

Convergência dos meios e educomunicação: um estudo de caso do episódio “Torcedores de times rivais”, do Quintal da Cultura

Marcele Aroca Camy

Rose Mara Pinheiro

Introdução

O objetivo deste artigo é refletir sobre a relação entre a convergência dos meios e a educomunicação. Para isso, a análise está focada no programa Quintal da Cultura, produzido e exibido pela TV Cultura, mais especificamente no episódio “Torcedores de times rivais”, por meio de três filtros: convergência, inteligência coletiva e segmentação, a partir dos conceitos de Henry Jenkins e de Ismar de Oliveira Soares.

Uma das principais preocupações da análise é entender a produção de conteúdos para o público infantil em um momento em que, segundo Gonçalves (2017), há uma gama quase infinita de possibilidades midiáticas a cada semana e uma rede de aparelhos nos quais podem ser encontradas ofertas direcionais aos diferentes interesses e tempos, que forçam a televisão a se desdobrar no

diálogo com um público ativo, que nasceu em meio à efervescência tecnológica e à expansão da internet.

[...] o tempo diário que as pessoas passavam consumindo mídia aumentou à medida que aumentavam as opções de meios de comunicação, mas essa expansão tinha como limite a quantidade de tempo que o consumidor médio passava ocupado com conteúdos de entretenimento fora do trabalho, da escola ou do sono. Diante de uma variedade aparentemente infinita, o consumidor médio estabeleceu o padrão de consumir entre dez e 15 canais de mídia. A programação da TV aberta ainda detém um grau maior de fidelidade, mas as principais redes de TV por assinatura estão atraindo uma fatia do bolo à medida que a fragmentação do público prossegue. (JENKINS, 2009, p.101).

É importante dizer que a TV Cultura é uma emissora de caráter público, pertencente à Fundação Padre Anchieta (de direito privado - criada por lei do Governo do Estado de São Paulo, que conta com dotações dos governos estadual e federal, e auxílio financeiro da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo). Ela é referência em produtos televisivos dedicados à criança e se destaca por fugir dos padrões comerciais, com uma programação alternativa, que visa à formação de espectadores críticos, com foco em cidadania e educação (GONÇALVES, 2017, p.598).

A TV Cultura também é considerada a emissora com a segunda melhor programação do mundo (entre 66 principais redes de televisão de 14 países, ficando apenas atrás da BBC One), conforme pesquisa realizada em 2013 (e divulgada em 2014) pelo Instituto Populus, sob encomenda da BBC (emissora britânica).¹ Mas “como utilizar o potencial de uma tecnologia audiovisual com fins educativos?”, já questionava Michele Mattelart (In CITELLI, 1999, p.151). E se le-

1 De acordo com a reportagem “TV Cultura tem a 2ª melhor programação do mundo, diz pesquisa”, publicada pela revista Exame em 31/01/2014. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/tv-cultura-tem-2a-melhor-programacao-do-mundo-diz-pesquisa/>> Acesso em 19 de abril de 2018.

varmos essa pergunta para um contexto voltado ao público infantil, pode-se supor que Jenkins (2009, p. 185) responderia: “Numa cultura de caçadores as crianças brincam com arco e flecha. Na sociedade da informação, elas brincam com informação”.

Educomunicação e Convergência

É nessa inter-relação entre os campos da Comunicação e da Educação que surge a Educomunicação, também conhecida como pedagogia da comunicação, didática dos meios audiovisuais, educação midiática, recepção crítica da mídia, educação para televisão, pedagogia da imagem, e educação para comunicação (APARICI, 2014).

Segundo Soares (2011), a Educomunicação inaugura um novo paradigma discursivo transversal, constituído por conceitos interdisciplinares. A busca do diálogo entre os segmentos

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, 2014, p. 15).

Isso significa que não se trata apenas de utilizar a comunicação como instrumento, como a TV e/ou redes sociais, como o próprio *Youtube*, para educar, mas que a comunicação se converta na “vértebra dos processos educativos”, como menciona Soares (2011) em referência a Mario Kaplún: educar pela comunicação e não para a comunicação. Trata-se da perspectiva da Comunicação Educativa como relação e não objeto, na qual “os meios são ressuscitados a partir de um projeto pedagógico mais amplo” (SOARES, 2011, p. 23).

Entre as áreas de intervenção da Educomunicação, definidas por Soares (2014, p. 18), a Mediação Tecnológica na Educação preocupa-se “com os procedimentos e as reflexões sobre a presença das tecnologias da informação e seus múltiplos usos pela comunidade educativa”.

Nessa área, o tripé comunicação, educação e tecnologia dialoga diretamente com a “cultura da convergência”, de Jenkins, à medida que estabelece e amplia a participação coletiva, promovendo o protagonismo e alterando significativamente o processo comunicativo.

Para Jenkins (2009), a convergência define transformações mercadológicas, culturais, tecnológicas e sociais e altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e os consumidores processam a notícia e o entretenimento. “A convergência refere-se a um processo, não a um ponto final”. (JENKINS, 2009, p. 43). Desta forma, a convergência midiática indiscutivelmente impacta na forma de produção e consumo dos meios de comunicação.

Se a nossa sociedade é mediada, é por causa da convergência e da conexão, porque todos os aspectos das nossas vidas são tocados pela mídia e porque mais e mais de nós temos a capacidade de comunicar nossas ideias por meio de múltiplos canais de mídia. (JENKINS, 2016, p. 216).

A partir de considerações de Levy (2007) sobre a inteligência coletiva, Jenkins (2009, p.30) enfatiza que a associação de recursos e habilidades de cada um pode ampliar o conhecimento de todos, inclusive das crianças.

Portanto, unir conhecimento, compartilhar e comparar sistemas de valores, formar conexões entre pedaços espalhados de informação, expressar interpretação e sentidos em relação a ficções populares e circular as criações por meio da internet, são habilidades que, segundo Jenkins (2009), tornam a criança com participação plena da cultura de convergência.

Outro conceito importante é o da segmentação ou *narrowcasting*, entendido como o deslocamento do enfoque do produto para o público-alvo, no qual se conhece o consumidor, para oferecer-lhe o produto correto. Assim, Mira lembra que os teóricos de marketing afirmam que segmentação

é uma estratégia gerada pelo desenvolvimento da demanda e pela percepção de que os consumidores têm a necessidades diferentes, cujo atendimento por produtos específicos pode ser, dependendo

do caso, mais lucrativo do que a atuação às cegas no mercado de massa. (MIRA, 2003, p. 248)

Mas além da visão econômica, vale considerar também a importância de padronização para determinadas situações e objetivos e ainda segmentação como resultado de “interação entre o caráter aberto da construção da identidade pessoal e coletiva, na modernidade” (MIRA, 2003, p.257).

[...] o advento do *narrowcasting* foi também motivado pela emergência de zonas de demanda social – mais ou menos amplas, dependendo de diferentes espaços geográficos e fatores sociodemográficos – sob medida para a produção de programas de TV capazes de atender os requisitos, preferências e gostos de segmentos específicos do público espectador. (BUONANNO, 2015, p. 78).

Buonanno (2015) admite que as plataformas *narrowcast* introduziram uma variedade alargada de escolhas e conteúdos. Trata-se portanto, de uma fragmentação do público e dos conteúdos produzidos pela mídia, que busca uma série de elementos para compor esse cenário e fazer com que ele se torne eficaz - economicamente e socialmente.

Esse movimento é mais um processo de convergência, que cria novas formas de lidar com nichos de mercados específicos, como o infantil. E quem fizer com qualidade e criatividade, aproveitará as oportunidades de mercado e comunicação direcionada.

Para Velozo (2008), trabalhos que abordam conceitos de posicionamento e segmentação têm uma literatura até profícua. Entretanto, faltam trabalhos com foco exclusivo ao mercado infantil, que segundo ele, decorre do fato desse público estar em pleno processo de desenvolvimento social.

Uma análise do episódio “Torcedores de times rivais”, do Quintal da Cultura

Um quintal com música, contos de histórias, literatura, folclore, fábulas e muitos outros elementos educativos. Assim é o “Quintal da Cultura”, um programa brasileiro, de gênero infantil, que existe desde 18 de abril de 2011.

Produzido e transmitido pela TV Cultura, de segunda a sexta-feira, às 8h30 e às 14h15, com maratona aos sábados, às 14h30. Seus conteúdos são disponibilizados em redes sociais, como *Facebook* e *Youtube*, neste último desde 14 de junho de 2011, conta com mais de 160 milhões de visualizações e ultrapassando o número de 100 mil inscritos.

O programa também conta com um *site* oficial no portal da TV Cultura e distribuição de DVD, com compilação de histórias, episódios, músicas e extras com informações dos personagens (GONÇALVES, 2017).

Os conteúdos ganham vida nas vivências dos irmãos Ludovico (interpretado por José Eduardo Rennó) e Doroteia (Helena Ritto); junto ao amigo Osório (Jonathan Faria, também responsável pela manipulação dos bonecos Quelôneo, um jabuti e da minhoca Minhoquias).

O Quintal da Cultura possui diversos quadros, com conteúdos variados e produções exclusivas no *Youtube*, como o *Vlog* do Quintal, no qual os personagens fazem vídeos para a plataforma digital.

Há sete anos no ar, o programa ganhou inclusive o prêmio de melhor programa infantil, em 2014, na categoria “Televisão” (ABC DO ABC, 2014), o que indica sua qualidade e aceitação pelo público-alvo e crítica especializada.

Os bons índices de audiência alcançados também são um fator a ser considerado, já que o formato ainda é único no país: os atores adultos interpretam personagens crianças em curtas esquetes, que vão desde interações diretas com a câmera até o diálogo com outros personagens de ‘carne e osso’, bonecos animados e bonecos estáticos. A atração tem conquistado o público infantil de diferentes faixas etárias, por apresentar um espaço lúdico no qual diversão e conhecimento contribuem juntos para a realização de uma das missões da TV pública brasileira – o seu caráter educativo. (GONÇALVES, 2017, p.599).

A preocupação pedagógica da série que, segundo Gonçalves (2017), pode ser percebida desde o roteiro até a atuação e interação com as crianças

telespectadoras, demonstra relação indissociável deste produto midiático com a Educação.

O episódio escolhido para esta análise é “Torcedores de times rivais”, um vídeo disponibilizado no *YouTube* em 5 de julho de 2017, com duração de 9’56”, com mais de 50 mil visualizações e mais de 680 curtidas, que já foi transmitido no canal aberto da TV Cultura.

A primeira consideração que se pode fazer é que, como afirma Jenkins (2009, p. 47), a convergência midiática impacta no modo como os meios são consumidos e “representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas”.

Além disso, durante todo o episódio, o roteiro e conseqüentemente os personagens fazem uso e referências de tradicionais e “novos” meios de comunicação: jornal impresso, celular, internet e televisão.

A estória se inicia com a personagem Doroteia lendo a manchete da capa do jornal impresso “Jornal do Quintal” (veículo fictício criado pelo programa): “Torcedores de times rivais de futebol brigaram violentamente durante o jogo”. Em uma conversa direta com o público, ela conta que, por meio da internet, os torcedores marcaram encontro fora do estádio. Dois deles brigaram e foram levados ao hospital com ferimentos graves.

Em seguida, entra em cena o irmão dela, Ludovico, com um celular na mão (lembrando que ambos os personagens são crianças), lendo em voz alta uma mensagem de texto que está escrevendo para um amigo, confirmando um encontro presencial para assistirem juntos a final de campeonato de futebol entre os times – também imaginários – “Gafanhotos Verdes” e o “Lombriga Futebol Clube”.

É a partir daí que se desenrola todo o enredo da estória, pois sendo aparentemente semelhante ao que Dorotéia leu no jornal, a menina assimila a manchete como realidade imutável, que se repetirá com o irmão. O que inclusive demonstra e/ou reforça nesse recorte fictício o poder da informação veiculada pelos meios de comunicação.

No entanto, o foco está na conexão gerada na construção do contexto: notícia veiculada em jornal impresso, jogo de futebol que será transmitido na TV, encontro marcado via celular. Todos os meios de uso e consumo das crianças-personagens.

Em menos de dois minutos do episódio, uma ampla convergência em diversos aspectos é apresentada ao público-alvo.

Os consumidores estão utilizando novas tecnologias midiáticas para se envolverem com o conteúdo dos velhos meios de comunicação, encarando a internet como um veículo para ações coletivas – solução de problemas, deliberação pública e criatividade alternativa. (JENKINS, 2009, p. 235).

Ao fim da estória, Dorotéia e Ludovico constatam que não é porque uma situação foi divulgada na imprensa que ela necessariamente vai se repetir sempre da mesma maneira. Os dois ficam aliviados ao perceberem que não haverá briga, pois nenhum dos amigos envolvidos tinha essa intenção e assim, todos assistem juntos ao jogo transmitido na TV: Ludovico, Dorotéia e Osório (amigo de Ludovico). É nesse momento, que o aparelho televisor aparece no episódio, tornando-se forte elemento de convergência de todo o conteúdo – TV aparecendo na internet; TV aparecendo na TV (quando à época de transmissão do episódio em referência); TV como meio de transmissão de jogo divulgado em jornal impresso e também subliminarmente mencionada em conversa via celular (quando na marcação de encontro para consumir determinado conteúdo). A mesma relação pode ser feita com jornal impresso que aparece na TV e internet (via YouTube); e do próprio celular, que apesar de ser um elemento mais comum na presença desses dois ambientes, não é menos importante na convergência do contexto apresentado.

Outro aspecto que se destaca no episódio é a escolha não velada de trabalho com inteligência coletiva, em forma de bônus. Ao fim do episódio aparece uma claquete com a palavra “briga” e, em seguida, cinco crianças conceituam a palavra e suas experiências, exemplificando e opinando sobre o assunto. Desta

forma, as crianças do vídeo, em conjunto, passam a construir um significado para a palavra, na junção dos relatos e afirmações fragmentadas.

O que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição do conhecimento - que é dinâmico e participativo -, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social”, (JENKINS, 2009, p.88).

Assim, a escolha de fazer esse momento separado da estória oferece um realce especial para a reflexão do tema, além de informações adequadamente direcionadas à faixa etária proposta pelo produto, atingindo relações que podem ser feitas na visão de mundo da criança, mesmo que generalizadas.

Com a presença de um aparato complexo de comunicações gerais em uma sociedade mediatizada, os saberes circulam na sociedade de modo acelerado, diversificado, a partir de fontes das mais variadas, e vinculados a objetivos muito diferenciados. Mais do que simples “saberes”, multiplicam-se dispositivos de mediação e circulação dos saberes. Em consequência, modificam-se as aprendizagens relacionadas a tais saberes. (BRAGA; CALAZANS, 2001, p.62).

É, portanto, por meio de um diálogo das crianças que aparecem ao fim do vídeo, com a(s) criança(s) que assiste(m) ao conteúdo, que se estabelece uma rede de construção do conhecimento sobre “briga”. O que lembra uma afirmação do educador Paulo Freire, em outro contexto, mas com pontuações também pertinentes ao assunto:

[...] educar e educar-se, na prática da liberdade, é tarefa daqueles que sabem que pouco sabem – por isso sabem que sabem algo e podem assim chegar a saber mais – em diálogo com aqueles que, quase sempre, pensam que nada sabem, para que estes, transformando seu pensar que nada sabem em saber que pouco sabem, possam igualmente saber mais. (FREIRE, 2017, p.25).

Já o terceiro ponto de análise é a segmentação do conteúdo em específico. O episódio é pensado e produzido com uma série de elementos voltados para o público-alvo. O cenário é criativo, atrativo e lúdico, com um quintal bastante colorido, vívido e cheio de elementos que remetem à infância, como bolas e quadro negro com desenhos infantis. O figurino também é de grande notoriedade, os atores são caracterizados de crianças, com roupas coloridas, meiões até o joelho e diversos adereços. Dorotéia apresenta-se com vestido de babado, colete, enfeites no “cabelo” (caracterizado como uma peruca verde) e um anel de plástico infantil, na mão esquerda da personagem; Ludovico, também com cabelo verde, tem um *blaser* cheio de flores e botões de tamanhos diferentes; e Osório chama a atenção em suas roupas listradas e xadrezes (um pouco mais formais que as dos demais personagens), e por usar um óculos branco, que inclusive ganha ainda mais destaque no rosto pelo fato de ele não ter cabelo - um estilo que remete à imagem estereotipada do menino “nerd” ou muito inteligente. Os sapatos de todos os personagens são estilo “clown” (de palhaço) e a maquiagem também é chamativa e faz a diferença na composição final.

Todos esses elementos criam um universo lúdico para atratividade do público infantil.

[...]o trabalho com os meios, tecnologias e produtos mediatizados sob a ótica da educação, desenvolve-se através de múltiplas ações, abordagens e reflexões. Trabalhando modos acurados de ver o mundo em sua diversidade social e jeitos de vivenciá-lo poeticamente, pela inclusão do imaginário e do simbólico, essa interface se propõe com diversidade, exigindo sempre muita sutileza na abordagem das interações. (BRAGA; CALAZANS, 2001, p.58).

Considerando que a capacidade de compreensão da criança muda entre um período e outro, e com base nos apontamentos de Velozo (2008), os conceitos do processo de desenvolvimento cognitivo servem para a compreensão do uso da variável idade como base para segmentação de mercado. Por isso, a preocupação estética, visual, de linguagem e conteúdo, de todo o episódio “Torcedores de times rivais”.

A linguagem e a dramaturgia dos personagens são outro ponto de interesse. Embora a linguagem seja enquadrada à compreensão do público infantil, é também ferramenta de aproximação e que, em nenhum momento menospreza a criança. Pelo contrário, opta-se logo no início do episódio por quebrar a “quarta parede” e dialogar diretamente com o público, em alguns momentos, de maneira tão bem colocada, que a personagem Dorotéia chega a fazer questionamentos e encenar com auxílio de recurso sonoro, o recebimento (induzido) de resposta do espectador ou telespectador – estabelecendo diálogo, aproximação, participação e valor no público-alvo.

Ao mesmo tempo e em trabalho conjunto com os demais elementos, a dramaturgia na interpretação dos personagens é o que dá o “tom” de ainda mais atratividade e personalidade do conteúdo. E também contribui para uma recepção ativa (com elementos que auxiliam na construção de sentidos) e sinalização de um outro espaço de convergência (do teatro ou discurso teatral, dos palcos ou ambientes presenciais, para a TV ou internet), lembrando que convergência não está voltada somente para transformação ou migração tecnológica, mas para um fenômeno que revoluciona o modo de encarar a produção de conteúdo, o que pode ocasionar consequências positivas de enriquecimento cultural e coletivo.

Considerações finais

Os resultados do trabalho apontam para uma reflexão acerca de como a mídia vem produzindo conteúdos para o público infantil. Desta forma, é possível descrever indícios dos caminhos que a educomunicação e a convergência têm utilizado e percorrido no meio televisivo. Assim, por meio deste conteúdo foi possível analisar e constatar inclusive quais e como são utilizadas determinadas ferramentas nas atuais práticas educacionais de um produto nacional, segmentado, que propicia trocas de informação, expressão e comunicação.

O episódio “Torcedores de times rivais”, do Quintal da Cultura, foi analisado pelos filtros da Convergência, Inteligência Coletiva e Segmentação. Abordando na ordem contrária, o produto cumpre sua função de conteúdo direcionado (*narrowcasting* ou segmentação), com ricos elementos que se complementam e dialogam, formando um ambiente atrativo, de qualidade e que oferece infor-

mação adequada ao público que se quer atingir. Isso é bastante significativo, pois é um produto infantil de referência, evidenciada em seus diversos aspectos, e que faz lembrar também que

[...] tanto as crianças como os professores vivem num espaço social mediatizado por mensagens televisivas, radiofônicas, jornalísticas, etc, capazes de provocar alterações nos comportamentos, criarem referências para o debate público, influenciarem na tomada de decisões, afim de revelarem muitas vezes, os próprios limites do discurso pedagógico. (CITELLI, 1999, p.140).

No quesito inteligência coletiva, a forma escolhida como apresentação e vivência da prática é o que se deve frisar. Um elemento essencial é que o episódio estudado proporciona um diálogo de criança para criança o tempo todo.

As personagens da série são todas crianças (embora interpretados por atores adultos) e as entrevistas finais são realizadas com crianças, que compartilham suas vivências, conhecimentos e opiniões para a formação de um conceito que, não é finalizado e determinado pelo emissor/produtor, mas fornecido de diversas maneiras para que o receptor forme sua opinião e conceito sobre uma teia de informações apresentadas (desde construção de palavras e sentidos, como atitudes, comportamento e valores ético-morais-educativos).

Esse diálogo de criança para criança propõe uma identificação, aproximação e empoderamento da própria criança. Isso também se reforça quando ela fala direto para câmera, segurando um microfone e dizendo o que sabe ou acha sobre determinado assunto. “Crianças estão ensinando crianças o que elas precisam saber para se tornarem participantes plenas da cultura da convergência”. (JENKINS, 2009, p. 249).

Com esse “gancho”, o aspecto convergência dos meios de comunicação, do episódio “Torcedores de times rivais”, entrelaça pontos e elementos, fazendo diferentes graus de conexão. Entre eles se destacam a convergência da internet, TV, jornal impresso e o próprio celular. Além das análises de fluxos migratórios e cruzamentos, observou-se uma proposital alusão insistente aos meios de comunicação tradicionais, como jornal impresso e principalmente a televisão.

O episódio inicia com a presença de um jornal impresso e finaliza com crianças sendo entrevistadas em um formato que remete ao telejornalismo convencional, incluindo objetos como a própria canopla (peça com logotipo da emissora de TV, que envolve o microfone da instituição) com logo do Quintal da Cultura, reforçando inclusive a marca do produto; quando poderia transmitir a mesma mensagem em outro formato, mas a opção fica clara e expressiva.

Jenkins (2009) fala que os velhos meios de comunicação não serão substituídos, mas terão suas funções e *status* transformados pela introdução de novas tecnologias. No entanto, ele também alerta para os riscos da migração, sem volta, de um espectador da televisão, por exemplo, para a internet.

A análise do episódio do Quintal da Cultura evidencia uma prática educacional à medida que relaciona a Comunicação, a Educação e a Tecnologia, transformando as crianças em protagonistas e enfatizando a convergência dos meios como uma ação que valoriza a participação, a aproximação e a apropriação do conhecimento.

Referências

ABC DO ABC. **Quintal da Cultura vence o prêmio APCA**. Disponível em: <<http://www.abcdabc.com.br/brasil-mundo/noticia/quintal-cultura-vence-premio-apca-23939>>. Acesso em 20 de abril de 2018.

APARICI, Roberto (org.). **Educomunicação, para além do 2.0**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2014.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e Educação**. Questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

BUONANNO, Milly. Uma eulogia (prematura) do broadcast: o sentido do fim da televisão. **Revista Matrizes**, v. 9 - Nº 1 jan./jun., p. 67-86, São Paulo: 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100674>>. Acesso em 23 de março de 2018.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e Educação**. A linguagem em movimento. São Paulo: Ed. Senac, 1999.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2017.

GONÇALVES, Jean Carlos. A Escola no Quintal da Cultura: Teatralidade em perspectiva dialógica. In: **Revista e-Curriculum**, São Paulo, v.15, n.3, p.594-614 jul./set.2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. Convergência e Conexão são o que impulsiona a mídia agora. Entrevista concedida a Priscila Kalinke e Anderson Rocha. In: **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. V. 39, n. 1, jan/abr. 2016. São Paulo: Intercom, 2016, pp. 213-219.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

MIRA, Maria Celeste. Cultura e Segmentação: Um olhar através das revistas. IN: SILVA, Ana Amélia da; CHAIA, Miguel (Orgs.). **Sociedade, Cultura e política: ensaios críticos**. São Paulo: Ed. São Paulo, 2003.

QUINTAL DA CULTURA. **Página Quintal da Cultura no Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/quintaldacultura/about/>> Acesso em 19 de abril de 2018.

_____. **Canal Quintal da Cultura no Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/quintaldacultura/about>>. Acesso em 19 de abril de 2018.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2014.

_____. Educomunicação: Um campo de mediações. In: CITELLI, Adilson Odaír; COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs.). **Educomunicação: Construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2011.

TV CULTURA. **Programa Quintal da Cultura**. Disponível em: <<http://tvcultura.com.br/programas/quintaldacultura/>> Acesso em 19 de abril de 2018.

_____. **Quintal da Cultura – Torcedores de times rivais**. Vídeo, 9’56’’. Publicado em 5 de julho de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lvokp9gn7LQ>> Acesso em 22 de março de 2018.

VELOZO, Andres Rodriguez. **Estratégias de segmentação e posicionamento direcionadas para o mercado infantil**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, 2008.

Sobre as autoras

Marcele Aroca Camy - Mestranda em Comunicação (bolsa Capes) pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), onde também integra o Grupo de Estudos de Educomunicação e se graduou em Comunicação Social – Jornalismo. A pesquisadora atua e reside em Campo Grande (MS) e possui ainda, MBA em Marketing e Vendas (Uniderp-Anhanguera) e especialização em Revisão de Texto (Universidade Cândido Mendes). E-mail: marcelearo-cao@gmail.com.

Rose Mara Pinheiro - Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), em Campo Grande. Possui Doutorado em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP, na área de Educomunicação, e Pós-Doutorado na Faculdade Cásper Libero (bolsa Capes). Jornalista formada pela Universidade Federal de Juiz de Fora/MG, com especialização em Educação e Comunicação pela ECA/USP, e mestrado em Processos Comunicacionais pela Universidade Metodista de São Paulo. Desde a especialização, tem-se dedicado aos estudos da Educomunicação. E-mail: rose.pinheiro@ufms.br