Roseane Andrelo
Universidade Estadual Paulista – Unesp
E-mail: roseane.andrelo@unesp.br

Aline Lisboa
Universidade Estadual Paulista – Unesp
E-mail: aline.lisboa@unesp.br

O Letramento Midiático e a Curricularização da Extensão na Pós-graduação em Comunicação

Media Literacy and the Curricularization of Extension in Postgraduate Communication Studies

‘

L'éducation aux médias et l’expansion universitaire dans les études de communication de troisième cycle universitaire

Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Copyright (©):
Aos autores pertence o direito exclusivo de utilização ou reprodução

ISSN: 2175-8689

Andrelo, R., & Lisboa, A. O Letramento Midiático e a Curricularização da Extensão na Pós-graduação em Comunicação. Revista Eco-Pós, 28(1), 133–156. https://doi.org/10.29146/eco-ps.v28i1.28440

RESUMO

O artigo destaca a importância do debate sobre a curricularização da extensão na pós-graduação. Apresenta como estudo de caso a disciplina "*Media literacy* e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão", ofertada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus Bauru (SP). A proposta mostra-se relevante por estar em seu segundo ano, com resultados favoráveis, interligando o letramento midiático às práticas extensionistas na pós-graduação. O percurso metodológico adota pesquisa participante, em abordagem de ação-reflexão, e pesquisa bibliográfica sobre letramento midiático. Os resultados indicam que a curricularização da extensão não deve se limitar à existência de disciplinas, mas contribuir com novos procedimentos de ensino-aprendizagem no ensino superior, provocando reflexões sobre o impacto social.

PALAVRAS-CHAVE: *Comunicação; Curricularização; Extensão; Letramento midiático; Pós-graduação.*

ABSTRACT

The article highlights the importance of the debate on the curricularization of extension activities in postgraduate studies. It presents as a case study the course "Media Literacy and the Management of Media Knowledge: From Consumer to Citizen," offered by the Postgraduate Program in Communication at São Paulo State University "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), Bauru (SP) campus. The proposal is relevant as it is in its second year, showing favorable results by connecting media literacy with extension practices in postgraduate education. The methodological approach adopts participatory research, using an action-reflection approach, and bibliographic research on media literacy. The results indicate that the curricularization of extension should not be limited to the existence of courses but should contribute to new teaching-learning procedures in higher education, prompting reflections on social impact.

KEYWORDS: *Communication; Curriculum; Extension; Media literacy; Postgraduate.*

RÉSUMÉ

L'article met en avant l'importance du débat sur la curricularisation de l'extension dans les études de troisième cycle. Il présente comme étude de cas la matière « Littératie médiatique et gestion des connaissances médiatiques: du consommateur au citoyen », proposée par le programme de troisième cycle en communication de l'Université d'État de São Paulo « Júlio de Mesquita Filho » (Unesp), campus Bauru (SP). La proposition se révèle pertinente puisqu'elle en est à sa deuxième année, avec des résultats favorables, reliant la littératie médiatique aux pratiques d'extension dans l'enseignement supérieur. La démarche méthodologique adopte une recherche participative, avec une approche action-réflexion, ainsi qu'une recherche bibliographique sur la littératie médiatique. Les résultats indiquent que la curricularisation de l'extension ne doit pas se limiter à l'existence de matières, mais doit contribuer à de nouveaux procédés d'enseignement-apprentissage dans l'enseignement supérieur, suscitant des réflexions sur l'impact social.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

MOTS-CLÉS: *Communication; Programme d'études; Extension; Éducation aux médias; De troisième cycle.*

Submetido em 24 de fevereiro de 2025.
Aceito em 15 de maio de 2025.

Introdução

O impacto social da pós-graduação é um tema cada vez mais presente na agenda pública, sobretudo em universidades que têm buscado formas de concretizar a extensão em programas *stricto-sensu*. Para além de pesquisas que buscam analisar demandas de segmentos da sociedade, compreende-se que as ações extensionistas pautam-se na perspectiva da interação dialógica, calcada na troca de saberes entre diferentes atores sociais. (Freire, 1983).

Nesse contexto, o objetivo deste artigo é refletir sobre a curricularização da extensão na Pós-graduação em Comunicação, a partir de uma abordagem dialógica. Como recorte, o trabalho direciona olhares à disciplina *Media literacy* e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão, ministrada aos alunos de mestrado e doutorado em Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), campus de Bauru (SP). O percurso metodológico baseia-se em pesquisa bibliográfica sobre letramento midiático e a relação entre extensão e comunicação, utilizando como exemplo um estudo de caso da referida disciplina, por meio da pesquisa participante.

A disciplina pauta-se na interface entre comunicação, educação e cidadania e tem, entre seus objetivos, analisar e propor estratégias de letramento midiático e informacional em programas de educação formal e não-formal de ensino. Desde 2023, além das discussões teóricas, os alunos passaram a aplicar os conceitos junto a diversos grupos. A proposta vai além de realizar trabalhos empíricos para finalizar o semestre, mas, também considerá-los como um conteúdo a ser estudado. Tem-se, então, uma abordagem de ação-reflexão.

A mobilização de conceitos em ações concretas junto a segmentos da sociedade implica na escolha de uma vertente engajada do letramento midiático. Autores como Bévort e Belloni (2009) apontam a importância do letramento midiático nas mais diversas instâncias: para lidar

com a onipresença das mídias na vida social, para lutar contra as desigualdades de acesso às diferentes mídias e para a formação de competência crítica para uso das informações disponibilizadas pela mídia, considerando as forças político-econômicas que as estruturam.

O olhar para os conceitos como representação dos fatos e não como uma suposta verdade é um dos primeiros debates realizados na disciplina foco deste artigo. Hall (2003) apresenta dois pontos que contribuem com a reflexão: o primeiro, é a perspectiva do discurso teórico enquanto prática cultural crítica que tem a pretensão intervencionista – e segundo, como um conhecimento conjuntural, contestado e local.

Tem-se, então, a problematização que move a discussão proposta: como o letramento midiático, trabalhado em disciplina de pós-graduação *stricto sensu*, pode, por meio da curricularização da extensão, contribuir com a formação de cidadãos que usem de forma crítica e criativa o aparato midiático? A discussão parte da experiência das pesquisadoras e pretende municiar as reflexões sobre a curricularização da extensão na pós-graduação em Comunicação.

1 Extensão na Pós-graduação: diálogos possíveis

Pensar a pesquisa, em uma dimensão técnico-científica, como possibilidade única ou mais importante em relação ao fomento de trocas e conhecimento no âmbito da Pós-graduação é adotar um olhar equivocado sobre como a extensão universitária, por exemplo, pode contribuir fortemente para estimular a integração entre saberes teóricos e práticos.

De acordo com as Diretrizes Nacionais da Extensão Universitária (Brasil, 2018), a extensão é considerada um elemento integrante à estrutura da pesquisa científica, refletindo assim, de modo mais aprofundado, sobre o caráter epistemológico da própria organização estrutural da pesquisa. Deste modo, destacamos a importância de pensar ensino, pesquisa e extensão de maneira integrada e indissociável, sustentando o argumento de que a extensão não é uma etapa isolada, mas sim um processo contínuo que está presente em diversas fases da pesquisa e do próprio ensino, muitas vezes.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

> Considerando todo arcabouço teórico que envolve a concepção dialética de extensão e os seus fundamentos, é possível afirmar que ela representa um paradigma integral da formação acadêmica, assentada na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Em outras palavras, a extensão se caracteriza por ser processo contínuo, que permeia todas as fases da pesquisa, transformando-a em uma dimensão que se origina no contexto social, se nutre dele e retorna a ele como um meio de promover transformações. (Silveira; Ferreira, p. 3, 2024).

Trata-se não apenas de aprimorar a qualidade e utilidade do conhecimento gerado, mas sobretudo ratificar a responsabilidade social das instituições de ensino superior, em especial as públicas, já que segundo a Associação Brasileira de Ciências (2019), pelo menos 90% de toda pesquisa realizada no país advém de instituições públicas. No entanto, segundo Castro (2004), o fato de o tripé ensino-pesquisa-extensão serem indissociáveis remonta mesmo uma questão histórica que relaciona demandas sociais à produção de conhecimento científico.

No Brasil, a extensão universitária está atrelada ao ensino e à pesquisa também em um âmbito do desenvolvimento social, já que muitos projetos envolvem distribuição de renda, além da troca de saberes e experiências. A finalidade dialógica aqui, da extensão, possibilita a construção de novos cenários, ressaltando conhecimentos diversos, inclusive através da integração de culturas e saberes populares. Para que possamos tecer diálogos e construir cenários, é preciso, cada vez mais, concretizar o "novo tempo" que a Extensão Universitária brasileira reivindica, o que significa realizar mudanças importantes no interior das universidades. (Deus, p. 16, 2020).

Censo da Extensão Universitária, ano base 2022[1], realizado pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão envolvendo todas as instituições públicas de ensino superior no Brasil fez uma análise entre a relação dos programas de pós-graduação e ações extensionistas nas universidades. Foram pesquisadas mais de 160 instituições, abarcando em média 5.469 programas de pós *stricto sensu*, sendo que os resultados mostraram que mais de 60% dos programas de pós incentivam os discentes à participação em atividades de extensão, o que demonstra o reconhecimento da importância dessas atividades na formação dos pós-

[1] Fonte: https://www.ufmg.br/proex/renex/index.php/censo-da-extensao-universitaria

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

graduandos, bem como a tentativa de integração entre ensino-pesquisa-extensão, cumprindo assim o tripé universitário.

2 Extensão na Pós-graduação: o caso da Unesp, campus Bauru

Segundo a Política Nacional de Extensão Universitária (Forproex, 2012), os princípios da extensão universitária englobam aspectos como interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto na formação do estudante; e impacto e transformação social. Os princípios vão ao encontro da perspectiva de Paulo Freire, para quem a transmissão, por sua vez, tratada no livro *Extensão ou Comunicação?* (1983), a partir do contexto marcado pelo difusionismo (do agrônomo para o agricultor), não é algo neutro, mas uma invasão cultural, mecanicista, o que nega o necessário processo de ação e reflexão.

A Unesp tem buscado integrar a extensão universitária de forma estruturada em todos os seus programas de pós-graduação. Exemplo disso é o edital PROPG/PROEC no 18/2024, intitulado "Curricularização da Extensão na Pós-graduação", lançado neste ano pela Capes/SESU. O edital visa atender ações extensionistas na pós-graduação e que atendam no mínimo um dos ODS da Agenda 2030. Entre as ações previstas, estão as que envolvem diretamente as disciplinas com aplicação de conhecimentos junto a "[...] comunidades tradicionais, assentamentos, cooperativas sociais, famílias carentes, entre outras, com foco em políticas públicas e desenvolvimento social."

É justamente no que tange à realização de extensão em disciplinas que têm atuado os envolvidos em "*Media literacy* e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão". A proposta de articular a disciplina à extensão parte da noção, defendida por Freire, de que é por meio da práxis, quando se reflete e interage com o mundo, de que se trilha caminhos para se livrar da opressão. "Atuando, transforma; transformando, cria uma realidade que, por sua vez, 'envolvendo-o', condiciona sua forma de atuar. Não há, por isto mesmo, possibilidade de dicotomizar o homem do mundo, pois que não existe um sem o outro" (Freire, 1983, p. 17).

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Considera-se, ainda, o fato de o mundo ser mediado pela mídia, um importante sistema de informação, representação e expressão, que exerce o papel de mediadora entre o público e o que acontece na sociedade. Soma-se a isso a perspectiva da não transparência, ou seja, as mensagens não refletem a realidade, elas a representam, fato que invalida sua comparação a uma "janela transparente", pela qual se vê o mundo (Traquina, 2012).

Partindo dessas premissas, a base conceitual da disciplina articula perspectivas freireanas ao letramento midiático. "Busca-se tecer relações entre as ideias de comunicação como diálogo, leitura de mundo como precedente à palavra e objeto como mediador da comunicação e as noções de representação, público ou audiência, linguagem e instituições ou produção que compõem a base conceitual da *media literacy* (Buckigham, 2003)" (Andrelo, 2023).

Para Freire (1983, p. 46), "A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados". Se não é transferência de conteúdo, também não se caracteriza pela dualidade quem sabe-quem não sabe, ao contrário, o conhecimento insere-se nas relações homem-mundo (Freire, 1983).

A comunicação tem, portanto, papel essencial neste processo, sobretudo quando não a limitamos a um meio de transmitir informação, pelo qual um emissor envia sua mensagem a um receptor. Ainda que a transmissão fosse considerada, entende-se que ela não se dá de forma neutra. Freire, no livro *Extensão ou Comunicação?* (1983), ao retratar o contexto marcado pelo difusionismo (do agrônomo para o agricultor), já deixou evidente que trata-se de uma invasão cultural, mecanicista, o que nega o necessário processo de ação e reflexão.

O autor, ao considerar a comunicação como diálogo, entende que mais do que conhecer os mesmos códigos e compartilhar símbolos, cada um deve, primeiro, se reconhecer como sujeito participante do diálogo e, então, reconhecer o seu interlocutor como sujeito. O reconhecimento da presença do outro no processo comunicativo é essencial na relação dialógica, até porque o sujeito não pensa sozinho, pois há sempre a participação de outro sujeito, uma coparticipação, o que se dá pela comunicação.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Outro ponto é que o objeto do diálogo não é o ponto final do pensamento, mas o mediador da comunicação. Desta forma, não se comunica determinado conteúdo de uma pessoa a outra, afinal, o objeto do pensamento é um "significado significante mediador dos sujeitos" (Freire, 1983, p. 45) e não um mero comunicado. Por fim, ressalta-se a ideia de que a leitura do mundo precede a leitura da palavra, uma vez que linguagem e realidade se prendem dinamicamente. "A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto" (Freire, 2001, p. 11).

> Ao trazer a comunicação midiática, especificamente na capacidade de pautar a agenda pública e, a partir dela, as interações individuais, e, ao considerar a alfabetização midiática, no sentido de leitura crítica da mídia, traz-se ao debate não apenas o conteúdo do que foi divulgado e que, portanto, está sendo comunicado pelos sujeitos, mas também a forma como tal fato foi trazido à tona. Teve mais ou menos destaque; foi acrescido de opiniões mais ou menos plurais por meio da escolha de fontes; o cenário do qual o fato fez parte foi ou não contextualizado. A reflexão sobre aspectos como estes, possíveis a partir da alfabetização midiática, contribui para a compreensão da significação do significado. (Andrelo, 2023, p. 5).

Os conceitos sintetizados — a comunicação como diálogo, o objeto do pensamento como mediador da comunicação e a leitura de mundo como precedente à palavra — embasam a disciplina na interlocução com o letramento midiático, definido como:

> Formação para a compreensão crítica das mídias, mas também se reconhece o papel potencial das mídias na promoção da expressão criativa e da participação dos cidadãos, pondo em evidência as potencialidades democráticas dos dispositivos técnicos de mídia" (Bévort; Belloni, 2009, p. 1087).

Buckingham (2019) aponta que educar para as mídias vai além de usar as mídias ou a tecnologia como ferramentas para aprimorar o ensino; de proteger os jovens do mundo digital ou mesmo de desenvolver habilidades técnicas para se expressarem nas mídias digitais. A perspectiva é promover um entendimento crítico sobre as mídias de forma ampla. O autor defende o letramento midiático como fundamental para a vida em sociedade.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

De forma mais específica, buscou-se nos conceitos-chave de Buckingham (2003) bases para a reflexão e a prática: produção, linguagem, representação e audiência (Quadro 1). "Estes conceitos providenciam uma estrutura teórica que pode ser aplicada para toda a gama de mídia contemporânea e, na verdade, para a mídia 'mais velha', também" (Buckingham, 2003, p. 53).

Quadro 1 – Conceitos-chave de alfabetização midiática

Conceitos	Proposta
Audiência	Investigar o papel da audiência na formatação de uma mensagem e refletir sobre o poder de persuasão do texto, o poder do receptor e o modo como audiências diferentes se apropriam do mesmo conteúdo de modo diferente.
Linguagem	Compreender que é a linguagem que produz significado, e não uma suposta expressão por si só e, consequentemente, que até mesmo a notícia não é transparente em relação à realidade, mas sim uma recriação de um fato, mediada por forças de caráter técnico, político e simbólico.
Produção	Compreender que as notícias produzidas pelos jornais todos os dias são feitas conforme as normas de um processo institucionalizado aparentemente objetivo mas que, no fundo, sustenta pressupostos ideológicos.
Representação	Avaliar em que medida a formação de uma identidade pessoal se relaciona com as representações mais comuns nos meios de comunicação e em que medida podemos afirmar que determinadas representações são as verdadeiras ou apenas são tidas como verdadeiras, porque são predominantes na mídia.

Fonte: Adaptado de Buckingham (2003).

Acredita-se que os conceitos-chave, ao serem analisados em relação, permitem compreender a complexidade da forma como a mídia em geral se porta na sociedade. Em uma perspectiva global, embora haja diferenças nos diversos programas mundiais, existem alguns princípios que baseiam as ações de letramento midiático e um deles é o da representação, processo que, por meio da linguagem, produz sentido a coisas, pessoas e ideias. A ideia basilar é que os significados são uma produção social, ou seja, salientam-se sentidos sobre os diversos fatos que ocorrem no mundo, sobretudo aqueles mais distantes da realidade do público. "[...] os significados não estão inscritos nas suas próprias origens mas nas relações e nas estruturas sociais" (Escoteguy, 2001, p. 61). Dessa forma, se o sentido é produzido, um mesmo fato pode ter diferentes significados, dependendo da forma como é narrado, da fonte de onde vem a informação e também das lentes de quem a recebe.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Para Masterman (2005), tão importante como o que um texto diz é compreender como ele foi organizado. Para isso, aponta técnicas que começam com a compreensão de que todo o processo midiático passa por seleções, desmontando a percepção de naturalidade ou de obviedade. Todos os textos de mídia, diz Masterman (2005), são resultado de escolhas e toda escolha é avaliativa.

A partir dessa perspectiva, entende-se que os meios de comunicação ocupam lugar privilegiado, sobretudo na manutenção dos sentidos dominantes, pelos quais percebemos o mundo, principalmente quando não cumprem a função de apresentar ao público uma pluralidade de representações.

> [...] os media são responsáveis por prover a base pela qual grupos e classes sociais constroem uma imagem das vidas, práticas e valores de outros grupos e classes. Essas imagens, representações esparsas e fragmentadas da totalidade social, acabam construindo um todo coerente, o imaginário social [...] (Escoteguy, 2001, p. 63).

Portanto, refletir sobre a esfera da produção é essencial para compreender como os sentidos são produzidos e a isso soma-se a esfera da linguagem. Hall (2016), para quem os meios definem e não reproduzem a realidade, aponta que é na forma discursiva, onde acontece a circulação do produto e sua distribuição para diferentes audiências, que o discurso é transformado em práticas sociais. A linguagem, ao atribuir sentido, torna-se o meio pelo qual significados são partilhados e funciona como um sistema de representação.

Essa discussão é essencial para refletir sobre o conceito-chave audiência, afinal, é importante pensar em como as pessoas se tornam alvo e como são mensuradas pelas empresas midiáticas, mas também refletir sobre como a audiência usa e interpreta textos midiáticos, a partir de suas lentes, e como ela produz mensagens. Masterman (2005) lembra que a audiência não é um mero ponto final em um suposto processo linear de comunicação. Ao considerar que, no sistema econômico, a mídia vende audiências para anunciantes (e não produtos anunciados para o público), entende-se que elas estão presentes desde o início do processo de produção midiática.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Buckingham (2019) argumenta que a leitura das mídias deve ocorrer sob múltiplas perspectivas, contemplando não apenas os produtores e empresários, mas também os usuários que as acessam para entretenimento, aprendizado ou comunicação. Dessa forma, torna-se essencial examinar as práticas dos diversos atores sociais, indo além da análise da mídia de massa e incorporando a maneira como os indivíduos utilizam os meios para interagir e se expressar.

Os conceitos fundamentais de David Buckingham, articulados com as ideias de Paulo Freire, constituem a base da disciplina, incentivando os alunos a desenvolverem iniciativas de letramento midiático. Essas ações serviram como alicerce para as reflexões apresentadas neste artigo, abordando a curricularização da extensão na pós-graduação e reforçando a importância da integração entre ensino, pesquisa e práticas extensionistas.

3 Percurso Metodológico

A pesquisa, que tem como objetivo refletir sobre a curricularização da extensão na pós-graduação em Comunicação a partir de uma abordagem dialógica, tem caráter exploratório. Com amostra restrita e, portanto, não-representativa da sociedade, os estudos exploratórios, geralmente, são úteis para diagnosticar situações, explorar alternativas ou descobrir novas ideias (Zikmundo, 2000, citado por Oliveira, 2011). Tal perspectiva mostra-se relevante ao se considerar o caráter recente das discussões sistematizadas que relacionam a Pós-graduação *strictu sensu* à extensão.

Além disso, optou-se pela pesquisa participante, que se caracteriza pela inserção direta do pesquisador tanto no contexto quanto no grupo estudado. Oliveira (2011, n.p.) resgata as ideias de Thiollent ao afirmar que “este tipo de pesquisa valoriza não apenas a participação direta dos sujeitos, mas também privilegia as produções discursivas desses indivíduos”. A participação refere-se ao papel da docência na disciplina “Media literacy e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão”, ministrada em 2023 e 2024 com um perfil extensionista.

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Como instrumentos de coleta de dados, foram utilizados diários de campo, nos quais as docentes registraram anotações ao longo do processo investigativo, além dos trabalhos finais apresentados pelos alunos da disciplina. Todo o curso foi desenvolvido com base no método ação-reflexão, permitindo que os principais pontos fossem documentados pelas professoras, garantindo a análise dos diálogos estabelecidos em sala de aula. A pesquisa bibliográfica foi fundamentada nos conceitos de letramento midiático e extensão como diálogo, enquanto a pesquisa documental considerou legislações relacionadas à curricularização da extensão. Abaixo, o Quadro 2 sintetiza o percurso metodológico.

Quadro 2 – Classificação da pesquisa

Classificação quanto à natureza da pesquisa	Classificação quanto à abordagem da pesquisa	Classificação quanto ao objetivo	Classificação quanto à técnica de coleta de dados	Classificação quanto à técnica de análise de dados
Pesquisa Participante	Qualitativa	Pesquisa Exploratória	Pesquisa bibliográfica, Pesquisa documental (legislações, trabalhos dos alunos) e Diário de campo	Triangulação na análise (fundamentação teórica, trabalho dos alunos e diário de campo)

Fonte: Elaboradas pelas autoras.

4 Discussão dos Resultados

O Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) da Unesp, constituído pelos cursos de Mestrado e Doutorado, é organizado em três linhas: Processos midiáticos e práticas socioculturais (linha 1); Produção de sentido na comunicação midiática (linha 2) e Gestão e políticas da informação e da comunicação midiática (linha 3). As pesquisas do PPGCom "estão concentradas na investigação dos impactos culturais dos produtos midiáticos em seus diferentes gêneros e formatos, nos processos discursivos de produção de sentido e na gestão e nas políticas da informação e da comunicação" (Unesp, s.d., s.p).

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Entre as disciplinas da linha 3, está "*Media literacy* e a gestão do conhecimento midiático: do consumidor ao cidadão", que desde 2023 vem sendo ministrada com abordagem extensionista. Focada no letramento midiático, para além dos conceitos, volta-se à aplicação dos mesmos em grupos da sociedade. Os alunos de mestrado e doutorado precisam identificar um grupo de sujeitos com os quais trabalham durante parte do semestre, em uma relação sugerida de escuta ativa.

Nesse percurso, o primeiro passo envolve a compreensão do perfil dos participantes, seu contexto social, tipos de acesso às mídias e os valores que lhes atribuem, além da identificação de possíveis demandas relacionadas ao letramento midiático. Em seguida, são definidas e executadas as ações, cujos resultados são sistematizados na forma de relato de experiência. Como etapa final, os alunos se reúnem com a docente para compartilhar percepções e analisar o processo, consolidando, assim, uma abordagem baseada na ação e reflexão, que encerra a disciplina.

No segundo semestre de 2023, a disciplina contou com a participação de quatro grupos. As atividades foram realizadas tanto em espaços de educação formal, como salas de aula do ensino médio, quanto em ambientes não-formais, incluindo interações online via WhatsApp e ações em espaços públicos voltados ao atendimento de jovens em cumprimento de medida socioeducativa em meio aberto, como Liberdade Assistida e Prestação de Serviço Comunitário, além de seus familiares.

Com base no perfil dos participantes e na realidade social em que estão inseridos, foram estabelecidos os objetivos das ações de letramento midiático e os conceitos a serem abordados. Entre as atividades desenvolvidas, destacam-se ações voltadas à leitura, produção e compartilhamento de memes, bem como reflexões sobre representações midiáticas de grupos em situação de vulnerabilidade e o consequente impacto da desinformação. O Quadro 3 apresenta uma síntese dos trabalhos realizados, identificados como T1, T2, T3 e T4.

Quadro 3 – Propostas dos trabalhos de letramento midiático (2023)

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

T1 — Realizar uma análise com alunos do terceiro ano do novo Ensino Médio, sobre as propagandas governamentais referentes à implantação de órgãos e políticas estatais, como: criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) realizado durante o governo do Estado Novo de Getúlio Vargas, e Novo Ensino Médio, reforma educacional sancionada pelo então presidente Michel Temer em 2017. Metodologia: análise de propagandas selecionadas e roda de conversa. Participaram aproximadamente 30 alunos da iniciativa.
T2 — Compreender como estudantes de Ensino Médio identificam figuras de opressão, como colocadas pelo Teatro do Oprimido, em memes, refletindo sobre a linguagem como um sistema de representação simbólica compartilhada por uma determinada população e que constitui uma parte do conjunto que confere autonomia para o uso crítico das mídias. Metodologia: seleção e apresentação, pelos alunos, de memes relacionados ao Teatro do Oprimido, seguido de roda de conversa. Participaram aproximadamente 30 alunos da iniciativa.
T3 — Explorar a relação entre desinformação e pessoas em situação de vulnerabilidade social, analisando seus impactos sociais através de um levantamento quanti-qualitativo e entrevista semiestruturada intermediada por grupo focal. Participaram da pesquisa jovens em cumprimento de medida socioeducativa em meio aberto de Liberdade Assistida e Prestação de Serviço Comunitário e seus familiares. Metodologia: entrevista com os jovens envolvidos e grupo focal para debate. Participaram aproximadamente 15 jovens da iniciativa.
T4 — Analisar a responsabilidade social de empresa e a sua relação com a mídia, dando ênfase a aspectos da produção, em especial, nas condições de trabalho do trabalhador, até chegar ao consumidor final. O trabalho foi realizado via whatsApp com um grupo de estudantes de graduação e pós-graduação da comunicação. Metodologia: discussão sobre exemplos trazidos pelos discentes de graduação e pós-graduação. Participaram aproximadamente 15 alunos da iniciativa.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

As atividades realizadas evidenciam que o público envolvido não foi tratado apenas como uma "fonte de informação". Pelo contrário, buscou-se promover, além da coleta de dados, um espaço para reflexões e a construção de uma visão mais crítica dos processos comunicativos. Os discentes da pós-graduação, ao trazerem os resultados para o debate, também puderam aprofundar a compreensão dos conceitos explorados e da prática do letramento midiático.

Uma das preocupações da docente foi problematizar o envolvimento dos grupos com os demais sujeitos. Esse pensamento dialoga com a concepção de Freire (1983) de que "estamos sendo" no mundo e com o mundo, o que implica uma relação contínua com o meio e a ação transformadora dos indivíduos sobre ele. "[...] sendo mundo do homem, não é apenas natureza, porque é cultura e história, se acha submetida aos condicionamentos de seus próprios resultados". Essa perspectiva reforça a necessidade de compreender a ação a partir de uma base

https://revistaecopos.eco.ufrj.br/
ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

teórica sólida. Dessa forma, integrar a prática a uma disciplina de pós-graduação constitui um avanço significativo na abordagem extensionista.

É interessante observar como as ações foram alinhadas às experiências profissionais dos integrantes, o que fortaleceu a conexão entre teoria e prática. Em T1 e T2, por exemplo, a presença de docentes nas salas de aula contribuiu para uma abordagem contextualizada. Em T3, o envolvimento de um assistente social atuando na prefeitura municipal foi essencial para o trabalho com indivíduos em liberdade assistida. Já em T4, profissionais de comunicação organizacional trouxeram uma perspectiva mais estratégica para as atividades desenvolvidas.

Ao longo do processo, os alunos da pós-graduação se reconheceram como participantes ativos do diálogo, fortalecendo a visão da comunicação como interação. Essa perspectiva foi reforçada pela dinâmica de apresentação e avaliação das ações, o que indica um potencial significativo de continuidade do letramento midiático no contexto profissional, indo além das exigências acadêmicas da disciplina.

A compreensão do interlocutor como sujeito também se destacou. No caso de T2, em que a escola enfrentava desafios relacionados ao uso de mídias sociais, a experiência proporcionou uma oportunidade única de reflexão. Diante de um episódio sensível envolvendo a criação e o compartilhamento de um meme sobre uma docente, os alunos da pós-graduação promoveram uma discussão sobre linguagem midiática e responsabilidade digital, demonstrando um impacto concreto da disciplina.

Em 2024, a disciplina foi ofertada no segundo semestre, com uma estrutura híbrida — presencial para os alunos brasileiros e online via Google Meet para os participantes de Moçambique. A presença de uma doutoranda em estágio docência trouxe suporte adicional ao grupo, enriquecendo as atividades. A composição diversificada dos discentes, incluindo profissionais de design, jornalismo, pedagogia, publicidade, relações públicas, serviço social e sociologia, contribuiu para um debate plural e desafiador, exigindo uma abordagem clara para a definição dos conceitos mobilizados.

Neste período, os trabalhos foram conduzidos por seis grupos, explorando diferentes espaços e públicos: escolas de educação básica, universidades, ambientes de hip hop, e

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

iniciativas online com mulheres de uma organização, jogadores de videogame, e produtores de conteúdo esportivo. O Quadro 4 apresenta uma síntese das atividades realizadas, identificadas como T5, T6, T7, T8, T9 e T10

Quadro 4 – Propostas dos trabalhos de letramento midiático (2024)

T5 — Realizar oficinas de comunicação voltadas para jovens imersos na cultura hip-hop em Bauru, com foco no fortalecimento da representação digital e no combate à desinformação online. A oficina buscou oferecer um espaço interativo para jovens interessados em aprimorar suas habilidades e conhecimentos nas estratégias de mídias sociais. A motivação do grupo foi criar oportunidade de capacitação e empoderamento para possíveis jovens comunicadores. Metodologia: oficinas em espaços diversos sobre o uso da comunicação em favor do movimento hip-hop. Participaram aproximadamente 20 jovens da iniciativa.
T6 — Promover junto a um grupo de mulheres produtoras de conteúdo, reflexões sobre a violência de gênero nos games e esports inclusivos com base em suas vivências e histórias pessoais. Foram realizados encontros virtuais com as participantes com objetivo de debates sobre os conceitos do letramento midiático. Metodologia: rodas de conversa realizadas de forma online. Participaram aproximadamente 10 pessoas da iniciativa.
T7 — Investigar a percepção dos jogadores de Valorant sobre a violência exposta nas mídias e compreender a influência dos jogos de FPS em comportamentos violentos. Um grupo focal foi conduzido com 13 participantes por meio de chamada de vídeo, onde o debate foi estruturado em torno dos conceitos de competência midiática e competência informacional. Metodologia: grupo focal para debate do tema, realizado de forma online. Participaram aproximadamente 13 pessoas da iniciativa.
T8 — Realizar oficina para estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual Prof. Antônio Guedes de Azevedo, na cidade de Bauru, com os temas desinformação e fake news. A oficina teve como objetivo formar habilidades críticas de checagem de fatos, através de um conjunto de metodologias quantitativas e qualitativas, para entender como esses estudantes se informam e quais ferramentas utilizam para checar tais informações. Metodologia: oficinas sobre desinformação seguidas de roda de conversa. Participaram aproximadamente 30 alunos da iniciativa.
T9 — Desenvolver uma pesquisa-ação, junto a alunos da Escola Superior de Jornalismo (ESJ), do país de Moçambique, com objetivo de não só avaliar o estágio de literacia informacional, como também desenvolver mecanismos para que os mesmos consigam enfrentar as desinformações advindas do contexto digital. Para tal, para além da revisão bibliográfica sobre literacia mediática, foram utilizados questionário-diagnóstico, oficina com recurso a Cultura maker e sala invertida de modo a responder a necessidade da literacia digital e informacional. Metodologia: questionário para levantamento de informações e percepções sobre letramento informacional seguido de oficina. Participaram aproximadamente 30 alunos da iniciativa.
T10 — Identificar como noções de Competência em Informação e Midiática são aplicadas pelas integrantes do Grupo de Trabalho Unesp Mulheres na execução de suas atividades, especialmente no contexto da comunicação e da informação em ambientes digitais. Metodologia: levantamento bibliográfico, pesquisa documental, entrevista semiestruturada e aplicação de questionário on-line. Participaram aproximadamente 10 pessoas da iniciativa.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Fonte: Elaborado pelas autoras

As escolhas realizadas pelos grupos foram guiadas principalmente pelos critérios de viabilidade e engajamento. Em T6 e T10, por exemplo, alguns integrantes se identificavam como feministas e buscaram incorporar essa perspectiva às ações desenvolvidas. Esse direcionamento pode ser explicado por dois fatores. Primeiro, no início da disciplina, a docente apresentou a abordagem piagetiana, destacando o papel do afeto como elemento intelectual. Como afirma Piaget (1977, *apud* Pessoa, 2000, p. 102), "[...] vida afetiva e vida cognitiva são inseparáveis, embora distintas. [...] Assim é que não se poderia raciocinar, inclusive em matemática, sem vivenciar certos sentimentos e, que, por outro lado, não existem afeições sem o mínimo de compreensão." Nesse contexto, os alunos foram incentivados a refletir sobre suas motivações para estar na disciplina, além das exigências acadêmicas. Além disso, o próprio caráter engajado do letramento midiático contribuiu para a conexão entre interesses pessoais e práticas extensionistas.

O engajamento profissional também se mostrou relevante. Em T9, duas doutorandas moçambicanas atuavam como professoras na Escola Superior de Jornalismo; em T8, um docente da rede pública de ensino médio conduziu as atividades; e em T5, uma assistente social trabalhou com jovens inseridos na cultura hip-hop. Esses profissionais identificaram com clareza as demandas midiáticas e informacionais dos participantes e buscaram conceitos e metodologias para apoiá-los.

Além disso, os grupos exploraram novos espaços para promover reflexões sobre letramento midiático, incluindo redes sociais digitais, onde indivíduos interagem a partir de interesses comuns (T6 e T7). Nessas atividades, foram analisadas dinâmicas virtuais e os impactos das interações digitais no cotidiano.

Por fim, mesmo considerando a exclusão digital e sua interseção com outras formas de exclusão social, é inegável que a presença do digital permeia inúmeras esferas da sociedade. Como observa Martino (2015, p. 10), "é quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano sem a presença das mídias digitais". A midiatização da sociedade ocorre não apenas pela

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

disseminação de dispositivos tecnológicos, mas também pela forma como se articulam na vida cotidiana.

Esse processo reforça a importância do letramento midiático, permitindo que os indivíduos compreendam, critiquem e participem ativamente das dinâmicas comunicacionais contemporâneas.

> [...] é porque a sociedade crescentemente gerou a necessidade, para processar suas interações, de comunicações mais amplas e abrangentes, mais difusas, mais diferidas, mais registradas, mas também mais ágeis, mais bidirecionais, mais específicas e especializadas, mais diversas, mais eficazes (etc.) que foi desenvolvendo mais e mais procedimentos e tecnologias mediáticas. (Braga, 2004, p. 227).

Entre as ideias trabalhadas, cabe destacar que não há uma postura dicotômica entre o online e o off-line, sobretudo ao considerar as relações sociais. Com a percepção de que mídias sociais estão integradas ao cotidiano, não cabe pensá-las de forma isolada. Afinal, como apontam Miller *et al.* (2019), as mídias sociais, mais do que meios de comunicação, são lugares onde convivemos e, ao considerarmos as relações sociais, é preciso abordá-las por meio de uma interação integrada.

Entre as relações, T10 trouxe para o debate o ambiente organizacional como um locus onde as competências midiáticas e informacionais também devem ser trabalhadas. Tal perspectiva faz parte do conteúdo da disciplina, que também articular o letramento midiático à comunicação organizacional. Andrelo (2016) e Almeida e Andrelo (2022) apontam o desenvolvimento das competências relacionadas com a comunicação nos empregados das organizações como forma de torná-los sujeitos ativos nos processos comunicacionais. Tal postura perpassa por dois postulados - a comunicação não é meramente inata e configura-se como um direito dos cidadãos.

> Isso significa que precisa ser aprendida, para além dos códigos linguísticos e normas do bem dizer, e que precisa ser garantida. Ampliar a formação para aspectos interligados à comunicação fortalece o direito à liberdade de expressão e, em ambientes organizacionais, pode trazer benefícios à imagem organizacional. (Almeida; Andrelo, 2022, p. 14).

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

A diversidade de espaços requereu atenção à metodologia trabalhada. Parte da disciplina foi dedicada a pensar em estratégias metodológicas que permitissem, à luz dos objetivos dos grupos, levar debates de letramento midiático, considerando as demandas dos envolvidos, de forma que também gerassem informações científicas. A ação-reflexão, novamente, se deu pela roda de conversa realizada na disciplina e pela produção escrita de um artigo científico no formato de relato de experiência.

É importante destacar que foram relatados dez trabalhos desenvolvidos em diferentes espaços e com propostas variadas. Cada grupo adotou a metodologia mais adequada às suas necessidades, visando competências específicas, conforme sintetizado no Quadro 4. Grande parte das abordagens foi ancorada na análise de exemplos midiáticos, enquanto um número menor de grupos optou pela produção midiática.

Independentemente da escolha metodológica, todos os grupos incluíram formatos de reflexão coletiva, seja presencialmente ou no ambiente online, como as rodas de conversa. Ao trazer essas experiências para a disciplina da pós-graduação, mais do que um simples relato, tornou-se essencial problematizar a própria noção de metodologia. Ela não apenas representa o meio para viabilizar ações de letramento midiático, mas também se configura como uma ferramenta para coleta de dados, fortalecendo a articulação entre pesquisa e práticas empírica

A própria ideia de formar pessoas com leitura crítica de mídia foi problematizada pelos alunos da disciplina. Buscamos em Terrero (2011) a ideia de que ser crítico passa pela identificação do sujeito com sua própria cultura, valores e significados. Quanto mais profunda for a identificação cultural e ética do receptor, maior será sua capacidade crítica ao se deparar com um texto que contrarie seus valores. A identidade cultural é vista como ponto de partida e a compreensão crítica como possibilidade de poder e controle sobre os processos de interpretação.

Com essa perspectiva, tornou-se essencial buscar meios para interpretar quem era o sujeito antes das ações realizadas e como se transformou a partir delas. Nesse contexto, destaca-se uma das limitações da extensão da pós-graduação por meio da disciplina: o tempo reduzido para a implementação de atividades de letramento midiático e para o acompanhamento do

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

desenvolvimento dos envolvidos. Ainda assim, o fato de os alunos atuarem nos territórios trabalhados sinaliza a possibilidade de continuidade das ações de letramento midiático, ampliando seu impacto e promovendo avanços na formação crítica dos participantes.

Considerações finais

Articular a pesquisa e a formação de pesquisadores às demandas sociais continua sendo um desafio para os programas de pós-graduação, especialmente ao reconhecer a presença do outro no processo comunicativo. Ou seja, mais do que desenvolver pesquisas que contribuam para a resolução ou mitigação de problemas concretos da sociedade, é fundamental que o processo se baseie em uma relação dialógica, promovendo o intercâmbio de conhecimento e a construção coletiva de soluções

Não se trata, portanto, de aplicar uma metodologia específica, mas sim de incorporar a dimensão política proposta por Paulo Freire, entendendo o diálogo como um ato de conhecimento que deve ocorrer no plano social, com um compromisso genuíno com a justiça social e a igualdade entre as pessoas. Lima (2011), ao explorar as ideias freirianas, reforça que o conhecimento é um ato de engajamento e que a comunicação, enquanto diálogo, exige coparticipação e reciprocidade. Dessa forma, mais do que simplesmente compartilhar códigos e símbolos, cada indivíduo deve, primeiro, reconhecer-se como sujeito ativo no diálogo e, em seguida, enxergar seu interlocutor como sujeito igualmente participativo no processo

Essa abordagem de reconhecimento do outro constituiu um dos pilares da disciplina *Media Literacy*, que, a partir de 2023, passou a adotar um perfil extensionista. Os alunos foram incentivados a conhecer os grupos com os quais atuariam, levando em consideração aspectos como o consumo de mídia e os valores atribuídos a esse consumo. Embora existam pesquisas sobre o tema, a proposta foi priorizar a observação direta do grupo para, então, definir a metodologia mais adequada. Para a docente, esse aspecto foi essencial: mais do que simplesmente desenvolver e aplicar ações, era fundamental compreender as necessidades e perspectivas dos sujeitos envolvidos.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Esse processo apresenta tanto contribuições quanto limitações. Ao atuarem em campo, dentro da abordagem adotada pela disciplina, os pesquisadores se posicionaram como interlocutores dos públicos envolvidos. Mesmo com um tempo reduzido — apenas um semestre —, foi necessário estabelecer diálogos reais e compreender os indivíduos, que não eram apenas uma amostra da sociedade para coleta de dados, mas sujeitos ativos na construção do conhecimento. Assim, ao considerar o diálogo como um dos resultados no âmbito do PPGCom, amplia-se a percepção sobre os impactos potenciais da extensão universitária.

De acordo com relatos dos discentes da pós-graduação, os participantes das ações não apenas se sentiram motivados, mas também engajados na reflexão sobre seus próprios hábitos de consumo midiático. Para os alunos, esse engajamento representa um resultado autêntico e significativo, evidenciando o papel da extensão na formação crítica.

Outro aspecto relevante é a perspectiva da ação-reflexão, especialmente ao avaliar os resultados obtidos. Como mencionado anteriormente, os próprios alunos buscaram aprofundar os conceitos relacionados ao sujeito crítico, reconhecendo que cada indivíduo lê e interpreta a mídia a partir de suas próprias referências. Além disso, refletir sobre quem são e quem se tornam os leitores e produtores de mídia implica considerar sua inserção em diferentes culturas.

Apesar das limitações inerentes às ações desenvolvidas no âmbito da disciplina — como a duração reduzida e a quantidade de participantes —, destaca-se o caráter coletivo da iniciativa. Em contraste com a estrutura de teses e dissertações, que tende a se concentrar na relação entre orientador e orientando, as disciplinas permitem que alunos com diferentes objetos de pesquisa e trajetórias acadêmicas se reúnam para aplicar ações concretas. Dessa forma, embora a curricularização da extensão não deva se restringir à oferta de disciplinas, a experiência descrita demonstra que este pode ser um ponto de partida promissor para refletir sobre o impacto social da pós-graduação.

Referências

ANDRELO, Roseane. A comunicação em Paulo Freire e a alfabetização midiática: relações possíveis como contribuições epistemológicas. In: *Communication in Paulo Freire and media literacy:* possible relationships as epistemological Contributions. Razón Y Palabra, v. 27, a. 116, 244–259, 2023. 4

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

ALMEIDA, F.T.; ANDRELO, R. *Relações Públicas Educativas*: educação para a comunicação nos ambientes organizacionais. Bauru: Canal 6, 2022.

ANDRELO, R. *As Relações Públicas e a Educação Corporativa*: uma interface possível. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2016.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Ciências. Academia Brasielira de Ciência. *Universidades públicas respondem por mais de 95% da produção científica do Brasil.* Publicada em: abr. 2019. Disponível em: https://www.abc.org.br/2019/04/15/universidades-publicas-respondem-por-mais-de-95-da-producao-cientifica-do-brasil/. Acesso em: 27 set. 2024.

BÉVORT, Evelyne; BELLONI, Maria Luiza. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. *Educação e Sociedade*, v. 30, p. 1081-1102, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf. Acesso em: 27 set. 2024.

BRAGA, José Luiz. Os estudos de interface como espaços de construção do campo da comunicação. *Contracampo*, n. 10/11, p. 219-236, 2004. Disponível em: https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17381. Acesso em: 27 set. 2024.

BRASIL. Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. *Estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior brasileira*. Disponível em: https://abmes.org.br/legislacoes/detalhe/2665. Acesso em: 27 set. 2024.

BUCKINGHAN, David. *Media education* – literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

BUCKINGHAM, David. *The media education manifesto*. Cambridge, UK; Medford, MA, USA: Polity Press, 2019.

CASTRO, Luciana Maria Cerqueira. A universidade, a extensão universitária e a produção de conhecimentos emancipadores. Reunião Anual da ANPED, Caxambu, 2009. Disponível em: http://www.anped.org.br/reunioes/27/inicio.htm. Acesso em: 27 set. 2024.

DEUS, Sandra de. *Extensão Universitária*: trajetórias e desafios. Santa Maria, RS: Ed. Pré-UFSM, 2020.

ESCOTEGUY, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais*: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

I FORPROEX. Encontro de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, 1987, Brasília. *Conceito de Extensão, Institucionalização e Financiamento*. Disponível em: http://www.renex.org.br/ documentos/Encontro-Nacional/1987-I-Encontro-Nacional-do-FORPROEX.pdf . Acesso em: mar. 2012.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler* – em três artigos que se completam. 41. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido.* 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HALL, Stuart. *Da diáspora:* identidades e mediações culturais. Tradução de Adelaine La Guardia Resende, Ana Carolina Escosteguy, Claudia Alvares, Francisco Rudiger e Sayonara Amaral. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Apicuri, 2016.

LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e cultura*: as ideias de Paulo Freire. 2. ed. Brasília: UnB, 2011.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. *Teoria das mídias digitais*: linguagens, ambientes e redes. 2. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

MASTERMAN, Len. *Teaching the media*. Nova Iorque: Routledge, 2005.

MILLER, Daniel *et al*. *Como o mundo mudou as mídias sociais*. Tradução de João Osvaldo Matta. Londres: UCL Press, 2019.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. *Metodologia científica:* um manual para a realização de pesquisas em Administração. UFG, 2011.

PESSOA, Vilmarise Sabim. A afetividade sob a ótica psicanalítica e piagetiana. *Publicatio UEPG – Ciências Humanas,* v. 8, n. 1, p. 97-107, 2000. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/humanas/article/view/12. Acesso em: 26 jul. 2022.

SILVEIRA, Hélder Eterno da; FERREIRA, Olgamir Amancia. Extensão na pós-graduação: avanços necessários para o desenvolvimento da pesquisa científica no Brasil. *Em Extensão*, Uberlândia, v. 23, n. 1, p. 1-22, 2024.

TERRERO, José Martínez de Toda y. Avaliação de metodologias na educação para os meios. In: CITELLI, Adilson.; COSTA, Maria Cristina Castilho. (Orgs). *Educomunicação:* construindo uma nova área do conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo:* porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2012.

UNESP. *Edital PROPG/PROEC n. 18/2024 Curricularização da Extensão na Pós-Graduação*. 2024.

UNESP. Mestrado e Doutorado em Comunicação. Apresentação. Disponível em: https://www.faac.unesp.br/#!/pos-graduacao/mestrado-e-doutorado/comunicacao/. Acesso em:

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440

Roseane Andrelo - Universidade Estadual Paulista – Unesp
Doutora em Educação Escolar, Unesp de Araraquara. Mestra em Comunicação Midiática, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Professora da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp). Autora do livro *As relações públicas e a educação corporativa.*
E-mail: roseane.andrelo@unesp.br .

Aline Lisboa - Universidade Estadual Paulista – Unesp
Doutora em Mídia e Tecnologia e doutoranda em Comunicação midiática, Unesp. Mestra em Comunicação e cultura, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Publicidade e Propaganda, Universidade Tiradentes. Professora da Universidade Estadual Paulista, Unesp (Campus Bauru).
E-mail: aline.lisboa@unesp.br.

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025
DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28440