

Protagonismo Discente em Rede: o Aprendizado da Agência de Conteúdo Experimental Senac em Movimento

Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti
Nelson José Urssi

Nas últimas décadas tem-se observado o crescimento dos desafios no cenário educacional brasileiro. A complexidade reside não somente nos aspectos referentes à manutenção das instituições de ensino, mas em diversas esferas que englobam, principalmente, o aprendizado, seus principais atores - docentes e discentes – e a emergência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Há quase dez anos, a pesquisadora e docente brasileira Maria Aparecida Baccega alertava sobre o confronto entre a escola e a família, consideradas agências de socialização tradicionais, e os meios de comunicação, que se constituíam em outra agência de socialização, em termos de formação dos valores do sujeito e de configuração dos sentidos sociais. Segundo Baccega (2009, p. 19), “essa disputa constitui o campo comunicação/educação (educomunicação), que propõe, justifica e procura pistas para o diálogo entre as agências”.

Considerando a comunicação/educação como campo no qual se dá a interação entre essas agências, é fundamental vislumbrar a construção dos sentidos sociais, sua renovação ou ratificação, por meio do diálogo que se estabelece entre as agências. Inclusive, como já apontava Baccega (2009), a presença da mídia na cultura é tão representativa que o questionamento sobre o uso dos meios de comunicação no processo educacional parece superado, uma vez que a mídia pode ser reconhecida como outra agência de socialização pela qual também se constrói a cidadania.

O teórico colombiano Jesús Martín-Barbero também reconhece um ecossistema comunicativo no qual a circulação de conhecimento não se limita às agências de socialização tradicionais. Isso porque se consolida um ambiente de circulação de informação e conhecimentos múltiplos que vai além do sistema educativo que reconhece como elementos centrais e a escola e o livro (2014). E a descentralização da educação em relação à escola e ao livro vem acompanhada de uma percepção mais ampla sobre o próprio saber.

Mas as condições de existência nesse tempo, e de sua particular situação na vida, se veem transformadas radicalmente não só porque agora a escola tem que conviver com saberes-sem-lugar-próprio, mas porque inclusive os saberes que nela se ensinam encontram-se atravessados por saberes do ambiente tecnocomunicativo regidos por outras modalidades e ritmos de aprendizagem que os distanciam do modelo de comunicação escolar. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 83-84).

Soma-se ao entendimento dos “saberes-sem-lugar-próprio”, o dos saberes que perpassam a questão do ambiente tecnocomunicativo. Nesse sentido, Martín-Barbero não somente identifica a existência das TIC no processo de ensino-aprendizado, como aponta o distanciamento das modalidades e ritmos de aprendizagem do modelo de comunicação escolar.

De fato, nas últimas décadas tem-se observado a emergência de novas tecnologias em diversas esferas sociais, inclusive na escola. Sob essa perspectiva, um ambiente tecnocomunicativo permeado pelo reconhecimento das TIC como potencial agente de saberes em diferentes modalidades e ritmos permitiria a

mudança de cenários descritos pelo educador brasileiro Paulo Freire, por exemplo, em que “a educação se torna um ato de depositar, em que os educandos são os depositários e o educador o depositante” (2005, p. 66).

Assim, a dinâmica de oferecer aos educandos depósitos de conteúdos a serem recebidos, memorizados e repetidos favorece a concepção de uma educação denominada como “bancária”. Diferentemente dessa visão de doação do saber do educador para o educando, Freire alerta para a necessidade de protagonismo dos agentes: “Só existe saber na invenção, na reinvenção, na busca inquieta, impaciente, permanente, que os homens fazem no mundo, com o mundo e com os outros” (2005, p. 67).

Essa busca inquieta de aprendizado no mundo, com o mundo e com os outros, tal como mencionada por Freire, dialoga com a proposta de Baccega (2009), dos meios de comunicação como outras agências de socialização através das quais é possível se construir a cidadania, e de Martín-Barbero (2014), dos “saberes-sem-lugar-próprio” e que perpassam o ambiente tecnocomunicativo. Tais considerações também conversam com as proposições de Muniz Sodré, sociólogo brasileiro que, entre outras coisas, trata de mídia, comunicação e cultura nacional.

Em sua obra “Reinventando a Educação: diversidade, descolonização e redes”, Sodré faz considerações sobre o espaço e a cognição a partir da definição de lugar, local e comunidade, conceitos que, segundo o autor, demandam maiores precisões teóricas (2012, p. 73). Grosso modo, a partir de seus escritos, e suprimindo o debate entre os autores mencionados por Sodré, pode-se entender que lugar “é a localização de um corpo ou de um objeto, portanto é espaço ocupado” (p. 74), “é uma configuração de pontos ou de forças, é um campo de fluxos que polariza diferenças e orienta as identificações” (p, 75); local é o “espaço que apresenta ao mesmo tempo como receptáculo e continente, a exemplo dos dois espaços (*khora*¹ e *asty*) que integram na Antiguidade a co-

1 “*Khora* (palavra pertencente ao mesmo campo semântico de *khiros*, mão) é, primeiramente, o espaço das atividades agrícolas, essenciais à subsistência dos cidadãos, logo, filosoficamente conotado como espaço, embora mal definido, gerador de possibilidades capazes de caracterizar a ação humana como propriedade ou especificidade de um território”. (SODRÉ, 2012, p. 82)

munidade-Estado grega (*polis*²) (p. 82), “é uma condição pressuposta para a economia formal, esta que produz o valor mercantil” (p. 87); e a palavra comunidade está ligada ao *comum*, do *ser em comum* (p. 93). Inclusive, a este último conceito, Sodré associa o princípio da comunicação, já que “comunicar é a ação de sempre, infinitamente, instaurar o comum da comunidade, não como uma entidade agregada, mas como uma vinculação” (p. 94).

Partindo dessas especificações sobre lugar, local e comunidade, torna-se razoável considerar os “saberes-sem-lugar-próprio” uma referência análoga ao que Sodré chama de “ecologia dos saberes”.

Uma “ecologia dos saberes” capaz de rever a técnica e politicamente as hierarquias monoculturais do conhecimento poria necessariamente as tecnologias da comunicação a serviço das possibilidades de que os lugares e os locais de saber transitem socialmente, descentrando os espaços tradicionais de concentração do conhecimento. (SODRÉ, 2012, p. 222)

A expansão dos espaços tradicionais de concentração do conhecimento por meio de uma revisão promovida pela “ecologia dos saberes” leva-nos a reconhecer as TIC como importantes elementos em prol do saber. Isso porque a geração e a transmissão do conhecimento não estariam pautadas necessariamente em uma condição específica de localidade ou instituição, mas em todo o ambiente no qual se dão as experiências individuais e coletivas. Nesse sentido, o ecossistema comunicativo consolida-se como o ambiente no qual saberes de diversas naturezas se conjugam na criação e reconstrução de conhecimentos múltiplos.

2 “Atenas é, diferentemente, *polis*: nos termos de Aristóteles, uma ‘comunidade de lugar’: um espaço marcado por uma transcendência, por um sentido maior do que a da mera sobrevivência grupal, portanto, mais cosmo do que mundo”. (SODRÉ, 2012, P. 83)

Literacias de Mídia e Informação – MIL

Ainda com foco no processo de construção dos sentidos sociais no campo da comunicação/educação, os “saberes-sem-lugar-próprio” (MARTÍN-BARBERO, 2014) e a “ecologia dos saberes” (SODRÉ, 2012) vão ao encontro do que a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) vem realizando em termos de promoção de parâmetros norteadores referentes ao acesso e distribuição do conhecimento.

Em relação ao desenvolvimento de habilidades e competências, desde a década de 1980, a UNESCO vem promovendo uma série de ações, tais como redação de relatórios, documentos, recomendações, entre outros, que resultaram na proposição das *Media and Information Literacy* (Literacias de Mídia e Informação – MIL). As MIL permitem uma abordagem interdisciplinar da mídia e da informação para habilitar o indivíduo a lidar com dados viabilizados por diferentes provedores de informação e comunicação (UNESCO, 2016). Em uma das obras da UNESCO, as MIL são definidas como:

[...] um conjunto de competências que empodera cidadãos para acessar, recuperar, compreender, avaliar, utilizar e criar, bem como compartilhar informações e conteúdos de mídia em todos os formatos, usando várias ferramentas, de modo crítico, ético e eficaz, a fim de participar e se envolver em atividades pessoais, profissionais e sociais. (UNESCO, 2013, p. 17, tradução nossa)

Esse conjunto se traduz no “modelo de sete competências” publicado pela UNESCO (Wilson et. al., 2011, 2013), nas quais as competências são as seguintes: Competência de MIL 1 – a compreensão do papel das mídias e da informação na democracia; Competência de MIL 2 – a compreensão dos conteúdos das mídias e dos seus usos; Competência de MIL 3 – o acesso eficiente e eficaz à informação; Competência de MIL 4 – a avaliação crítica das informações e suas fontes; Competência de MIL 5 – a aplicação de formatos novos e tradicionais de mídias; Competência de MIL 6 – o contexto sociocultural dos conteúdos midiáticos; Competência de MIL 7 – a promoção das MIL entre os estudantes, além do gerenciamento das mudanças requeridas.

O “modelo de sete competências” contribui sobremaneira para a questão do acesso e distribuição do conhecimento nos dias de hoje. Aliás, a Competência de MIL 5 – a aplicação de formatos novos e tradicionais de mídias inclui, entre outras coisas, as novas mídias e mídias tradicionais e as oportunidades e desafios da internet. Assim, a mídia é reconhecida como agência de socialização e a comunicação em rede reconfigura a noção de comunidade, como preconiza Sodré, “não mais apenas em seus aspectos topológicos, mas em suas possibilidades de fluxos para as relações humanas requeridas pelo novo *socius*” (2012, p. 89).

Nesse contexto de multiplicidade de mídias e provedores de informação, agências de socialização tradicionais têm buscado maneiras de promover o aprendizado em relação às MIL. Com vistas ao aprendizado das MIL na educação básica, diversas escolas têm promovido mudanças no currículo para formação de professores, bem como para alunos da educação infantil (crianças com até cinco anos), do ensino fundamental (crianças de seis a 14 anos) e do ensino médio (jovens de 15 a 17 anos).

Nas instituições de ensino brasileiras (IES) é possível observar iniciativas relacionadas à mídia e informação nos pilares que compõe a universidade: o ensino, a pesquisa e a extensão. Neste capítulo, considerando o objetivo da publicação, de realizar um levantamento de experiências e processos de educomunicação, destaca-se o projeto Senac em Movimento, realizado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Administração Regional no Estado de São Paulo (Senac São Paulo) no campus do Centro Universitário Senac – Santo Amaro.

Senac São Paulo e Centro Universitário Senac – Santo Amaro

O Senac³ está presente no Estado de São Paulo com 17 unidades na capital, 34 no interior e litoral e quatro na Grande São Paulo, além de três campi universitários (um na capital e dois no interior) e dois hotéis-escola (Grande Hotel Campos do Jordão e Grande Hotel São Pedro). As unidades educacionais con-

3 Para mais informações: <http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=a724.htm&testeira=457>. Acesso em: 11 mai. 2018.

tam com laboratórios, equipamentos tecnológicos, bibliotecas e outros espaços para uso dos alunos e da comunidade. Segundo a instituição⁴ (p. 20), seus valores institucionais são os seguintes:

- Atitude empreendedora - estimular e valorizar o potencial empreendedor de alunos, professores e funcionários, de forma que inovem em suas carreiras e sejam capazes de transformar oportunidades em ações pessoais e coletivas, convertendo-se em protagonistas da sociedade, imbuídos de espírito democrático e cidadão;
- Busca da excelência - desenvolver o sistema de gestão organizacional voltado para a busca do alto desempenho e para a satisfação completa dos clientes, orientando seu portfólio para contemplar a complexidade do mundo contemporâneo;
- Compromisso social - comprometer-se cotidianamente com a construção de cenários sociais mais justos e solidários, com ênfase em tornar seus serviços e produtos acessíveis para todos os segmentos da sociedade, exercendo uma ação contributiva e promovendo relações pautadas em confiança com as comunidades em que atua;
- Desenvolvimento sustentável - reconhecer seu papel como instituição integrante do conjunto de organizações que devem apoiar ativamente o desenvolvimento sustentável das comunidades. Desenvolvimento sustentável é aqui entendido como a evolução integrada de fatores, como o econômico, o social e as questões relacionadas à qualidade de vida e ao meio ambiente, em igual dimensão;
- Educação para autonomia: possibilitar ao indivíduo o desenvolvimento de competências com fundamentação conceitual, conhecimentos científicos e tecnológicos, para que aprenda a entender, viver, conviver e agir, transformando sua vida e sua prática profissional e social, por meio da participação em sua comunidade.

4 Informações disponíveis em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/gac/Perfil_Institucional_Senac.pdf. Acesso em: 11 mai. 2018.

Tais valores encontram-se em consonância à missão do Senac São Paulo (ibid, p. 15), de proporcionar o desenvolvimento de pessoas, por meio de ações educacionais que estimulem o exercício da cidadania e a atuação profissional transformadora e empreendedora, de forma a contribuir para o bem-estar da sociedade.

Sob essa perspectiva, de proporcionar o desenvolvimento de pessoas no âmbito do ensino superior, sobressai o Centro Universitário Senac – Santo Amaro⁵. Inaugurado em 2004, o campus oferece mais de 40 cursos de nível superior (bacharelado e tecnólogo) e ocupa uma área de 120 mil metros quadrados com instalações distribuídas em uma planta que contempla dois prédios acadêmicos, 102 salas de aula, laboratórios temáticos, biblioteca, centro gastronômico, centro de convenções, centro esportivo, academia e praças de alimentação e serviços.

A Área 1 – Design, Arquitetura, Moda, Comunicação e Artes – reúne um número considerável de alunos e engloba os cursos⁶: Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo, Bacharelado em Audiovisual, Bacharelado em Design Digital, Bacharelado em Design Gráfico, Bacharelado em Design Industrial, Bacharelado em Design de Moda – Estilismo, Bacharelado em Design de Moda – Modelagem, Bacharelado em Publicidade e Propaganda, Bacharelado em Fotografia, Tecnologia em Design de Animação, Tecnologia em Fotografia e Tecnologia em Produção Multimídia.

Rede Catraca Livre

No imbricamento entre os cursos de Comunicação e Artes surgiu a oportunidade de realizar um projeto que englobasse a divulgação das atividades realizadas no Campus do Centro Universitário Senac – Santo Amaro em parceria com o

5 Para mais informações: <http://www.sp.senac.br/graduacao/campus/santo-amaro>. Acesso em: 11 mai. 2018.

6 Para mais informações: http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?template=2164.dwt&menu_ae=1&testeira=723&unit=NONE&theme=156&type=G&sub=0. Acesso em: 12 mai. 2018.

Catraca Livre⁷, plataforma idealizada pelo jornalista Gilberto Dimenstein que divulga cultura e oportunidades gratuitas ou a preço popular nos mais variados serviços em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro.

Em maio de 2014 foi divulgado o Edital 023/2014 – Seleção de Participantes para a Rede Catraca Livre, por meio do qual a diretoria da Pós-graduação e Extensão do Centro Universitário Senac tornava pública a abertura das inscrições para ingresso no Projeto de Extensão “Rede Catraca Livre Senac”. À época, o Catraca Livre buscava agrupar, em uma única plataforma, as novidades gratuitas do cenário cultural paulistano. Inicialmente, foram divulgadas as atividades do centro da cidade e, aos poucos, os equipamentos culturais paulistanos começaram a ter atividades divulgadas. Além das atrações da capital de São Paulo, faziam parte da divulgação as ações realizadas na região metropolitana de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Salvador, Recife, Fortaleza Natal e Manaus.

O primeiro edital disponibilizava 32 vagas para os estudantes regularmente matriculados em algum curso das áreas de Comunicações e Artes ou de Design e Arquitetura do Centro Universitário Senac. Após a divulgação do edital no mês de maio, deu-se início ao período de inscrição. As avaliações ocorreram em junho e, na sequência, foi realizada a seleção dos alunos por meio de dinâmica de grupo. Após essa etapa, os alunos selecionados participaram de palestras de capacitação. A partir de então, puderam atuar na produção de texto, em atividades presenciais e remotas, para a seção Senac disponível na plataforma Rede Catraca Livre. O objetivo da atividade era revelar personagens, tendências e projetos que inspirassem soluções comunitárias inovadoras, sustentáveis e inclusivas. A experiência foi positiva para o Catraca Livre e para o próprio Centro Universitário Senac, de modo que tal prática se repetiu no ano subsequente. Em abril de 2015 foi divulgado o edital 021/2015 - Projeto de Extensão “Rede Catraca Livre”, por meio do qual a Reitoria do Centro Universitário Senac tornava pública, mais uma vez, a abertura das inscrições para ingresso no Projeto de Extensão

7 Para mais informações: <https://catracalivre.com.br/brasil/>. Acesso em: 12 mai. 2018.

“Rede Catraca Livre Senac”. O edital de 2015 manteve o mesmo objetivo do edital do ano anterior e sinalizava que a proposta do projeto era orientar os alunos em sua produção textual, incentivando a pesquisa por conteúdos inovadores, culturais e acessíveis à população, e proporcionando ao aluno o exercício e desenvolvimento do trabalho criativo e da visão crítica. Naquele momento foram disponibilizadas 10 vagas para os alunos que preenchessem os seguintes requisitos: disponibilidade de, no mínimo, 16 horas; estar regularmente matriculado em algum curso do Centro Universitário Senac, entre o 2º e último período do curso; e ter habilidade de pesquisa que permitisse a busca de novidades na sua própria comunidade e a compreensão da relevância do conteúdo para a sociedade de forma mais abrangente.

Curioso observar que, embora as vagas no edital de 2015 estivessem destinadas aos alunos de todos os cursos, diferentemente do edital de 2014, os alunos selecionados enquadravam-se na Área 1. Desse modo, em 2015, o projeto contava com 13 alunos dos cursos Bacharelado em Design Gráfico, Bacharelado em Design Digital, Bacharelado em Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Produção Multimídia.

Ainda que o projeto apresentasse uma boa média de produção textual, com um processo apurado de pesquisa, cuidado na coleta de dados, dedicação para a escrita e atenção na revisão da produção, e contasse com o engajamento de docentes e discentes participantes, a iniciativa não abriu novas vagas. Sendo assim, o projeto foi encerrado em meados do ano de 2016.

A experiência na Rede Catraca Livre foi estratégica por uma série de razões, entre as quais se destaca o interesse dos alunos em pesquisar e divulgar iniciativas referentes aos acontecimentos culturais na cidade de São Paulo. Tal interesse foi o gérmen para que no mesmo ano em que foi descontinuado o projeto em parceria com o Catraca Livre fosse concebido o Senac em Movimento, projeto que previa o desenvolvimento de uma agência de conteúdo experimental.

Senac em Movimento – agência de conteúdo experimental

Em 2016 foi criado o projeto de extensão Senac em Movimento, uma proposta de agência de conteúdo experimental na qual a equipe participante pudesse

desenvolver o registro da vida universitária nos campus bem como explorar novas possibilidades para a divulgação científica. Além da experiência da Rede Catraca Livre, que apontou caminhos no que se refere à produção de conteúdo por alunos, é necessário registrar a importância de um programa piloto que partiu da equipe de coordenadores e professores.

No final do ano de 2014, foi levada a cabo uma proposta para a divulgação de trabalhos discentes dos cursos de graduação de Comunicação e Artes e Design e Arquitetura do Centro Universitário Senac. Os trabalhos apresentados foram desenvolvidos no segundo semestre daquele ano em disciplinas e oficinas, tais como de criação, projeto e produção, no contexto dos cursos Bacharelado em audiovisual, design, fotografia, produção multimídia, e publicidade e propaganda.

A exposição, em formato de vídeo, contou com 50 trabalhos discentes. Foram utilizados seis computadores iMac de 27 polegadas alocados em uma vitrine horizontal localizada em um espaço de fluxo de pessoas. Os vídeos eram compostos por pequenos documentários, animações, projetos de identidade visual, campanhas de publicidade e experimentações audiovisuais. O resultado da mostra, pequena se considerarmos todos os cursos do campus, foi o reconhecimento da qualidade das produções.

Assim, a realização da mostra de 50 trabalhos discentes em 2014 e do projeto Rede Catraca Livre de 2014 a 2016 culminou no esboço de um projeto dedicado à formação de alunos por meio de atividades extracurriculares, buscando o desenvolvimento de competências e habilidades ligadas ao cotidiano de uma agência que atua de maneira interdisciplinar na área da comunicação/artes.

Assim, em fevereiro de 2017 foi divulgado o Edital Nº 008/2017 - Projeto Senac em Movimento: uma Agência de Conteúdo, que tornava pública a abertura das inscrições do processo de seleção para participação no Projeto de Extensão “Senac em Movimento”, de acordo com as normas dispostas na Resolução Senac nº 17, de 21 de agosto de 2015. O Projeto Senac em Movimento pretendia desenvolver no Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro um núcleo de divulgação de conteúdo, informes, notícias, produções e entretenimento produzidos no universo acadêmico institucional.

A fim de colocar em evidência a qualidade das atividades da instituição e articulando o caráter pedagógico da iniciativa com o incentivo à pesquisa e à inovação em comunicação, a proposta do Edital Nº 008/2017 era convidar professores e alunos da graduação a produzirem conteúdos para diversos meios, tais como documentos, texto, fotografia e vídeo, dos diversos temas institucionais e acadêmicos do Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro.

Para concorrer a uma das vagas e ingressar no projeto em março de 2017, o aluno participante devia: cumprir uma carga horária de, no mínimo, 16 horas semanais, em atividades acordadas com o professor responsável; desenvolver pesquisas para aprimoramento do conhecimento nos temas previstos no projeto de extensão universitária; participar de seminários e atividades práticas orientadas pelo professor responsável; assistir palestras, encontros ou cursos sugeridos pelo professor responsável; apresentar relatório parcial e final com resultados alcançados; autorizar a utilização pelo Senac, por meio de documento comprobatório, para fins acadêmicos e de divulgação, textos, imagens, fotos, vídeos ou outros produtos gerados a partir do projeto de extensão universitária realizado, com citação de autoria, bem como os nomes e trabalhos dos alunos para fins de divulgação. Vale lembrar que nenhuma das atividades poderia ser desenvolvida no horário de aulas.

Ao final do processo seletivo, foram classificados 18 alunos dos cursos Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo, Bacharelado em Design de Moda – Estilismo, Bacharelado em Design Gráfico, Bacharelado em Publicidade e Propaganda, Bacharelado em Relações Internacionais, Tecnologia em Eventos, Tecnologia em Gastronomia e Tecnologia em Produção Multimídia. Para amparar a equipe discente, três professores estiveram à frente da formação do grupo, sendo dois coordenadores de curso (Bacharelado em Design Gráfico e Tecnologia em Produção Multimídia) e uma professora que ministra disciplinas ligadas a redação publicitária e produção textual, que havia participado do projeto Rede Catraca Livre nos anos anteriores.

A primeira etapa de atividades contemplou rodas de conversa com apresentações individuais e conversas informais. O objetivo foi promover o diálogo entre alunos de diferentes cursos e docentes, de modo que todos estivessem

à vontade para produções individuais e/ou coletivas. Em seguida foram definidas as habilidades de cada aluno e as áreas de atuação, o que gerou um arquivo com indicadores capazes de apontar o tipo de tarefa que seria mais bem executada por cada um. A partir dessa organização inicial de perfis, equipes e escalas de atuação, foi iniciada uma discussão sobre formas de divulgação das produções discentes.

Após a pesquisa de provedores de mídia e informação utilizados por diversas agências de conteúdo, os alunos indicaram que o digital seria o meio mais eficaz para dialogar com a comunidade acadêmica do Senac. Na ocasião, o grupo chegou a avaliar a possibilidade de criação de um site ou de um blog, mas foi identificado que a melhor maneira de gerar vínculo com alunos, docentes e parceiros era o Facebook. Assim, em maio de 2017 foi criada a página do Senac em Movimento no Facebook.

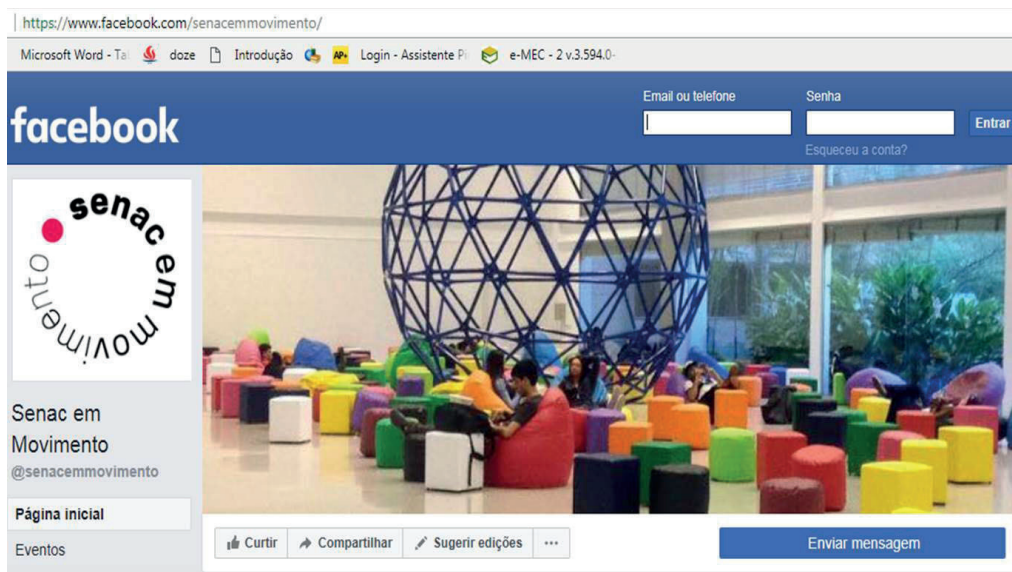


Figura 1: Página do Senac em Movimento no Facebook
Fonte: <https://www.facebook.com/senacemmovimento/>

O início das atividades no Facebook representou um desafio, pois os participantes do projeto faziam uso da plataforma de modo pessoal e não possuíam experiência para lidar com as configurações da página e funções administrativas. Detectada tal dificuldade, foram realizadas oficinas em grupo, nas quais os

alunos foram estimulados a navegar pelas configurações da página e, principalmente, utilizar as ferramentas de publicação.

Diante do aumento do número de atividades a serem desenvolvidas pela agência de conteúdo experimental, em agosto de 2017 a coordenadora do Bacharelado em Publicidade e Propaganda passou a integrar a equipe. Sua participação foi acompanhada de treinamentos para os participantes, cujo enfoque foi estratégias de comunicação e fluxo de postagem. Nesse mesmo mês, os participantes consideraram oportuno ampliar o diálogo nas redes sociais e criaram o perfil do Senac em Movimento no Instagram.



Figura 2: Página do Senac em Movimento no Facebook
Fonte: <https://www.instagram.com/senacemmovimento/>

Após seis meses de produção de conteúdo, foi divulgado o Edital nº 058/2017 – Projeto Senac em Movimento: uma Agência de Conteúdo, pois dos 18 alunos participantes, somente 5 seguiram em suas atividades. Uma análise sobre a descontinuidade revelou que alunos matriculados no 7º período (ou demais períodos posteriores) tinham dificuldade em seguir colaborando, pois aumentavam as demandas referentes à realização do Trabalho de Conclusão de Curso

(TCC). Outro aspecto interessante foi o interesse dos alunos realizarem estágio, mesmo após terem ingressado no Senac em Movimento e conseguido um desconto de até 20% no valor da matrícula. Ou seja, embora as atividades realizadas no âmbito da agência experimental de conteúdo dessem tanta (ou mais) autonomia e possibilidade de aprendizado que as ofertas de estágio fora da IES, alguns alunos acreditavam que a prática no mercado profissional valesse mais a pena.

Os aspectos do Edital nº 058/2017 (de setembro) eram os mesmos do Edital Nº 008/2017 (de fevereiro), havendo apenas uma diferença: a ampliação do projeto. No início, a agência se manteve no Campus Santo Amaro, mas em poucos meses profissionais e alunos do Campus Água de São Pedro e Campus Campos do Jordão se interessaram pela iniciativa. Desse modo, as vagas também contemplariam alunos dessas outras unidades, totalizando um grupo de discentes e docentes de três campi atuando na página do Facebook do Senac em Movimento.

Considerações finais

No cenário contemporâneo, as TIC exercem um papel importante em relação à formação dos sujeitos e configuração dos sentidos sociais. A emergência de novas tecnologias e a disseminação das redes têm impactado diversas esferas sociais, principalmente os ambientes tradicionais de aprendizagem. Nesse contexto de “saberes-sem-lugar-próprio”, uma nova “ecologia dos saberes” se faz necessária, tal como preconiza a UNESCO em suas escrituras acerca das MIL – Literacias de Mídia e Informação.

No campo da comunicação/educação (educomunicação) é realizada uma série de iniciativas voltadas ao diálogo e à participação, sobretudo em escolas que buscam diferentes perspectivas para os processos de ensino-aprendizagem tradicionais. Inclusive, reconhecendo que os avanços das tecnologias digitais permitem a interatividade, imersão, participação ou convergência de um modo ainda não abordado nesse campo (APARICI, 2014).

Sob a perspectiva da experimentação, o Senac São Paulo desenvolveu uma agência de conteúdo experimental no campus do Centro Universitário Senac

– Santo Amaro no ano de 2017. Após um ano de produção discente em rede, é possível afirmar que o projeto de extensão Senac em Movimento tem promovido a autonomia, o senso crítico e certas habilidades entre os alunos, bem como entre os professores participantes, conforme sinalizado no “modelo de sete competências” publicado pela UNESCO.

Referências

APARICI, Roberto. Introdução: a educomunicação para além do 2.0. In: APARICI, R (org). **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Revista Comunicação & Educação**, Ano XIV, Número 3, p. 19-28, set/dez 2009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43579/47201>. Acesso em: 05 mai. 2018.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na Educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Educação: diversidade, descolonização e redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

UNESCO. **Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional: Disposição e Competências do País**. Brasília: UNESCO; Rio de Janeiro: Cetic.br/Nic.br, 2016.

_____. **Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers** / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. Paris, France: Unesco, 2011. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

WILSON, Carolyn et. al. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores** / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

Sobre os autores:

Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2007). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2004). Coordenadora do Bacharelado em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Senac - Santo Amaro e da Pós-graduação em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais do Senac Lapa Scipião. Pesquisadora Associada do Observatório da Cultura Digital do Núcleo de Pesquisa para Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação - Escola do Futuro - USP. Pesquisadora filiada à Associação Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais da Educomunicação - ABPEducom. E-mail: fabianagrieco@usp.br

Nelson José Urssi

Doutor em Design e Arquitetura na FAUUSP (2017), Mestre em Comunicação e Artes pela ECA/USP (2006) e Graduado em Arquitetura e Urbanismo pela PUC Campinas (1986). É professor de graduação e pós-graduação no Centro Universitário Senac e Instituto Europeo di Design (IED). Coordena o Bacharelado em Design Gráfico no Centro Universitário Senac - Santo Amaro. Integrante dos grupos de pesquisa UrbX - mídias e design nas experiências do ambiente urbano e Cidade Conectada no Centro Universitário Senac, e os grupos Cidadania em rede no Brasil: aplicativos, serviços e práticas colaborativas online voltados ao social e à qualidade de vida e Processos de design, linguagem e inovação para a cidade no LabVisual FAU/USP. E-mail: nelsonurssi@gmail.com