

Educomunicação nas organizações: breve compreensão teórica e prática de um cenário de saúde apresentado por experiências de executivos

Luara Spinola

Maria Gabriela Silva Martins da Cunha Marinho

Julio Francisco Blumetti Facó

Introdução

A Educomunicação nas organizações no Brasil nos apresenta um campo em transformação e inflexão, porém se considerarmos que é possível gerar ambientes educ comunicativos através de iniciativas que envolvam as pessoas em processos comunicacionais e de aprendizagem, em meio das questões essenciais às organizações, teríamos novas possibilidades de investigação científica.

O estudo parte da perspectiva de Soares (2009), que conceitua a Educomunicação como o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos, criativos, sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática para desenvolver práticas cidadãs.

Recorre aos fundamentos de Media Literacy, apresentado a vasta conceituação analisada por Potter (2010), a visão construída pela Conferência Nacional dos Estados Unidos da América de Liderança e a visão de Bauer (2011) que aborda a mídia como um fenômeno da comunicação social.

E relaciona as relações complexas em que as corporações estão envolvidas, em âmbito local e global, através de uma análise de um evento com cerca de 50 profissionais de diversas instituições de saúde.

1. Metodologia

O artigo consiste na apresentação de resultados intermediários da pesquisa referente à minha tese de doutorado, do Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC (UFABC), que evoluíram de pesquisas realizadas no mestrado (SPINOLA, 2013).

O levantamento bibliográfico foi organizado por conceito teórico, e, a partir de sua análise, foram elaborados ensaios que favoreceram sua contextualização, problematização e uma breve compreensão da situação atual a ser utilizada na investigação empreendida. Também, para a análise de um cenário real foi realizado uma pesquisa de campo, com metodologia qualitativa, que entrevistou uma estudiosa de educomunicação, consultora organizacional e pedagógica.

E, posteriormente, a pesquisa analisou também um workshop, organizado por uma Fundação de Saúde, que aconteceu no dia 28 de setembro, na APM – Associação Paulista de Medicina de Piracicaba, com foco na Saúde Integrada e Geração de Valor ao Paciente.

A Fundação de Saúde, atua na macrorregião de Piracicaba, e foi fundada em 2008 (ASSOCIAÇÃO I LUMINA, 2008) com intuito de promover a prevenção e minimizar os impactos do diagnóstico tardio dos oito tipos de câncer mais comuns. Recebeu, em abril de 2018, do Ministério Público do Trabalho (MPT) a destinação de R\$ 31,5 milhões, para a implantação de um hospital de prevenção, com uma unidade fixa e uma móvel, para realizar o rastreamento ativo organizado do câncer, dedicada ao atendimento médico de baixa, média e alta complexidade na referida especialidade médica, bem como para pesquisa, capacitação

e treinamento na área de saúde ocupacional. A verba é oriunda de indenização por danos morais coletivos, conhecido como caso Shell-Basf (JUSBRASIL, 2018). Com o recebimento deste aporte, precisou ampliar sua estrutura e, com isso, percebeu que para viabilizar este projeto com um atendimento de excelência e segurança aos pacientes, precisaria trabalhar em conjunto com todo o sistema de saúde público e suplementar da região. Caso contrário, os serviços poderiam se tornar ineficientes ou inacessíveis.

O evento uniu cerca de 50 pessoas, representando: secretárias municipais; duas Fundações de saúde; regionais de associações de operadoras e da indústria; operadoras de saúde, hospitais, farmácias, indústrias farmacêuticas, empresas de tecnologias, assessoria jurídica e comunicação; universidades; e indústrias da região. E contou com o apoio de uma consultoria de São Paulo para fazer a mediação de conteúdo.

A análise deste evento se propõe como uma tentativa de compreender um caso prático do cenário de saúde, através da execução de um processo que usa de princípios educacionais, para envolver os indivíduos em um novo ambiente gerenciado por ações que estimulem atitudes cidadãs, na dinâmica permanente de construção entre indivíduo, corporação e sociedade.

Foram coletadas as expressões destes participantes no evento que, em parte, representam o grupo. E também foi objeto de análise as discussões, com relação às expectativas destes profissionais e suas percepções dos resultados de saúde com relação a corporação que atuam, diante da situação do cenário brasileiro.

Se os sujeitos da pesquisa vão se transformar ou não com sua participação no processo educacional, não é objeto de análise. Obviamente, esperamos que, ao serem envolvidos, eles acabem de uma maneira ou outra refletindo sobre sua prática, no entanto, como esse não foi nosso objetivo principal, não selecionamos instrumentos para avaliar essa questão.

A pesquisa se caracteriza como pesquisa participante, pois houve interação de um dos pesquisadores com os outros sujeitos pesquisados, dentro dos grupos no workshop, como convidada do evento.

2. Breve compreensão teórica: da *media literacy* à educomunicação nas organizações

O conceito de *Media Literacy* manifesta-se como um processo relacionado ao comportamento humano, considerando uma sociedade mais envolvida e responsável com as comunicações e provoca no comunicador uma nova atuação, ainda mais eficaz. A Conferência Nacional dos Estados Unidos da América de Liderança em *Media Literacy* em convenção conceituou *Media Literacy* sendo: “a capacidade para acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens de formas variadas” (Aufderheide, 1993 *apud* Potter, 2010, p. 679, tradução nossa). E a Associação Nacional dos Estados Unidos da América de Comunicação apresentou que uma pessoa com competência de *Media Literacy* é aquela que:

entende como as palavras, as imagens e os sons influenciam o modo como os significados são criados e compartilhados na sociedade contemporânea, de ambas as formas sutil e profunda. Está preparado para atribuir valor e significado as mensagens da mídia e seu uso. (www.natcom.org *apud* Potter, 2010 p. 679, tradução nossa).

Vale aqui indicar a “nova comunicação” apresentada por Yves Winkin (1998, p.14), considerando que o antropólogo Ray Birdwhistell dirá um dia: “Não nos comunicamos, participamos da comunicação”. Nesta afirmação, ele tenta fazer compreender que a comunicação deve ser concebida como uma instituição social, em que o indivíduo participar dela tornou-se a *performance* permanente da cultura.

Bauer (2012) explicou que a mídia só é mídia se usarmos ou pensarmos sobre o seu uso, o que significa prática social da comunicação. Analisando a prática social na visão de Bauer e o conceito de comunicação para Winkin, vislumbramos a amplitude do termo ‘media’, que está diretamente relacionado com a construção da comunicação, sociedade e cultura.

E ao explorarmos um pouco mais a interpretação de Martino e Menezes (2012, p.12) do termo “Literacy”, em que apresentam que a tradução direta como “alfabetização para os meios”, pode ser uma postura redutora no sentido de preparar o indivíduo para lidar com os meios. Buscamos no campo da Educação o

sentido para “Literacy” e na perspectiva de Paulo Freire, segundo Fiori (FREIRE, 2012, p.13), alfabetizar é conscientizar.

Então, a visão de Martino e Menezes (2012, p.12) propõem como “competência midiática”, seguindo a proposta de Ferrés e Piestolli que dão a noção de “competência” para o desenvolvimento de articulações entre indivíduos e meios de comunicação – “seria o caso de dizer educação dos sentidos, com o significado mais amplo possível – uma meta-compreensão dessas articulações” (FERRES E PIESTOLLIS apud MARTINO; MENEZES, 2012, p.12).

Reconhecemos que a amplitude do tema *Media Literacy* nos desafia para um novo olhar sobre o conhecer da comunicação, e nos apresenta outros sentidos para seu significado e sua proposta. Em 2010, W. James Potter (2010) escreve um artigo sobre o Estado da *Media Literacy* com um mapa de suas possibilidades. São elas:

Pode ser tratado como uma questão cultural crítica (Alvarado & Boyd-Barrett, 1992), como um conjunto de ferramentas pedagógicas para professores do ensino fundamental (Houk & Bogart, 1974), como sugestões para os pais (DeGaetano, e Bander, 1996; Kelly, 1983), especulação ‘McLuhanesque’ (Gordon, 1971), como tema de pesquisa acadêmica na linha fisiológica (Messaris, 1994), na linha cognitiva (Sinatra, 1986), ou na linha tradicional antropológica (Scribner & Cole, 1981). Alguns escritores concentram principalmente na cultura, americana (Manley-Casimer & Lucas, 1987), britânica (Buckingham, 1990; Masterman, 1985), chilena (Freire, 1985), vários países e/ou culturas (Brown, 1991; Maddison, 1971, Scheuneman, 1996; Von Feilitzen & Carlsson, 2003), e mesmo na criação de sua própria cultura (Lopez, 2008). É um termo aplicado ao estudo de interpretação textual (Buckingham, 1998; Meyrowitz, 1998; Zettl, 1998), contexto e ideologia (Lewis e Jhally, 1998), da audiência (Buckingham, 1998). E também é usado como educação para a mídia (Sholle & Denski, 1994). (POTTER, 2010, p. 678, tradução nossa).

Essa reorganização do conhecimento para o *Media Literacy*, nos faz perceber o quanto a comunicação está presente, manipula e pode ser manipulada, participa da cultura e evidencia uma necessidade de aprendizagem. Uma aprendizagem que pode acontecer voluntariamente ou não, e que terá consequências diretas, indiretas, sistêmicas, evolutivas e contínuas. *Media Literacy* está presente nas organizações e na sociedade, assim como a comunicação e a cultura. E há ainda a capilaridade que amplia esta repercussão, ultrapassando limites controláveis e incrementando todo o ambiente com o inusitado.

Os estudos brasileiros deste novo campo de intervenção social que inter-relacionou comunicação/educação, ou Educomunicação, foi formalizado em 1996 pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – NCE/ECA/USP, através da pesquisa Projeto Perfil, realizada com 176 especialistas de 12 países da América Latina. (SALVATIERRA MACHADO in MARCONDES, 2009, p. 106).

Porém, o conceito da Educomunicação é ampliado na perspectiva de Ismar Soares (2009), que define como o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos, criativos, sob a perspectiva da gestão compartilhada e democrática para desenvolver práticas cidadãs. Além do conceito apresentado por *Media Literacy*, pois a Educomunicação inclui a gestão e cria um processo articulador, no sentido de ecossistemas comunicativos à prática cidadã.

Para tanto, Soares traz o conceito de ecossistemas comunicativos de Martín-Barbero (apud SOARES, 2011, p. 25-26) que garante que no novo momento da humanidade que vivemos, em que nos deparamos com um novo tipo de técnica, cuja peculiaridade reside em constituir o ingrediente estrutural da formação de um verdadeiro ecossistema comunicativo. Trata-se de um ecossistema emergente associado a uma nova economia cognitiva, a qual não apenas define o que é o conhecimento mas também especifica os modos como se dá a produção desse mesmo conhecimento.

Tratar cada elemento como parte constituinte de um todo, como visto na ecologia, faz parte da experiência social e do pensamento crítico necessários ao

indivíduo que está imerso. Os estudos de Vicente Romano também apontam neste sentido:

A ecologia trata das relações recíprocas dos seres vivos entre si e entre eles e seu entorno. Investiga as regras destas interações que, por natureza, produzem um equilíbrio autorregulador, o que se chama equilíbrio ecológico. (ROMANO, 2004, p.46, tradução nossa)

Romano complementa que a ecologia é um saber sobre as relações, interconexões, interdependências e intercâmbios (BOFF *apud* ROMANO, 2004, p.47, tradução nossa). E esta constante procura do conhecimento integrado, envolvendo os acontecimentos em que os indivíduos estão envolvidos que se dá o significado da compreensão da "globalidade" e das "partes" que a constituem. Ora, se esse ecossistema comunicativo de qualquer forma envolve o indivíduo e também pode sofrer interferências de acordo com as ações realizadas, inclusive as educacionais, e com os conhecimentos individuais; e ele é um emaranhado de relações recíprocas dos seres vivos entre si, entre eles e seu entorno; não podemos descartar a presença das organizações para produzir este equilíbrio.

Neste contexto, o ponto que iremos considerar aqui como diferencial para a Educomunicação, é que ela pretende gerenciar, de forma democrática e compartilhada, comunicações que nos envolvem diariamente e trabalha-las de forma planejada para realizar um conjunto de ações com intuito de desenvolver práticas cidadãs, no sentido de criar e de fortalecer ecossistemas comunicativos abertos e criativos.

Para aprofundar os estudos de Educomunicação no Brasil, os estudiosos criaram áreas de atuação de pesquisa e exploraremos aqui a nomeada como "gestão da comunicação nos espaços educativos" (SALVATIERRA MACHADO *in* MARCONDES, 2009, p. 106). Considerando que estes espaços também envolvem as organizações e na tentativa de ampliar a repercussão das ações educacionais realizadas no sentido da criação de ambientes.

Conforme entrevista realizada com a Profa. Liana Gottlieb (SPINOLA, 2013), ela nos declara que, em sua vasta experiência organizacional sempre trabalhou

com adultos, ora em organização ora no ambiente acadêmico, e desta forma as crianças indiretamente são atingidas, porque muitos são professores e pais. E que apesar de hoje as corporações ainda não encararem o aprendizado como um processo profissional no ambiente não acadêmico, ele acontece de forma dialógica e também discursiva. A intenção da Educomunicação é mudar o ambiente, tornando-o mais crítico e construtivo, mesmo que este seja o ambiente da corporação. E existem alguns casos que geraram bons resultados e que marcam a tradição de algumas empresas. Existem também outras situações que poderão ser remodeladas de forma oportuna para propiciar a leitura crítica dos meios e ações educativas para fazer comunicação, como por exemplo: treinamentos, fale com o presidente, balanço social, participações dos funcionários com sugestões de melhorias e media training. E ainda outros casos que muito em breve serão repensados, porque atualmente as empresas estão mais preocupadas com o social, e buscar e tratar o ser humano são práticas valorizadas atualmente.

Compreendendo que essas ações são processos de aprendizagem, seriam partes fundamentais nesta construção a geração de vínculos sociais e cultura, e os ambientes que foram envolvidos e se tornarão propícios para ensinar a ler o mundo em que vivemos, por isso entendemos que o intuito do campo de Educomunicação na visão de Soares, não são restritos à públicos específicos e nem às organizações. E estas noções vão ao encontro do que abordamos para os processos de aprendizagem em ambientes comunicacionais corporativos.

Compreensão prática de um cenário de saúde apresentado pela troca de experiências de executivos

Vimos que temos uma sociedade como sua comunicação o é, assim como a cultura. E se a comunicação é o ambiente no qual construímos a realidade, faz sentido não termos uma única realidade, a verdade, pois neste caso a comunicação, que pode acontecer, naturalmente ou de forma gerenciada, pode construir muitas realidades e com muitos interesses diferentes. Retomamos para isso, para compreender um cenário de Educomunicação no ambiente corporativo, através de depoimentos apresentados por participantes, que representam corporações de saúde, em um evento.

Na primeira parte do evento, os palestrantes se apresentam como parte de suas respectivas corporações, e também em nome do propósito da Fundação, organizadora do evento. Em seus discursos introduzem o valor e a importância às ações voltadas à cidadania e as relações entre indivíduos, colocando a promoção da saúde e do bem-estar das pessoas como ponto principal do encontro e o motivo de diálogo entre os participantes.

Conforme palestrante 01, da empresa de tecnologia:

“[...] Saúde é o mais importante! Com todo o dinheiro do mundo eu não consigo resolver meu problema de saúde. Isso me dói! Me dói ver tanta inteligência jogada para algo que deveria ser apenas uma moeda e se transformou em valor. Nós temos uma missão: colocar as coisas no lugar certo. Saúde é o nosso principal órgão. Quem tem um filho ou quem tem um pai ou quem tem um amigo ou quem passa por uma doença importante, fica fora de participar do trabalho, começa a perceber o valor de ser digno [...]”

E, na sequência, a palestrante 02, organizadora do evento, da Fundação, explica sobre a instituição e relata o motivo do evento:

“[...] Se a gente não tiver conexão com essa rede (de saúde que já existe), não vai acontecer nada. (...) E porque o câncer é interessante? Porque ele vem junto com preconceito, ele vem junto com o paradigma da morte e ele vem junto com algo que coloca a pessoa diante do finito. Então esse é o maior agente transformador de todos [...]”

Já o palestrante 03 traz um exemplo, desenvolvido em uma outra fundação de São Paulo:

“[...] o que a gente desenvolveu é baseado na relação médico e paciente e na relação profissional de saúde com o paciente. Eu acho que essa relação com o pilar de toda a tecnologia que a gente está aqui a discutir, ela consegue sim, derrubar os muros das instituições

e construir as pontes que a gente precisa construir para que essas idealizações consigam se tornar realidade [...]”

O palestrante 04, secretário municipal de saúde, coloca as condições financeiras em jogo:

“[...] O poder público a cada dia tem menos recursos para que a gente possa conduzir os pacientes, e a iniciativa privada também [...]”

A palestrante 02 retoma e explica o princípio da Fundação:

“[...] nenhum paciente dentro da Fundação tem que desembolsar 1 centavo. Eu acho que tirar o fator dinheiro da relação médico-paciente faz com que nós estejamos limpos, inteiros e íntegros nessa relação [...]”

E para finalizar esta primeira parte, o consultor no papel de mediador, apresenta os números da doença no Brasil e no Mundo e contextualiza:

“[...] há uma sensação de urgência com tudo isso que tem acontecido, em saúde de forma geral, mas também uma sensação de otimismo. Uma sensação de que você é responsável, você, pessoa física é responsável, tem um papel fundamental nisso e tem muita coisa acontecendo e esteja pronto [...]”

O aprendizado se constitui pela interação do indivíduo com o meio físico, organizacional, histórico e social, considerando toda a complexidade da vivência em conjunto e do sistema vivo. Envolvidos nestes sentidos, surge a consciência humana, que Fiori relata sobre a Pedagogia do Oprimido de Paulo Freire. A consciência é:

a presença que tem poder de presentificar: não é representação, mas condição de apresentação. É um comportar-se do homem frente ao meio que o envolve, transformando-o em mundo humano. Absorvido pelo meio natural, responde a estímulos; e o êxito de

suas respostas mede-se por sua maior ou menor adaptação: naturalizar-se. (FREIRE, 2012, p.17).

O contexto apresentado diretamente relacionado com as questões prioritárias de desenvolvimento sustentável, conforme Agenda 2030 (ONU, 2018), de importância crucial para a humanidade e para o planeta, propõe um ambiente para estimular os indivíduos a se comportarem na tentativa de transformar em mundo humano.

Como estratégia para proposição de um ecossistema, na tentativa da discussão coletiva e abordagem educacional, foram sugeridos aos participantes 08 grupos de trabalho: Educação, Capital Humano / Cultura, Processos e Riscos, Tecnologia, Recursos e Infra, Governança, Gestão de Mudança e Comunicação. Esta formação ocorreu no período da tarde, com a tarefa de responderem 3 questões: com uma visão do diagnóstico, qual a principal criticidade do grupo? Como transpor / mitigar? E quais lideranças devemos engajar?

Soares (2011, p. 18) argumenta que: (...) o eixo das relações comunicacionais entre pessoas e grupos humanos converte-se no hábitat natural da educação. Sua função é a de qualificar tais relações a partir do grau de interação que for capaz de produzir. Conceitos como democracia, dialogicidade, expressão comunicativa, gestão compartilhada dos recursos da informação fazem parte de seu vocabulário.

O processo democrático de integração e percepção de necessidade de trabalhar as dependências das relações, a obrigatoriedade de troca de informações nos processos e a definição de direitos e deveres institucionais, profissionais e pessoais foi sendo evidenciado em cada grupo humano.

A proposta permitiu ao grupo dialogar sobre os problemas para entregar comunicação e pensar cidadania. O ato de ouvir, compartilhar e somar se viu muito fortalecido, possibilitando aos participantes conhecerem as histórias de vida e as experiências individuais. Tudo isso, gerou a possibilidade de perceberem novas iniciativas, que vão além do planejamento corporativo, e que, em alguns casos, são gerados na emoção e na oportunidade destes ambientes educativos que foram formados.

Antes de iniciar as apresentações, o mediador diz que a sensação de desconforto visto nas mesas é natural por estarem diante do novo e que isso é positivo, contribui para a geração da inovação. A provocação dos temas, que não necessariamente, tem relação com seu papel profissional ou da corporação que atuam promove a interação em uma perspectiva cidadã.

De certa forma, os grupos perceberam a necessidade desta integração, assim como com os outros grupos, e o resultado dependia desta inter-relação. Ou seja, o ecossistema estava presente e envolvia.

A criatividade e a emoção tomaram conta dos relatos de cada grupo. E todos, de certa maneira, priorizaram o valor aos seres humanos. Foi assim no relato do grupo de Educação, que dizia:

“[...] Educação, como base, é conseguir levar para as pessoas informação, mas essa informação tem que ser efetiva e afetiva. Porque educação é cuidado e cuidado é amor. (...) Quando estamos falando de câncer, talvez em primeiro lugar é conseguir entender as pessoas que vivem do nosso lado, que tem costumes diferentes, hábitos diferentes, pensam de uma forma diferente e esse é o nosso invisível. E o primeiro passo da Educação é colocar esses agentes comunitário para entender o que essas pessoas que estão ao nosso lado compreendem sobre fatores de risco, proteção e câncer, aí a gente começa a falar sobre Educação. (...) E um segundo passo Educação nas escolas [...]”

Na apresentação do grupo do Capital Humano / Cultura:

“[...] A palavra chave agora é mobilização, quando você mobiliza, ela está executando, fazendo, realizando, na parte da educação. (...) Olho no olho. [...]”

E no grupo de Processos e Fluxos que destacou para:

“[...] Como posicionar a instituição em relação a demanda? (...) Qual é a demanda que eu vou receber e qual é a demanda que eu vou devolver? E quais são os critérios que eu vou usar [...]”

E assim os grupos se envolveram e foram envolvidos na complexa relação entre a cultura, a comunicação e a corporação e compuseram um cenário de trocas de conhecimentos e gerações de vínculos, enfim, eles participaram, voluntariamente ou não, com aparatos tecnológicos ou não, dos fluxos comunicacionais e de aprendizagem. E isso resulta em otimismo.

O grupo de Tecnologia afirmou que tudo era viável através das ferramentas que existem hoje. Recursos e Infraestrutura valorizou em primeiro lugar as pessoas, participantes desse processo, e a relação de confiança.

Já os grupos de Governança e de Gestão de Mudanças se uniram na tentativa de delimitar as funções e os limites da autonomia e pensando em formas de ter uma comunicação eficaz. Complementando, o grupo da Comunicação concluiu mostrando que todos os grupos falaram de comunicação, também como forma de integração, e que o envolvimento gerado ali pela emoção afeta.

Pelos relatos apresentados, as trocas ocorridas abandonaram as formalidades e a timidez inicial para se realizarem de maneira verdadeira; provocando dúvidas, lágrimas, sorrisos e a vontade em muitos de seguir atuando.

Este ambiente proporcionou aos participantes práticas sociais comprometidas com as relações humanas. Assumindo uma única instituição, no caso a Fundação, e deixando as empresas que cada participante atua em outro plano – sem divulgar e identificar seus produtos, interesses comerciais, marcas etc. Eram seres humanos em relação com outros seres humanos que estavam preocupados em como trabalhar a prevenção e o diagnóstico precoce do câncer na região de Piracicaba.

Considerações finais

A pesquisa revela que há indícios de que ao analisar os processos de comunicação de uma organização, na perspectiva do profissional, podem ser identificados ambientes educacionais, que não necessariamente se justificam pelos seus fins institucionais.

E que, por outro lado, em uma organização, quando os profissionais estão conscientes de sua responsabilidade com a sociedade, podem surgir novos

espaços corporativos que estimulem propostas educacionais, inclusive, de forma inovadora.

Em ambos os casos, em que estas ações acontecem em consonância com as áreas de importância crucial para a humanidade e para o planeta (Agenda 2030-ONU), mesmo que sem pretensão, as corporações possivelmente ganham repercussão positiva em sua imagem àqueles que forem afetados e envolvidos.

Referências

ASSOCIAÇÃO ILLUMINA. Ilumina. Disponível em: < <https://associacaoillumina.org.br/illumina/>>. Acesso em: 09 out 2018.

BAUER, Thomas A. *Entrevista Thomas Bauer. Media Literacy*. São Paulo: Comtempo, v.2, ano 2, dezembro de 2010, p. 1-4. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/viewFile/7491/6924>> Acesso em: 25 jul. 2013.

_____. I need of new paradigms theorizing media communication facing the media change. In: *Aula Magna no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP*. (Palestra) Março de 2012. São Paulo. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/finish/12-bauer-thomas/103-in-need-of-new-paradigms-theorizing-media-communication-facing-the-media-change.html>> Acesso em: 22 mar. 2013.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. Ed. Especial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MENEZES, José Eugênio de O. *Media Literacy: competências midiáticas para uma sociedade midiaticizada*. Líbero, São Paulo – v. 15, n. 29, jun. de 2012. p. 9-18.

JUSBRASIL. *Notícia: Caso MPT x Shell-Basf: acordo histórico encerra maior ação da Justiça do Trabalho*, de 08/04/2018. Disponível em: <<https://pndt.jusbrasil.com.br/noticias/100493300/caso-mpt-x-shell-basf-acordo-historico-encerra-maior-acao-da-justica-do-trabalho>>. Acesso em: 02 out. 2018

ONU – Nações Unidas do Brasil. Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 02 set. 2018.

POTTER, James W. *The State of Media Literacy*. Broadcast Education Association: Journal of Broadcasting & Electronic Media 54 (4), 2010, p. 675–696. Disponível em: <<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=forums&srcid=MDQ5Njg0NzY5NzUwNTQ0NDIzOTIBMDI3Nzk4NTI5NjAyNTc3NzY4NTEBUiU0aki4VXIxVDhKATQBAXYy>> Acesso em: 19 jun. 2013.

ROMANO, Vicente. *Ecología de la comunicación*. Hondarribia: Editora Hiru, 2004.

SOARES, Ismar de Oliveira. Caminhos da gestão comunicativa como prática de Educomunicação. In: BACCEGA, M. A.; COSTA, M. C. C. (Orgs). *Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica*. São Paulo: Papirus, 2009. P. 161-188.

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

SPINOLA, Luara. *Processos de aprendizagem comunicacional em ambientes corporativos / Luara Spinola*. – São Paulo, 2013.

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. 194p.

WINKIN, Yves. *A nova comunicação: Da teoria ao trabalho de campo / Yves Winkin: organização e apresentação de Etienne Samais; [tradução Roberto Leal Ferreira]* - Campinas, SP: Papyrus, 1998.

Sobre os autores

Luara Spinola - Atua na área de marketing e comunicação em empresas de serviços do setor de saúde há 18 anos. Certificada pelo curso de formação de Educomunicação em 2018 pela ABPEducom, Especialista em Publicidade e Mercado pela Universidade de São Paulo (USP) e mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Atualmente se dedica exclusivamente ao Doutorado Acadêmico Industrial (DAI) da Universidade Federal do ABC (UFABC). E-mail: luara.spinola@ufabc.edu.br

Maria Gabriela Silva Martins da Cunha Marinho - Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em Política Científica e Tecnológica pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Graduação em Comunicação Social (UFMG/IMSP). Atualmente é docente e vice-diretora do Centro de Engenharia, Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do ABC. Endereço para contato: gabriela.marinho@ufabc.edu.br

Júlio Francisco Blumetti Facó - Possui graduação em Engenharia pelo Instituto Mauá de Tecnologia (1999), pós-graduação em Marketing pela ESPM (2002), Mestrado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas - SP (2006) e Doutorado em Administração de Empresas com ênfase em Inovação em Cadeia de Suprimentos e Operações pela Fundação Getúlio Vargas - SP (2009). Atualmente é professor associado na UFABC (Universidade Federal do ABC) vinculado aos Programas de Graduação em Engenharia de Gestão e Pós-Graduação em Engenharia e Gestão da Inovação. Endereço para contato: julio.faco@ufabc.edu.br