas no contexto (FREIRE, 2005).

As metas devem ser criadas a partir dos valores e da visão de cada universidade e servirão para guiar todas as atividades de comunicação que foram previstas no planejamento (CITELLI, 2004). Isso possibilitará, sem dúvida, o sucesso e a excelência da educação nas universidades (GOMES, 2003). É importante criar, portanto, objetivos gerais e específicos, para cada instrumento a ser sugerido e implementado posteriormente na educação do Brasil (KAPLÚN, 1999).

A educação no Brasil precisa levar em conta inúmeros parâmetros, relacionados, seja ao esforço de divulgação, seja ao processo de produção jornalística (CITELLI, 2004). Esse mecanismo deve integrar um conjunto amplo de instrumentos, incluídos no processo de inteligência educacional através dos tempos, em cada universidade, de modo específico (CITELLI, 2004). Os processos da

educomunicação devem ser, portanto, personalizados e flexíveis, de modo a adaptar-se às demandas de cada universidade ou segmento do mercado (KAPLÚN, 1999). A meta é considerar que os produtos, serviços e os públicos de interesse são, em geral, específicos, demandando atenção individual e customizada para melhor organização dos fatos (CITELLI, 2004).

Cabe, desse modo, que sejam constantemente visadas e elaboradas outras propostas intensas de discussão, pesquisa e estudo que se consolidem a respeito do tema da educomunicação e do ensino do jornalismo no Brasil, em tempos próximos. Assim, será possível agregar conhecimentos na área em questão, possibilitando novas construções em educação e, também, em termos de comunicação (KAPLÚN, 1999).

Referencias Bibliográficas

BELLONI, Maria Luiza. O Que É Mídia-Educação – in:**Polêmicas do Nosso Tempo**. Campinas/SP, ed. Autores Associados, 2001.

Bitencourt, Jossiane Boyen. **O que são Blogs?** Artigo (pós-graduação), UFRS . Disponível em: http://penta3.ufrgs.br/PEAD/Semana01/blogs_conceitos.pdf. Acessado em 19 Dez. 12.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 8ª ed. São Paulo. Editora Ática, 2004, revisto e atualizado.

DRETTA, Delia Crovi. Autoria, Desafios Atuais da área da comunicação. In CITELLI, Adilson Odair, COSTA, Maria Cristina Castilho, Org. **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo, Paulinas, 2011.

Educação como Prática da Liberdade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 41 ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2005.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no Jornalismo**. São Paulo/SP, Hacker Editores. Edusp, 2003.

HABERMAS, Jürgen. **A Inclusão do Outro**: estudos de teoria política. São Paulo: Loyola, 2002.

KAPLÚN, Mario. **Processos educativos e canais de comunicação. Comunicação & Educação**. São Paulo, USP, n 14, 1999.

LIMA, Carlos A. Mendes de. **Guia de implementação de projeto rádio escolar**. São Paulo, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Ensanchando territórios encomunicación/educación”, in VALDERRAMA, Carlos, **Comunicación&Educación**, Bogotá, Universidad Central, 2000.

OLINE, Folha. **Entenda o que é Podcast**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 20 fev. 2006. Disponível em: <
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>>. Acesso em: 18 dez. 2012.

OLIVEIRA, Silvia Sales de. **Software: reflexões para uma informática educativa**. Disponível em <
https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:QJY6BWSfU9sJ:www.cin.ufpe.br/~case/artigos/Outros/REFLEXOES%2520PARA%2520UMA%2520INFORMATICA%2520EDUCATIVA.doc+%22software+educativos%22&hl=pt-BR&gl=br&pid=bl&srcid=ADGEEShDqT2jxSi45rGn4E8RfGNysIXDXWC8e0AiSDkIS0LZsd7nleUAovFHKHJK61KEQQb-yS71OXP9Bhji0arZabfpeVYHmkgVABPjEI5uqs6EEJ_LeHNFwxBQTDD5-ObozJIxvgF7&sig=AHIEtbRnsaPZxGN7j0odhGg_nylXtyYTGw> Acessado em 18 Dez. 12.

SOARES, Ismar de Oliveira. Autoria, Educomunicação: um campo de mediações. CITELLI, Adilson Odair, COSTA, Maria Cristina Castilho, Org. **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo, Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo, Paulinas, 2011.

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