



A relação Educação, Comunicação e Cidadania¹

Fernando Vasconcelos BENEVIDES²
Alexandre Almeida BARBALHO³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE
Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Educação, Comunicação e Cidadania são conceitos e áreas de conhecimento estudados, na maioria das vezes, de forma separada. Contudo os três, além de se relacionarem, dependem um do outro para existir. Este artigo se propõe a evidenciar essa relação de forma a mostrar a importância de incluir um indivíduo ao direito à Comunicação para que ele possa conquistar a Cidadania e o papel da Educação nesse processo.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Comunicação; Cidadania.

Desde o momento em que os seres humanos passaram a viver em sociedade, eles se comunicam entre si de formas bastantes variadas para poder transmitir informações e conhecimentos. Dessa forma, surge o questionamento se educar não é uma forma de comunicar e vice-versa. Essas duas áreas, Comunicação e Educação, estão relacionadas e permeiam todas as atividades humanas. A mídia exerce um papel de formação da sociedade, e o ensino precisa de uma transmissão de conhecimento.

Os meios de comunicação difundem informações e valores comportamentais que influenciam a forma como o seu público deve agir. Assim, juntamente com a família, a escola e as relações públicas, os meios de comunicação são responsáveis por educar o sujeito, ou seja, transformá-lo em um indivíduo que irá interagir com os demais conforme preceitos estabelecidos.

Já a aprendizagem, precisará da Comunicação nem que seja somente através da fala do professor ou da escrita do livro. Além disso, a comunicação realizada pela mídia, de uma forma geral, interfere na atividade escolar uma vez que alunos, professores e funcionários são telespectadores, ouvintes, leitores, internautas etc. Esses indivíduos levam para a escola os pensamentos que adquirem nos meios de

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFC e Graduando do curso de Licenciatura em História da UECE. E-mail: fernandofvb@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Licenciatura em História da UECE. E-mail: alexandrebarbalho@hotmail.com.



comunicação e, muitas vezes, agem no ambiente escolar conforme essas idéias que lhes são transmitidas.

Assim, a formação de uma pessoa para conviver com a sociedade é algo passivo, que depende dos conhecimentos obtidos de forma mediada pelos meios de comunicação, escola, família, amigos etc. Todos estes compartilham responsabilidades no processo de educar. O indivíduo só passa a agir de forma ativa na sociedade a partir do momento que é criador de seus próprios conteúdos e pensamentos e passa a difundir estes para outras pessoas.

Dessa forma, para garantir uma participação ampla e ativa da população na sociedade, é preciso assegurar o direito não só à Educação, mas também o direito à Comunicação, pois ambas estão profundamente ligadas. Segundo Paulo Freire, “a comunicação é um ato pedagógico e a educação é um ato comunicativo” (FREIRE apud PERUZZO, 2001). Esta frase sintetiza a complexidade das inter-relações entre Comunicação e Educação. Essa relação também existe em outros espaços, como nas práticas de movimentos sociais.

O pesquisador argentino Mário Kaplún é o criador do termo “Educomunicação”, que identifica a área “Educação para a Comunicação”. Em 1999, o pesquisador Ismar de Oliveira Soares criou uma redefinição para essa palavra: “a Educomunicação pode ser definida como toda ação comunicativa no espaço educativo, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos”. Além de um campo de conhecimento, a Educomunicação é uma prática política, direcionada à transformação da sociedade, com foco em duas demandas:

a formação de cidadãos críticos, participativos e inseridos no meio social (...) e a concretização de utopias sociais, mais claramente postas no campo da ecologia, de uma educação de qualidade e de uma comunicação participativa e democrática. (SCHAUN, 2002, p. 82)

Segundo Cicilia Peruzzo, o direito à Comunicação não se refere apenas ao direito de ter acesso à idéias e informações, de ser comunicado, mas também ao direito de propagar idéias e informações, de poder comunicar.

As liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas do direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago –, mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de



comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdos. (PERUZZO, 2004, p. 57)

Até o século passado, só tinha pleno acesso a esse direito quem comandava os grandes veículos de comunicação, ou seja, no Brasil, de forma geral, algumas famílias da classe abastada. Atualmente, com o crescimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), principalmente da internet, o direito à Comunicação foi ampliado. O advento da Web 2.0⁴ facilitou a publicação de produtos culturais na internet.

Qualquer pessoa tem a possibilidade de postar textos, fotos, vídeos, dentre outros, na rede e deixar essas produções expostas para o público. Esse fato é criticado pelo escritor Andrew Keen em seu livro “O Culto do Amador”, onde o autor afirma que a internet está causando uma valorização de produtos culturais feitos por amadores em detrimento de produções feitas por profissionais. “É uma mistura de ignorância com egoísmo, mau gosto e ditadura das massas” (KEEN, 2009, p. 7). “Em vez de usá-la para buscar notícias, informações ou cultura, nós a usamos para sermos de fato a notícia, a informação, a cultura” (KEEN, 2009, p. 12).

Para Andrew Keen, essa valorização pode causar a extinção de produtos culturais de qualidade, fazendo com que a sociedade não tenha mais profissionais como artistas, jornalistas, escritores, dentre outros, mas, apenas, amadores. Assim, segundo o autor, não seria possível confiar na veracidade de nada que é publicado na internet.

Trazendo esse ponto de vista de Andrew Keen para a realidade brasileira, perceberemos que os amadores terão uma maior dificuldade para dominarem a cultura do país. Segundo o IBGE, Censo 2000, apenas 10,6% dos domicílios possuem computador. Ou seja, a maior parte das informações e produtos culturais consumidos pelos brasileiros não vem da internet, e sim dos grandes meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão. De fato, muitas pessoas, até então anônimas, estão tendo a oportunidade de expor sua arte e opinião através de blogs, vídeos no Youtube, dentre outros. Contudo, essas pessoas são exceções.

Devido à grande exclusão digital imperante no Brasil, a maior parte da população possui acesso a produtos culturais e informações de forma mediada. Ou seja,

⁴ Web 2.0 é um termo criado em 2004 pela empresa americana O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web como plataforma", envolvendo wikis, aplicativos baseados em *folksonomia*, redes sociais e Tecnologia da Informação. Embora o termo tenha uma conotação de uma nova versão para a Web, ele não se refere à atualização nas suas especificações técnicas, mas a uma mudança na forma como ela é encarada por usuários e desenvolvedores, ou seja, o ambiente de interação e participação que hoje engloba inúmeras linguagens e motivações. (Definição tirada do site <http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0> acessado em 30 de maio de 2011 às 10 horas).



em pleno ano de 2011, temos uma população de meros expectadores. São pessoas que assistem a filmes, programas de televisão etc, mas não participam da elaboração desses produtos e não têm a oportunidade de criar seus próprios produtos culturais, de falar o que pensam e de expor a sua criatividade.

Assim, com o advento da internet há mais de uma década, a exclusão digital está provocando não só a restrição ao uso do computador e a navegação na rede, mas também a restrição a um direito básico de todo cidadão, o direito à comunicação. Temos uma população calada que tem o direito de liberdade de expressão assegurado pela Constituição, mas não pode fazer uso dele por não saber como se comunicar. “É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.⁵

Além disso, muitas vezes, os expectadores também não têm como escolher o que vão assistir. Devido ao fato de os grandes meios de comunicação serem dominados por poucas famílias, o público não tem muitas opções do que vai consumir. Sem uma orientação mais crítica e informação adequada, a população acaba, em sua maioria, consumindo repetidamente os produtos culturais de um mesmo veículo. Essas pessoas desconhecem os prejuízos que certos produtos culturais da grande mídia podem causar, principalmente, às crianças e adolescentes, como comportamentos violentos, alienação etc. Ou seja, é necessária uma educação para a produção e para o consumo de mídias.

Caso a maior parte da população fosse incluída digitalmente, estaria sendo dada a essas pessoas a oportunidade de se comunicar, de publicar seus textos, seus vídeos, de expor suas fotografias etc. Esses produtos culturais estariam no que o escritor Chris Anderson chama de a “Cauda longa⁶” de um gráfico que retrata o consumo desses produtos. Ou seja, essas produções estariam sendo vistas por poucas pessoas em meio a uma infinidade de produtos culturais, comparando com o consumo de produções dos grandes veículos de comunicação.

Mesmo assim, por meio de uma inclusão digital, a população estaria tendo a oportunidade de se comunicar, podendo ter a chance de suas produções serem vistas por outras pessoas, ganhar popularidade e atingir mais amplamente a sociedade. A oportunidade de se ter uma chance é melhor do que não poder se quer manusear um computador e ser um mero receptor de produtos culturais e informações de terceiros.

⁵ Artigo 5º do Capítulo I da Constituição Brasileira de 1988.

⁶ Segundo Chris Anderson, Cauda longa (Long Tail) é um termo usado para descrever a estratégia de negócios voltada para nichos de mercado, em vez de privilegiar somente grande hits ou best-sellers. Tal estratégia só é possível com o advento da internet, pela inexistência da limitação do espaço físico para exibição de produtos em lojas virtuais.



Para tudo isso, é necessária a valorização do que o escritor Lawrence Lessig chama de Cultura Livre⁷ na internet. O uso de softwares livres ajuda à promoção de uma maior inclusão digital, visto que para a instalação e utilização desses produtos nos computadores não é preciso pagar por eles. Assim, possibilita que pessoas de camadas sociais mais humildes possam produzir mídias, já que existe software livre de sistemas operacionais, navegadores de internet, editores de texto, imagens, vídeos etc. Dessa forma, esses softwares dão a oportunidade a qualquer pessoa que saiba mexer no computador a poder se comunicar, se expressar.

Além disso, a licença Creative Commons⁸, outra estratégia para a promoção da Cultura Livre, possibilita que produtos culturais sejam vistos abertamente pelo público, trazendo uma maior diversificação de mídias para a população. Dessa forma, aumenta para a sociedade as opções de produções artísticas e culturais, diminuindo a hegemonia dos grandes veículos de comunicação. Uma maior diversidade de produções aumenta as chances de o público ter acesso a produtos culturais educativos e de qualidade.

Segundo o escritor Nicholas Carr, autor do livro “The Shallows”, a internet está mudando o comportamento da sociedade. Em vez de a internet e a informática se adequarem aos nossos anseios, nós estamos nos adaptando às exigências impostas por elas. Quem já se acostumou a digitar no computador, tem dificuldades em escrever um texto longo cursivamente, sem poder utilizar as ferramentas: delete, backspace, desfazer, copiar e colar etc.

O mercado de trabalho tem exigido das pessoas certo domínio da internet, da informática e dos programas necessários para isso. Infelizmente, devido à exclusão digital mencionada anteriormente, poucos estudantes têm acesso a isso. São poucas as escolas públicas que possibilitam aos seus alunos acesso, por exemplo, à internet.

Segundo o Censo Escolar 2000 organizado pelo Ministério da Educação, apesar dos esforços recentes de vários governos, somente 37% dos estudantes de ensino médio estudavam em escolas com acesso à Internet. O censo apontou ainda que 56% dos matriculados

⁷ Segundo Lawrence Lessig, a Cultura Livre é a visão da cultura promovida por um heterogêneo movimento social baseada na liberdade de distribuir e modificar trabalhos e obras criativas.

⁸ O Creative Commons é um projeto global, presente em mais de 40 países, que cria um novo modelo de gestão dos direitos autorais. No Brasil, ele é coordenado pela Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro. Ele permite que autores e criadores de conteúdo, como músicos, cineastas, escritores, fotógrafos, blogueiros, jornalistas e outros, possam permitir alguns usos dos seus trabalhos por parte da sociedade. Assim, se eu sou um criador intelectual, e desejo que a minha obra seja livremente circulada pela Internet, posso optar por licenciar o meu trabalho escolhendo alguma das licenças do Creative Commons. Com isso, qualquer pessoa, em qualquer país, vai saber claramente que possui o direito de utilizar a obra, de acordo com a licença escolhida. (Definição tirada do site <http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=80> acessado em 30 de maio de 2011 às 9 horas).

no ensino médio integravam escolas com laboratórios de informática. Esse quadro se agrava no ensino fundamental, uma vez que somente 22% das crianças (8 milhões de alunos) estudavam em escolas com salas de informática e apenas 19% acessavam a Internet. É importante alertar que mesmo possuindo conexão e computadores várias escolas deixam estes equipamentos sem uso, em geral, pela falta total de formação dos professores e pela ausência de uma política educacional de uso da Internet como instrumento pedagógico e de reforço à pesquisa escolar. Muitas das salas de informática ficam trancadas e acabam sendo alvo de sucateamento e furto de equipamentos. (SILVEIRA, 2003, p. 21)

Além de não permitir uma participação mais ampla e ativa na sociedade e dificultar o ingresso ao mercado de trabalho, o não acesso ao direito à Comunicação, em sua totalidade, também restringe o direito à Cidadania. O conceito desta palavra tem origem na Idade Antiga, na Grécia Clássica, e representa os direitos e deveres que um indivíduo precisa ter para transpor as implicações para uma vida em sociedade. Dessa forma, ser cidadão é poder participar ativamente da sociedade. Para o senso comum, é o “direito de ter direito”.

A Comunicação Social é uma das formas pelas quais as pessoas podem exercer seus direitos e deveres. Por isso, se pararmos para observar bem, negar o direito à Comunicação é negar o acesso à Cidadania. Pois, negando o direito à Comunicação, estamos negando, ao mesmo tempo, vários direitos que, segundo a comunicóloga Geciola Fonseca Torres, são aspectos centrais relativos ao direito à Comunicação, como:

direitos à liberdade de opinião (sobre qualquer assunto público ou privado), à liberdade de expressão (utilizando-se de qualquer meio para exteriorizar suas idéias, sem censura prévia), à liberdade de difusão (através até da constituição de empresas de comunicação), à liberdade de informação (através do acesso, produção ou circulação de informações), direito ao acesso e uso dos meios de comunicação e das TICs, direitos culturais (de promover, preservar e participar da diversidade cultural, das artes e da ciência da comunidade, entre outras coisas), de proteção (como, por exemplo, contra comunicações discriminatórias, comunicações enganosas etc.), direitos coletivos (direitos das comunidades à comunicação), de participação (na produção de comunicação através da obtenção de capacidades técnicas e na decisão de questões relacionadas às TICs), entre outros. (TORRES, 2007, p. 24)

Como foi explicado anteriormente, para um total acesso ao direito à Comunicação, é necessário o acesso do indivíduo à possibilidade de produzir produtos



comunicacionais para a mídia e que essas produções estejam acessíveis a qualquer outro membro da sociedade, qualquer outro cidadão, efetivando, assim, o acesso à Cidadania. Afinal, o indivíduo passa a poder interagir com a sociedade, podendo falar, escutar e ser escutado. Dessa forma, ele pode formar a sua identidade, construir e adquirir cultura e conhecimentos, como seus direitos e deveres, e usar isso para a procura por uma melhoria na qualidade de vida.

Um exemplo bastante conhecido da história do Brasil em que o bloqueio da Comunicação Social impediu o exercício da cidadania foi o período da Ditadura Militar. Já um exemplo que comprova claramente o exercício da cidadania por meio da comunicação é a ação de organizações do terceiro setor por meio da criação de seus próprios veículos de comunicação e as publicações que são feitas nestes, como as rádios comunitárias.

Ao longo da História, a noção de cidadania sofreu alterações. Segundo Alexandre Barbalho, atualmente, a idéia de cidadania é influenciada do advento do Liberalismo após os movimentos surgidos na Idade Moderna, principalmente pela Revolução Americana de 1776 e a Revolução Francesa de 1789. O Liberalismo faz apologia à liberdade individual como princípio de cidadania, e a Revolução Francesa foi responsável por defendê-lo como universal.

Contudo, isso impede que a cidadania seja uma conquista de todos, universal, ou seja, faz com que os indivíduos não sejam igualmente cidadãos. “Pois, se é concedida a máxima liberdade, passa a existir o mais forte o mais fraco e se instaura a desigualdade” (BARBALHO, 2005, p.28). Isso faz com que haja aqueles que comunicam, por meio dos grandes veículos midiáticos, e aqueles que só podem consumir comunicação, que não tem condições de se expressar para o grande público. Por isso, a Cidadania deve ser acessível por todos, e não de livre acesso, em que somente um grupo seletivo de pessoas que tem melhores condições poderá participar. “Afinal, não seria o monopólio midiático o latifúndio contra o qual os “sem-voz” deveriam lutar?” (BARBALHO, 2005, p.38).

Seguindo esse raciocínio, chegamos a um ponto em que a Comunicação se relaciona mais uma vez com a Educação. Se o objetivo da educação, principalmente do Ensino Fundamental, é a formação do cidadão, conforme diz os artigos 2º e 32 da lei número 9394 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação), de 20 de dezembro de 1996, então se faz necessária uma educação para a produção e difusão de produtos comunicacionais. Afinal, como foi discorrido anteriormente, negar o pleno direito à Comunicação é negar o acesso à Cidadania.



Art. 2º A educação, dever da família e do Estado, inspirada nos princípios de liberdade e nos ideais de solidariedade humana, tem por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania (...)

Art. 32. O ensino fundamental obrigatório, com duração de 9 (nove) anos, gratuito na escola pública, iniciando-se aos 6 (seis) anos de idade, terá por objetivo a formação básica do cidadão⁹

Dessa forma, negar ao estudante da escola básica a inclusão digital, assim como o manuseio das diversas tecnologias da informação e comunicação, é impedi-lo de se tornar cidadão, de conquistar a cidadania. Afinal, essas são, praticamente, as únicas ferramentas de produção e difusão de produtos comunicacionais que podem ser acessadas por qualquer pessoa, inclusive por quem não possui condições financeiras suficiente para se tornar dona de um veículo midiático de grande abrangência de público.

A participação das pessoas em um processo de comunicação permite a experiência de novas relações de sociabilidade construídas neste ambiente, como também possibilita que o cidadão se torne sujeito no seu processo de conhecimento, agregando novos elementos à sua cultura, pois essa participação tem um potencial educativo enquanto processo e pelo conteúdo das mensagens transmitidas. Por exemplo, a participação no processo, planejamento e gestão permite que as pessoas desmistifiquem os meios de comunicação e se sintam capazes de produzir aquilo do qual antes eram apenas receptores, tornando-se protagonistas da comunicação. Já em relação ao conteúdo das mensagens transmitidas elas podem, através do meio de comunicação, transmitir a história do país ou da região, os saberes e a cultura do povo, divulgar os artistas locais, informar sobre assuntos de interesse social, como campanhas educativas de prevenção a doenças, podem também facilitar a compreensão da política, dos assuntos públicos do país, esclarecer sobre os direitos humanos e discutir os problemas locais, entre outros.

O aprendizado que ocorre nesse processo contribui para a constituição da cidadania, na medida em que fortalece as liberdades individuais e coletivas, traz uma maior consciência e participação política e estimula a luta pelo acesso a melhorias nas condições de vida, ou seja, é um exercício de direitos e deveres de cidadania. (TORRES, 2007, P. 29)

Contudo, para o estudante da escola básica ter acesso ao direito a Comunicação, não basta uma educação para a produção e difusão de produtos comunicacionais. É necessária também uma educação para o consumo da mídia. Pois, se o intuito do acesso

⁹ Artigos da Lei de Diretrizes e Bases da Educação, número 9394, de 20 de dezembro de 1996.



à Comunicação é fazer com que o jovem tenha participação cidadã, ou seja, emita suas próprias idéias, esse jovem precisa ter uma consciência crítica em relação ao conteúdo, e a importância deste, que é veiculado nos meios de comunicação.

Como foi exposto anteriormente, a mídia, junto com a escola, família, amigos etc, participa da formação educacional de um indivíduo. Assim, o que será transmitido nos veículos de comunicação são valores que participam da definição do caráter da pessoa. Se a conquista da cidadania está relacionada com a propagação de idéias próprias, essas idéias precisam ser formadas e vir à tona a partir da cabeça do indivíduo, e não ser uma reprodução dos pensamentos que já estão expostos na mídia. Pois, dessa forma, ele não estará tendo participação cidadã, afinal seu trabalho não interfere estruturalmente na sociedade. Ou seja, o consumidor de mídia, potencial produtor, deve encarar as produções midiáticas de forma crítica, e não apenas mediada.

Uma vez que o jovem não tem parâmetros críticos para assistir um programa de televisão, ouvir uma música, ver um filme, escutar um programa de rádio, dentre outros, ele acaba sendo influenciado pelos meios de comunicação, e sua contribuição cidadã pode, inclusive, acabar sendo barrada por uma alienação. O indivíduo que apenas consome as produções dos meios de comunicação, sem interagir, refletir, concordar, discordar, em fim, analisar o intuito daquilo tende a ser controlado por aquilo. Seus gostos e opiniões são moldados por conta das sensações que são provocadas pela mídia. Por isso, é preciso que ele saiba, por exemplo, identificar se um apresentador não está sendo sensacionalista, se o artigo do jornal está tendencioso, se a propaganda não está apelativa, se o conteúdo do rádio é de qualidade e assim por diante.

A escola que não educa seus alunos a encararem a mídia criticamente estará formando produtores de mídia que tenderão a fabricar produtos conforme a grande mídia, e não de acordo com as idéias que surgem naturalmente da convivência deles com o ambiente e a sociedade. Ou seja, sem uma educação para o consumo, o estudante tende a reproduzir pensamentos que não são dele, não tendo, assim, uma participação ativa na sociedade, uma contribuição. Mas, apenas, o resultado de uma mediação, das idéias já estabelecidas por outras pessoas. Nessas condições, a pessoa fica impossibilitada de conquistar a cidadania, pois o que ela trás não contribui com a sociedade, só reproduz o que já existe.

O jovem fazendo um uso crítico da mídia não estará preso somente às idéias das grandes corporações de comunicação. Ele construirá suas idéias através de sua própria identidade, e isso refletirá em suas produções: seus vídeos, textos, reportagens,



propagandas etc. Estas, além de adquirirem qualidade, não serão fruto do que já existe, e sim fruto da voz de um cidadão ativo na sociedade, que contribui, participa, para o desenvolvimento da convivência entre as pessoas, para a construção de um ambiente digno para viver. Estimular essa criticidade em relação à Comunicação deve ser um dos papéis da escola, afinal o intuito dela é formar cidadãos.

Ou seja, entender a potencialidade das mídias como linguagem que amplia repertórios culturais, desencadeia novas sensibilidades, implica uma forma de conhecimento, de expressão e de comunicação, e, por fim, contribui para a educação para a cidadania. (TORRES, 2007, p. 35)

Assim, se a escola é o lugar de preparar o jovem para a cidadania, o cotidiano da escola deve incluir o jovem no mundo digital e tecnológico, onde está a Comunicação, e, como já foi falado, imbuí-lo de criticidade perante os meios de comunicação, refletindo com os estudantes sobre a lógica das tecnologias de Comunicação, seus processos e sua participação nos campos político-social e econômico.

Com conhecimento e meios, ferramentas de atuação, o jovem tem condições de “ganhar o mundo”, de conquistar a cidadania.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, Socorro. **Fundação Casa Grande - Comunicação para a Educação**. 2002. 62 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Curso de Comunicação Social, UFC, Fortaleza.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. São Paulo: Campus, 2006.

BARBALHO, Alexandre; PAIVA, Raquel (orgs). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

BARBALHO, Alexandre; FUSER, Bruno; COGO, Denise (orgs). **Comunicação Para a Cidadania: Temas e Aportes Teóricos-Methodológicos**. São Paulo: Intercom, 2010.



BENEVIDES, Fernando Vasconcelos. **LACE, o uso da Comunicação para a Educação**. Recife: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 1 CD-ROM.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e Educação**. São Paulo: Hacker, 2001.

CARR, Nicholas. **The Shallows**. New York: WW Norton, 2010.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

LESSIG, Lawrence. **Free Culture**. New York: Penguin USA, 2005.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004, v.1, p. 49-79.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo - Fortaleza: Annablume - Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

SCHAUN, Angela. **Educomunicação: reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Software Livre e Inclusão Digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais**. Contato. Revista Brasileira de Comunicação, Arte e Educação. Brasília, ano I, nº 2, jan/mar. 1999, p. 19-72.



TORRES, Geciola Fonseca. **Megafone! A voz dos jovens no diálogo entre Comunicação, Educação, e Cidadania.** 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Curso de Comunicação Social, UFC, Fortaleza.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.