

MÍDIA-EDUCAÇÃO E PRÁTICAS ECOLÓGICAS: NOVAS POSSIBILIDADES DE VER E SENTIR O MEIO AMBIENTE NA ESCOLA

SILVA, P. K. ¹; ALVES, M.S. ²; ANGELO, G. A. ³ & SOUZA, A. N. ⁴

¹Professora efetiva doutora da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. priscila.kalinke@uemg.br; ²Jornalista, Mestra em Sustentabilidade Socioeconômica e Ambiental pela Universidade Federal de Ouro Preto e mestranda em Ciências Ambientais pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Secretária Municipal do Meio Ambiente de Frutal-MG. monicaalves.jornalista@gmail.com; ³Ecóloga e Mestra em Biologia Vegetal pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Educadora Ambiental da Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Frutal-MG. gercinaa@hotmail.com. Licenciada em Geografia pela UEMG – Unidade de Frutal, Pedagoga e Especialista em Docência do Ensino Superior. Educadora Ambiental na Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Frutal-MG. alinenunesgeo@hotmail.com

Artigo submetido em maio de 2020 - DOI 10.32356/exta.v21.n1.44030

RESUMO

Este artigo tem por finalidade publicizar as ações conjuntas do projeto Práticas Ecológicas, promovidas pela Secretaria do Meio Ambiente de Frutal-MG, e as atividades de mídia-educação, realizadas por alunos do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade Frutal. O trabalho foi desenvolvido em uma escola municipal da cidade, no segundo semestre de 2019, cuja a finalidade era promover uma educação ambiental, com a

realização de uma horta orgânica no espaço escolar, concomitante ao desenvolvimento de produtos comunicacionais que contribuiriam para a divulgação destas ações para a comunidade. A ação conjunta das crianças e dos acadêmicos de comunicação resultou em diversos produtos relacionados à horta, como produção de minidocumentários, fanzines, páginas em plataformas digitais e mascotes.

PALAVRAS-CHAVE: Educação e Comunicação. Educação Ambiental. Extensão Universitária.

MEDIA-EDUCATION AND ECOLOGICAL PRACTICES: NEW POSSIBILITIES TO SEE AND FEEL THE ENVIRONMENT AT SCHOOL

ABSTRACT

This article aims to publicize the joint actions of the Ecological Practices project, promoted by the Municipal Environment Secretariat, and the media-education activities, developed by students from the Advertising course at the State University of Minas Gerais – Frutal-MG. The actions were developed in a municipal school in the city, in the second semester of 2019, whose purpose was to promote an environmental education, with the realization of an

organic garden in the school space, concurrent with the development of communication products that contributed to the dissemination of these actions to the community. The joint action of children and communication academics resulted in several products related to the garden such as the production of mini-documentaries, fanzines, materials on digital platforms and mascots.

KEYWORDS: Education and Communication. Environmental Education. University Extension

1 INTRODUÇÃO

Considerando o contexto atual em que crianças e adolescentes se desenvolvem em uma cultura midiática e tecnológica, faz-se imprescindível a atualização de métodos pedagógicos mais coerentes com a contemporaneidade e, para além disso, que este público não seja apenas um receptor de conteúdo, mas também tenha oportunidade de produzir. A proposta deste projeto foi desenvolver trabalho extensionista em uma escola municipal na cidade de Frutal, a fim de divulgar o projeto piloto de educação ambiental promovido pela

Secretaria Municipal de Meio Ambiente da cidade por meio do desenvolvimento de uma horta em coletividade com os estudantes da escola. Pensando que nem sempre as escolas têm instrumentos e conhecimento técnico para produção de mídia, a proposta foi que os alunos da Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade Frutal (UEMG-Frutal), no segundo semestre de 2019, contribuíssem neste processo e também aproximassem as relações entre universidade e comunidade local.

Para tanto, os discentes do quarto período do curso Publicidade e Propaganda da UEMG - Frutal desenvolveram projetos de mídia-educação com objetivo de tornar as atividades desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente mais conhecidas pela população frutalense e produzir, em conjunto com as crianças, produtos de mídia com conteúdo relacionado à educação ambiental.

O projeto Práticas Ecológicas, de acordo com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, visa o desenvolvimento de uma educação ambiental sob o viés transversal com o processo dialógico e empregando-se a práxis por meio de dois pontos principais: a) implantação de atividades agroecológicas nas escolas (horta orgânica, compostagem, bioartesanato e jardinagem); b) Atividades de educação ambiental no Parque Ecológico Municipal. O escopo deste projeto se sustenta em três pilares: “cuidado, pertencimento e construção coletiva”. “Perpassa também na desconstrução de conceitos que nos distanciam um dos outros, do nosso habitat natural e do nosso compromisso de coabitantes do planeta Terra” (SOUSA, ANGELO, ALVES, 2018, p.2). O trabalho em parceria com a universidade se deu principalmente no primeiro ponto, isto é, a execução de uma horta orgânica e processo de compostagem em uma escola municipal da cidade de Frutal.

Neste sentido, os alunos de Publicidade e Propaganda desenvolveram uma série de materiais vinculados à mídia-educação a fim de proporcionar novos olhares aos estudantes da escola municipal sobre as atividades ecológicas desenvolvidas no local e contribuindo para uma visão mais atenta às possibilidades de produção de mídia na escola, atuando como ferramenta pedagógica e estímulo à atuação cidadã. Este artigo tem como finalidade apresentar os resultados deste trabalho extensionista, a partir da visão teórica sobre mídia-educação e dos produtos gerados dessa relação entre universidade e escola.

2 MÍDIA-EDUCAÇÃO: HISTÓRICO, CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

A interface comunicação e educação sempre existiu, são áreas que se retroalimentam sobretudo porque não há possibilidade de educar sem, necessariamente, se comunicar. Sobre isso, Fantin reforça que (2006, p. 28), “a comunicação é imprescindível para a educação, pois toda prática educativa é uma prática também comunicativa, a comunicação faz parte da educação e, neste sentido, ‘não existe educação sem comunicação’”. Paulo Freire (1970, p. 69) também reforça que “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam significação dos significados”.

Contudo, percebe-se que, com a ampliação do acesso às tecnologias digitais à população e às escolas, é mais nítida a relação que se compõem os meios de comunicação e o processo de ensino-aprendizagem. Até o início dos anos 2000, a televisão ocupou um espaço de destaque nas casas das famílias e foi responsável por (des) educar crianças e adolescentes, seja mediante a educação informal, seja como recurso pedagógico. Na contemporaneidade, com o crescimento geométrico das mídias e plataformas digitais, a multitela e a comunicação transmídia vêm modificando o hábito de consumo de mídias, transformando em uma atividade complexa e *multitasking*. Sobre isso, Fantin e Rivoltella (2010, p. 92) problematizam este novo perfil de consumo de jovens:

Trata-se indubitavelmente de um tipo de habilidade (fazer coisas simultaneamente) que pode ser entendido como um aspecto positivo dessas mídias sobre o dispositivo da cognição, mas, indubitavelmente implica também que a atenção não seja mais inteiramente garantida a qualquer coisa, deslocando-se superficialmente de um objeto a outro, segundo uma descontinuidade que é inimiga da reflexão e do aprofundamento.

Rivoltella (2008) sugere uma nova pedagogia no sentido da construção da cidadania que contemple as novas demandas exigidas pelo estudo da mídia na sociedade multitela, sobretudo pelo seu caráter midiático: “educar para as mídias significa educar para viver em liberdade e responsabilidade em um novo meio ambiente. Isso significa, evidentemente, a necessidade de pensar em uma nova pedagogia” (p.52).

Neste contexto, o papel da mídia-educação se torna mais relevante para o processo de ensino-aprendizagem, especialmente quando as novas tecnologias digitais entram no ambiente escolar de forma efetiva por estudantes e professores. Belloni (2009), no prefácio do livro “O que é Mídia-Educação?” apresenta alguns desafios para a mídia-educação, a saber:

- a) uma cultura midiática jovem, muito mais interativa e participativa;
- b) fronteiras menos precisas entre uma elite produtora de mensagens e a massa de consumidores típica de massa;
- c) novos modos de perceber o mundo e de aprender;
- d) novas formas de fazer política e significativas possibilidades democráticas.

Na visão de Belloni (2009), a integração da educação com a comunicação digital contribui significativamente para melhorar a eficiência do sistema educacional sobretudo porque além de se valer como uma importante ferramenta pedagógica, ainda é capaz de promover maior criticidade dos meios e pensamento crítico. Esse fator é relevante quando o educador consegue fazer esta leitura crítica da mídia em conjunto com estudantes em um formato pedagógico mais coerente com o contexto da geração. Contudo, faz-se relevante destacar que esta reflexão não é unânime entre educadores em virtude do poder que a televisão exercia sobre as crianças, adolescentes e na sociedade de forma geral à época em que emergiu esses estudos. Por esta razão a didática aplicada e a metodologia conduzida são fundamentais para o desenvolvimento crítico dos estudantes. Esta preocupação foi levada às universidades para que pesquisadores investissem mais tempo em se dedicar aos estudos sobre análise do discurso como uma forma de alertar os telespectadores, especialmente a partir da década de 1970.

Este contexto gerou, inicialmente, uma perspectiva da mídia-educação contrária aos meios de comunicação, se apropriando apenas do viés da crítica discursiva do conteúdo midiático, em especial a partir de textos de fácil assimilação do público como a “publicidade, a literatura popular, revistas em quadrinho, entre outros” (FANTIN, 2006, p.43). De acordo com esta autora, até hoje em muitas escolas persiste esta ideia de que a mídia é a grande responsável pelo declínio cultural da sociedade e, em virtude disso, há muita rejeição de professores em apropriar a mídia-educação no ambiente escolar.

A aproximação entre as áreas de comunicação e educação iniciou no país a partir de 1920 por meio da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro sob responsabilidade de Roquette Pinto, que visava estimular o interesse dos ouvintes pela educação e pela cultura mediante a programação desta rádio educativa (SOARES, 1999), embora a importância tenha se amplificado no momento em que a televisão se popularizou mais no Brasil. Os projetos desenvolvidos por Roquette Pinto ganharam mais força na década de 1960, quando o governo

colaborou com as ações propostas com a finalidade de reduzir o analfabetismo no país (SILVA e ROCHA, 2014).

Historicamente, o termo mídia-educação foi apresentado na França em 1973 pelo Conselho Internacional do Cinema e da Televisão (CICIT) com foco inicial na relevância em se tratar a comunicação midiática dentro do ambiente escolar, principalmente fazendo alusão à temática na condição de disciplina autônoma na prática pedagógica, ou seja, refletindo sobre aplicar os meios de comunicação no processo de ensino-aprendizagem escolar com crianças e adolescentes (SILVA e ROCHA, 2014). Cinco anos mais tarde, o CICIT ampliou o debate em dois sentidos, conforme Fantin (2006), a saber: a) considerar os meios da comunicação como produtores de cultura a partir da compreensão da mídia-educação em uma perspectiva mais histórica e criativa; b) pensar com mais afinco como uma disciplina escolar direcionada às crianças, aos jovens e aos adultos.

Neste sentido, os estudos de mediação também se alinhavam aos da mídia-educação. Para Orofino (2008, p.122),

A escola é um local profícuo de apropriação de mídia. O conteúdo midiático a que as crianças e os adolescentes têm acesso é trocado, debatido, discutido, confrontado em inúmeras experiências no cotidiano da escola, seja no pátio, na cantina, nos corredores, ou mesmo do lado de fora dos muros, nas calçadas, antes e depois da aula. A mediação escolar é aquela ação institucional planejada de modo participativo pelos professores a fim de que a escola tenha um espaço formal para que o debate sobre a mídia possa ocorrer de forma sistematizada, para além das mediações que informalmente já ocorrem no cenário escolar.

Posto isso, é possível, portanto, utilizar como ferramenta pedagógica para tornar aulas mais atraentes e produção criativa, mas também para servir de suporte para o processo de mediação que deve ocorrer no ambiente escolar de modo a tornar mais organizado o debate feito por estudantes sobre o conteúdo midiático, funcionamento como uma outra força que geralmente não coincide com o que o mercado deseja. Enfim, com todas estas possibilidades e qualidades, é possível mediante a mídia-educação “[...] educar para/sobre as mídias, com as mídias e através das mídias, por meio de uma abordagem crítica, instrumental e expressivo-produtiva” (FANTIN, 2008, p. 153).

Nesta pesquisa nos apropriamos do conceito desta interface na mesma perspectiva do Núcleo de Comunicação e Educação (CNE, online, s/d), isto é:

a construção de ecossistemas comunicativos abertos, dialógicos e criativos,

nos espaços educativos, quebrando a hierarquia na distribuição do saber, justamente pelo reconhecimento de que todas as pessoas envolvidas no fluxo da informação são produtoras de cultura, independentemente de sua função operacional no ambiente escolar.

Embora não existam muitos trabalhos envolvendo alunos do curso de Publicidade e Propaganda em atividades de mídia-educação, estes futuros profissionais podem contribuir no sentido de empregar sua linguagem, suas representações e outras abordagens para estimular o interesse e a prática em pautas de interesse escolar.

Como recurso pedagógico, a propaganda pode ser explorada não apenas a partir de seus aspectos contextuais, linguísticos, imagéticos, mas também sob novas abordagens que contribuam para o desenvolvimento de projetos. A vivência com a produção publicitária poderia proporcionar novas visões aos alunos. Eles poderiam produzir conteúdo e assim deixar o papel de receptor de lado, compreendendo quais as responsabilidades e funções que a linguagem publicitária exerce dentro da sociedade.

Na próxima seção serão apresentados os produtos gerados neste projeto, que vinculou a Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Frutal e a Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade Frutal, em uma escola municipal, no segundo semestre de 2019.

3 PRÁTICAS ECOLÓGICAS E MÍDIA-EDUCAÇÃO

Lima e Melo (2007) reforçam a importância do trabalho partilhado entre diversas instituições para a construção dos saberes da questão ambiental, sobretudo porque assim a sociedade vai aprendendo e percebendo a relação entre a vida dos sujeitos com a vida do planeta. É na interseção e no diálogo entre “pesquisa científica, o saber popular, a atuação de organizações da sociedade, a recente inclusão do setor empresarial ecologicamente responsável, os espaços educativos e a comunicação midiática que se vai delineando a construção social da questão ambiental” (p.171).

No projeto desenvolvido, houve esta interlocução entre escola, universidade e secretaria de meio ambiente, evidenciando a colaboração de diversos conhecimentos para a construção de novos saberes. Os encontros eram realizados majoritariamente às segundas-feiras na escola, onde os estudantes do terceiro ao quinto ano participaram de todas as fases da construção de uma horta orgânica em um espaço antes subutilizado na instituição.

Como supracitado, a Secretaria Municipal de Meio Ambiente construiu uma horta

orgânica em uma escola municipal de Frutal, apresentando aos estudantes todo o processo de preparação da terra, compostagem, plantio, os cuidados com a horta e a colheita das verduras. Os acadêmicos de Publicidade e Propaganda, neste processo, desenvolveram diversas atividades também em conjunto com os estudantes da escola, a saber: elaboração de fanzines; dois minidocumentários; podcast; site e mídias sociais¹. Para o desenvolvimento, foram coletadas as assinaturas dos responsáveis das crianças envolvidas dos termos de autorização de cessão de imagem e voz.

Figura 1 – Processo de preparação da terra e cultivo da alface.



Fonte: Participantes da pesquisa.

a) Fanzines

Fanzine significa “*Fanatic Magazine*”, que foi criado como possibilidade do autor/editor produzir uma publicação de caráter amador, sem seguir padrões estabelecidos pela mídia convencional. Aparece como alternativa de dialogar com um público que também tenha interesses comuns aos editores sobre o assunto abordado. De acordo com o Guia de Educomunicação (s/d, p. 40), a produção de *fanzine* tem as seguintes qualidades

- Permite a liberdade total de expressão;
- Possibilita uma diagramação que não segue padrões pré-estabelecidos, originando um estilo mais arrojado e diferente, muitas vezes passando a impressão de poluição visual;
- A preocupação essencial não é a de agradar um público-alvo específico, mas manifestar a vontade e o desejo de expressão do autor/editor;
- Permite o lançamento de cada edição apenas quando estiver pronta, não há

¹ Nesta seção optamos por apresentar de forma mais descritiva os produtos elaborados pelos participantes a fim de esclarecer o processo de construção e o resultado final dos materiais.

periodicidade fixa;

- Possibilita republicar materiais que o autor/editor julgue interessantes ou fundamentais para apresentar aos fãs de determinado assunto.

Durante uma das oficinas, os acadêmicos de Publicidade e Propaganda foram à escola e desenvolveram cinco *fanzines*, todos relacionados à horta. No material produzido, as crianças produziram desenhos, jogos, poesias, entre outros.

Figura 2 – Elaboração do *Fanzine*



Fonte: Participantes da pesquisa.

b) Minidocumentários

Documentário pertence ao gênero audiovisual. Para Penafria (1999, p.76) "O documentário não é um filme vazado de qualquer implicação. Ele sempre se posicionou como um gênero em que o essencial é estimular uma reflexão sobre o mundo". No projeto foi possível construir dois minidocumentários, com diferentes perspectivas.

O primeiro tratou de apresentar o Práticas Ecológicas a partir de olhares diferentes, isto é, com a realização de entrevistas com: as profissionais da Secretaria Municipal de Meio Ambiente da cidade, a diretora da escola, a secretária de Educação de Frutal, e a professora e coordenadora do projeto na UEMG.

O segundo documentário focou mais nas atividades internas do Projeto Práticas Ecológicas, com a coleta de depoimentos das executoras do projeto e os olhares das crianças que participaram ativamente na construção da horta. Na figura 03 é possível observar um pouco sobre este processo produtivo dos vídeos.

Figura 3 – Elaboração dos *minidocumentários*



Fonte: Participantes da pesquisa.

c) Podcast

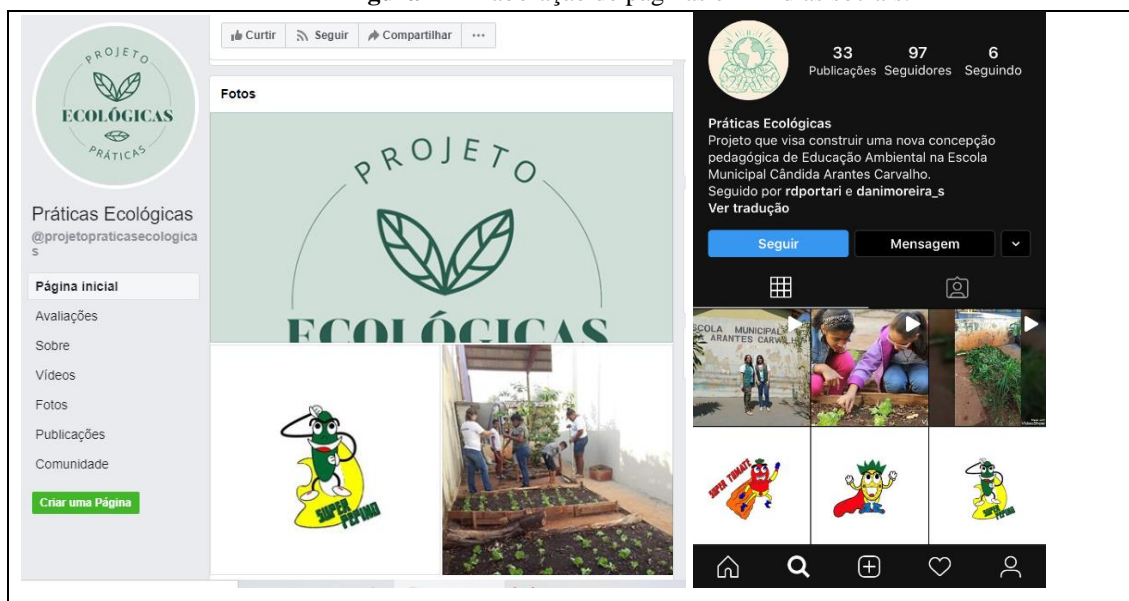
Podcast é um arquivo de áudio geralmente divulgado pelas plataformas digitais. Neste sentido, para Luiz e Assis (2010, p. 7), “os podcasts devem estar disponíveis publicamente na internet e facilmente acessíveis, pois uma das principais características do *podcasting* é a liberdade oferecida para o ouvinte poder baixar e escutar os programas disponibilizados quando quiser”. A produção do material contou com a mediação de dois acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda e a participação da Gercina Angelo e Aline Souza, que são as profissionais da Secretaria Municipal de Meio Ambiente que ministravam as oficinas na horta orgânica. O *podcast* também contou com a participação de um dos estudantes da escola, que contribuiu com sua visão sobre o projeto.

d) Site e mídias sociais para divulgação

A fim de auxiliar na divulgação do projeto Práticas Ecológicas, foram produzidos produtos em plataformas digitais: um site; um perfil no *Facebook*; um perfil no *Instagram*. A ideia era que estas plataformas fossem integradas para possibilitar o maior número de informações das atividades desenvolvidas dentro da escola, bem como as demais ações

conectadas ao projeto maior. Para tanto, o site direcionava para as mídias sociais, bem como integrava os documentários, as mascotes e o *podcast*. Este caminho é coerente com o cenário de convergência das mídias (JENKINS, 2009), que corresponde aos fluxos comunicacionais se interagindo em múltiplas plataformas, tal como o consumo migratório entre mídias realizado pelos interlocutores.

Figura 4 – Elaboração de páginas em mídias sociais.



Fonte: Participantes da pesquisa.

e) Mascotes

Para a construção das mascotes do projeto Práticas Ecológicas, os alunos de Publicidade e Propaganda foram à escola e solicitaram às crianças do terceiro ano do ensino fundamental para desenharem um personagem que se vinculava às ações da horta orgânica, em que participavam. É importante constar a importância da participação coletiva neste processo, sobretudo para proporcionar aos estudantes um papel protagonista nas atividades que envolvem a mídia-educação. Estas ações também podem ser desenvolvidas a partir da comunicação comunitária:

A área de comunicação e educação também tem uma relação próxima com a comunicação participativa e popular, ao passo que o diálogo e a participação são fundamentais para garantir seu processo e, também para a concretização da educomunicação, por estar em um contexto de contraposição da mecanização da comunicação (SILVA, 2010, p. 64).

A partir destes desenhos produzidos pelos estudantes, os personagens foram

vetorizados em *softwares* de edição, cujos resultados podem ser vistos a seguir, na Figura 05:

Figura 5 – Elaboração dos desenhos e mascotes.



Fonte: Participantes da pesquisa.

É preciso sempre reforçar a multiplicidade de possibilidades de exploração dos diversos dispositivos midiáticos em prol de processos educativos, não somente pelo seu viés utilitarista, mas principalmente como ferramentas potencializadoras e multiplicadoras de expressões de sujeitos integrantes de comunidades, muitas vezes, invisibilizadas pela mídia ou visibilizadas somente de forma estereotipada.

Neste sentido, o resultado deste trabalho permitiu vislumbrar expressões artísticas e linguísticas de estudantes e torna-las publicizadas, além de buscar a reflexão sobre questões ambientais de modo a materializar em produtos comunicacionais a partir de seus olhares. Durante a produção foi concedida a liberdade do ponto de vista estético e conceitual justamente para que as expressões fossem as mais autênticas possíveis.

No *fanzine*, as poesias e os desenhos mostraram o interesse dos estudantes pela horta e como se atentavam aos procedimentos técnicos e funcionais da produção orgânica. Nos minidocumentários e na produção do *podcast*, as expressões orais potencializaram discursos espontâneos, porém carregados de conhecimento sobre a temática ambiental, sobretudo sobre o projeto.

Chamou muito a atenção a seriedade e o comprometimento dos alunos na produção das mascotes, mostrando habilidades artísticas que contribuíram para a composição do site e das mídias sociais. Foi interessante observar que muitos desenhos vinculavam à figura do “super-herói”, reforçando o “poder” de uma alimentação mais saudável. É importante enfatizar a contribuição das professoras e da diretora da escola, fundamentais para a viabilidade deste projeto.

É importante sempre pensarmos na relação dialógica dos processos extensionistas, não no sentido de estender o conhecimento, mas de trocas e possibilidades de comunicação e diálogo, como afirma Freire (1970, p. 25):

Educar e educar-se, na prática da liberdade, não é estender algo desde a ‘sede do saber’, até a ‘sede da ignorância’ para ‘salvar’, com este saber, os que habitam nesta. [...] Ao contrário, educar e educar-se, na prática da liberdade, é tarefa daqueles que sabem que pouco sabem – por isto sabem que sabem algo e podem assim chegar a saber mais – em diálogo com aqueles que, pensam que nada sabem, para que estes, transformando seu pensar que nada sabem em saber que pouco sabem, possam igualmente saber mais.

De modo geral, essa interlocução entre os discentes de Publicidade e Propaganda e a escola é fundamental para pensar em produções comunicacionais com olhar mais inclusivo e reflexivo. Explorar a temática ambiental de forma prática também é importante para reforçar a relevância de campanhas publicitárias que tratam do assunto, mas, para além disso, que as ações por trás dessa divulgação sejam realmente instrumentos de mudança.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi tornar mais conhecido o projeto Práticas Ecológicas, promovido pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Frutal, e as atividades de mídia-educação na escola, realizadas em parceria com os acadêmicos de Publicidade e Propaganda da UEMG-Frutal. É importante enfatizar que, como vimos na citação supracitada de Freire (1970), um projeto extensionista vai além de estender os conhecimentos da universidade na comunidade local, sobretudo porque envolve relações dialógicas e trocas de saberes entre todos os envolvidos, não sobrepondo o conhecimento científico ao conhecimento popular. Pensando nesta perspectiva, foi possível observar a importância da integração e aprendizagem mútua entre as diferentes instituições e o contato entre os acadêmicos do ensino superior e os estudantes do ensino fundamental.

Comumente, o curso de Publicidade e Propaganda é visto majoritariamente como uma formação mercadológica e utilitarista. Portanto, projetos como este evidenciam o papel social que os futuros profissionais de comunicação exercem (ou devem exercer) junto à comunidade. Neste sentido, os acadêmicos também entram em contato com uma realidade que foge ao seu contexto e ampliam olhares sobre a comunicação popular e alternativa. Aos alunos da escola que nem sempre têm acesso aos equipamentos de comunicação, esta foi uma oportunidade de serem ouvidos e atuarem como protagonistas no desenvolvimento de produtos midiáticos.

REFERÊNCIAS

BELLONI, M.L. **O que é mídia-educação**. 3.ed. Campinas: Autores Associados, 2009.

FANTIN, M. **Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália**. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

_____. Do mito de Sísifo ao voo de Pégaso: as crianças, a formação de professores e a escola estação cultura. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papyrus, 2008. p. 145-171.

FANTIN, M.; RIVOLTELLA, P. C. Crianças na era digital: desafios da comunicação e da educação. **REU**, Sorocaba, SP, v. 36, n. 1, p. 89-104, jun. 2010.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

GUIA DE EDUCOMUNICAÇÃO: Conceitos e Práticas da Viração. Viração. Disponível em

http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/educucomunicacao/guia_de_educucomunicacao__viracao_2011.pdf. Acesso em 01 abr 2020.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, G. L.; MELO, T. Educação e Meio Ambiente. In: MELLO, S. S.; TRABJER, R. **Vamos cuidar do Brasil**: conceitos e práticas em educação ambiental na escola. Brasília, Coordenação Geral de Educação Ambiental: Ministério do Meio Ambiente, Departamento de Educação Ambiental: UNESCO, 2007.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais do...** – Caxias do Sul, RS, set. 2010. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em 01 abr 2020.

NÚCLEO de Comunicação e Educação. Site Institucional. Disponível em <http://www.usp.br/nce/?wcp=/aeducucomunicacao/texto,2,2,3>. Acesso em 31 mar 2020.

OROFINO, M. I. Ciranda de sentidos: crianças, consumo cultural e mediações. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papirus, 2008. p. 145-171.

PENAFRIA, M. **O filme documentário**: história, identidade, tecnologia. Lisboa: Editora Cosmos, 1999.

RIVOLTELLA, P. C. A formação da consciência civil entre o “real” e o “virtual”. In: FANTIN, M.; G., Gilka (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papirus, 2008. p. 41-56.

SILVA, P. K. A Educação Como Recurso Para A Educação Para Os Meios. Vidya, Santa Maria, v. 30, n. 1, p.61-69, jun. 2010.

SILVA, P. K.; ROCHA, A. A. Produção midiática no contexto escolar. **Koan**: Revista de Educação e Complexidade, n.2, p.26-36, jan.2014.

SOARES, I. Comunicação/educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Contato**, Brasília, DF, ano 1, n. 2, 1999.

SOUZA, A. N.; ÂNGELO, G. A.; ALVES, M. S. **Apostila Práticas Ecológicas nas Escolas Municipais de Frutal**. Secretaria do Meio Ambiente de Frutal, 2018.

YIRULA, C. P.; UMEDA, MIRAGE, G. O Uso da Publicidade Como Recurso Pedagógico: Reflexões à Luz da Educação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais do ...** Recife, 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1333-1.pdf>. Acesso em 31 mar 2020.