

# EDUCOMUNICAÇÃO NA CULTURA DIGITAL:

Desafios e perspectivas na formação pastoral

# EDUCOMMUNICATION ON THE DIGITAL CULTURE:

Challenges and perspectives  
on the pastoral education

*Helena Corazza\**

\* Helena Corazza, jornalista, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Diretora do SEPAC, docente no ITESP. [helena.corazza@paulinas.com.br](mailto:helena.corazza@paulinas.com.br)

## **Resumo:**

Ao tratar da Educação para a comunicação na cultura digital o artigo conceitua comunicação e educação como processo relacional que tem sua base antropológica e da Educomunicação que une os dois conceitos, apoiada em autores brasileiros e latino-americanos. Menciona as visões interpretativas da comunicação que tem seu foco no poder dos meios e no emissor e privilegia a mediação que tem o sujeito como interlocutor. Neste lócus entende a Educomunicação na cultura digital com seus desafios e perspectivas na formação pastoral, que inclui a educação e a ética do sujeito responsável. Numa sociedade plural importa educar-se para a reflexão, a produção e a leitura crítica dos processos comunicacionais e dos produtos da mídia.

**Palavras-chave:** educomunicação, cultura digital e formação pastoral.

**Abstract:**

When dealing with Education for communication on the digital culture, the article conceptualizes communication and education as a relational process, which has an anthropological foundation, and the Educommunication, that gathers the two concepts, supported by Brazilian and Latin-American authors. It mentions the interpretative visions of communication that has its focus on the power of the means and the issuer, and privileges the mediation, which holds the speaker as the subject. This locus understands the Educommunication at the digital culture with its challenges and perspectives at the pastoral education and the ethics of the responsible subject. In a plural society it matters to educate oneself for reflection, production and the critical reading of the communicational processes and media products.

**Keywords:** Educommunication, digital culture and pastoral education.

**Introdução**

Comunicação e Educação, duas áreas de conhecimento que interagem na construção de um processo relacional. Neste sentido o campo da comunicação trabalha nas inter-relações indicando que ela faz parte do cotidiano, na produção, circulação e mediação na sociedade contemporânea.

A Educomunicação ou educação para a comunicação pode ser, ainda, pouco conhecida em alguns ambientes. Ela reúne os conceitos de educação e de comunicação embasados nos valores humanos e cidadãos, e o comprometimento social e de transformação fazem parte do conceito, também na cultura digital. Em sua base teórica, recupera os valores da comunicação popular e alternativa, aplicada pela Igreja na América Latina, sobretudo a partir da década de 1960. Os pressupostos fundantes são: o diálogo e a participação das pessoas na ação no mundo, bem como a necessidade de ser e agir enquanto sujeitos dos processos da comunicação na produção, mantendo atitude crítica na recepção das produções da mídia.

A comunicação tornou-se o eixo articulador da sociedade e das pastorais, área complexa e desafiadora, sobretudo para quem assume a missão de evangelizar servindo-se da mídia e das redes sociais. Por isso, além dos valores éticos que a caracterizam, há um modo de comunicar na Igreja e nas pastorais que tem, em sua base, a educação para a comunicação.

## Comunicação e educação, entendendo os conceitos

Ao abordarmos a temática da comunicação importa re-  
cordar, a dimensão antropológica, como processo relacional  
onde o ser humano se coloca ou deveria ser sujeito do proces-  
so, devido a tendência de reduzi-la a meios ou a tecnologias.  
De fato, a comunicação é atualmente um conceito complexo  
envolvendo pessoas, aparatos tecnológicos, empresas, pro-  
dução e circulação de produções midiáticas tanto nos meios  
de massa quanto no digital.

Na comunicação chamada de massa, pela reprodução in-  
dustrial, uma das visões que predominou até os anos 1970-  
1980 foi o Funcionalismo norte-americano, temos também a  
Escola de Frankfurt com uma visão mais crítica. Essas duas  
correntes de interpretação da comunicação têm em comum  
uma visão unidirecional que considera a comunicação a par-  
tir do poder dos meios, tanto para persuadir quanto para  
alienar. A vertente dos Estudos Culturais ingleses, com re-  
presentação na América Latina, considera a comunicação a  
partir da cultura e introduz o conceito de mediação, sinali-  
zando um deslocamento na interpretação do eixo da comu-  
nicção dos meios para as mediações, ou seja, para as articu-  
lações entre práticas de comunicação e movimentos sociais,  
para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das  
matrizes culturais.<sup>2</sup>

Entendida como mediação, que desloca a análise do meio  
de comunicação, propriamente dita para onde o sentido é  
produzido, para o âmbito dos usos sociais, das mediações  
culturais da comunicação, a comunicação permeia a vida co-  
tidiana nas práticas e nos relacionamentos. Esta abordagem  
também se aplica a todas as áreas das práticas pastorais, que  
expressam o ser e o agir das comunidades na comunicação e  
vivência da fé e no diálogo com a sociedade.

Ao situar-nos nos princípios da formação educomunica-  
tiva é indispensável perguntar-nos: de que educação e for-  
mação estão falando? Uma formação que modela de fora  
para dentro ou que trabalha o ser humano a partir de dentro,  
considerando sua autonomia e ajudando-o a despertar as po-  
tencialidades e assumir seu lugar na sociedade? Concorda-  
mos com Adorno quando diz que a formação não pode ser  
chamada modelagem de pessoas, porque não temos o direito  
de modelar pessoas a partir do seu exterior; mas também não  
é a mera transmissão de conhecimentos, cuja característica  
de coisa morta já foi mais do que destacada, mas a produção  
de uma consciência verdadeira.<sup>3</sup> Para o filósofo este aspecto

<sup>2</sup> Cf. J. MARTÍN-  
-BARBERO, De los  
medios a las media-  
ciones. Comunicaci-  
ón, cultura y hegemo-  
nía. Barcelona: Gilli,  
1987.

<sup>3</sup> Cf. T. W. ADORNO,  
Educação e emanci-  
pação. São Paulo: Ed.  
Paz e Terra, 2006.

é da maior importância política e uma exigência, pois uma democracia requer pessoas emancipadas.

A formação educacional no contexto da comunicação e cultura envolve o conhecimento e a reflexão das áreas da comunicação e da educação, pois vê o ser humano como sujeito situado numa teia de relações onde a comunicação se torna cultura cotidiana, não só pelo acesso às tecnologias, mas pelo modo de relacionar-se, produzir e distribuir as informações. Fazendo parte da vida cotidiana e dos espaços educacionais, a comunicação possui muitas formas de se manifestar e de ser entendida, desde o aspecto apenas técnico e funcional ao de cultura em que os sujeitos apropriam-se, reinterpretam, recriam e produzem novos sentidos.

O boliviano Luís Ramiro Beltrán, em seu memorável trabalho *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal* (1981) discute a necessidade de uma nova ordem na comunicação do Terceiro Mundo para se libertar do colonialismo, sobretudo, norte-americano. Ele considera a comunicação não como uma questão técnica, mas política e propõe democratizar a comunicação tanto no conceito quanto na prática. Para que aconteça a comunicação horizontal coloca alguns requisitos como: acesso, diálogo, participação, direito à comunicação. Para ele:

O diálogo é o eixo da comunicação horizontal porque, se o objetivo é a genuína interação democrática, todas as pessoas deveriam ter oportunidades semelhantes para emitir e receber mensagens com o propósito de se evitar o monopólio da palavra no monólogo.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> L. R. BELTRÁN, *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal*. In: *Revista Comunicação e Sociedade*, 6 (1981) pp. 5-35.

A busca de uma comunicação em que as pessoas sejam protagonistas e possam interagir na reelaboração das mensagens, faz com que se elabore um novo olhar. Este caminho interpretativo da comunicação busca também explicar práticas comunicacionais e educativas coerentes com os novos modos de ver a comunicação a partir da cultura e não mais a partir dos meios. Essas e outras características constituem a matriz da comunicação comprometida com a transformação social e a cidadania.

O caminho da democratização da comunicação com processos horizontais a partir do popular foi levado adiante por pensadores comprometidos com as mudanças; dessa forma há o deslocamento do conceito de análise dos meios para as mediações, conforme Martín-Barbero, que passam pelo vetor da apropriação do sujeito interlocutor neste processo.

Um dos desafios se coloca no processo relacional, na interação do ser humano com o contexto onde vive, por isso, reconhecendo-se comunicação por natureza, ele precisa aprender a ser. O que se é por natureza, precisa ser assimilado e aperfeiçoado cada dia de novo, na atitude de aprendiz permanente, cultivando o que se é, mas também aprendendo a conviver. Esta é uma busca contínua exigida pelo ato de comunicar, o que requer capacidade e abertura constantes para viver a comunicação e exercitá-la, indo ao encontro do outro, em atitude dialógica, conforme Freire:

O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo.[...] 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.<sup>5</sup>

Uma questão fundamental na comunicação é a possibilidade do diálogo, da escuta, da interação, da troca de saberes, entretanto, é um espaço conflitivo de competição e interesses. Ao lado desse modelo é possível se ter uma comunicação unidirecional que pode levar à submissão e não ao diálogo até pela falta de consciência de que o ser sujeito faz parte dele e não é algo a ser reivindicado, mas precisa ser consciente de si mesmo e que interage com o mundo e com os outros homens.

A comunicação e a educação, que tem como pressuposto o ser humano como parte do processo de produção e circulação do conhecimento, assume uma postura mediadora de construir juntos o conhecimento e a capacidade de despertar e o desejo de participar e criar:

A tarefa do educador, então, é a de problematizar aos educandos o conteúdo que os mediatiza, e não a de dissertar sobre ele e dá-lo, de estendê-lo, de entregá-lo, como se tratasse de algo já feito, elaborado, acabado, terminado.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Cf. P. FREIRE, *Extensão ou Comunicação?* 6<sup>a</sup> Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

<sup>6</sup> *Idem.*

## A questão do sujeito

O sujeito é uma categoria que se destaca na comunicação vista e produzida a partir do processo relacional e de sua inserção na sociedade, sendo ele compreendido como sujeito social que se constrói, interage e, ao mesmo tempo, é *construtor de significado e ação social*. São muitas as interpretações ao redor do conceito do sujeito, que assume diferentes

facetas de acordo com os contextos socioculturais e diferentes temporalidades. Hall (1999) caracteriza três momentos e situações de como ele é entendido, de acordo com a realidade social e cultural: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno, com modos de agir e reagir de acordo com as realidades. Latour (2012) traz uma discussão complexa em relação à introdução da teoria ator-rede onde o sujeito se constitui na interação com as coisas. Para o autor, reagregar o social passa da ideia de sociedade àquela de coletivo, um coletivo pensado como o que pode ser constituído por diferentes atores humanos e não humanos, em que os objetos se fazem coisas no lugar dos atores humanos.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Cf. B. LATOUR, Re-agregando o Social. Uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador / Bauru: EDUFBA / EDUSC, 2012.

Mesmo diante das diferentes compreensões e interpretações e dos limites vividos na sociedade líquida, a opção é por esta categoria que entende o sujeito como alguém capaz de influir em favor da mudança:

O ator não é aquele que age em conformidade com o lugar que ocupa na organização social, mas aquele que modifica o meio ambiente e, sobretudo social no qual está colocado, modificando a visão do trabalho, as formas de decisão, as relações de dominação ou as orientações culturais.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Cf. A. TOURAINE, Crítica à modernidade. Petrópolis, Vozes, 1994.

Ao abordar o tema: ética do sujeito responsável, Morin afirma que nossas finalidades não são impostas, no sentido que, nas nossas sociedades individualistas, a ética não se impõe imperativamente nem universalmente a cada cidadão. Cada um terá que escolher por si mesmo os seus valores e ideais, isto é, praticar a auto-ética. Mas a escolha requer a capacidade de assumir e se comprometer.

Eleger nossas finalidades implica integrá-las profundamente em nossos espíritos e almas, jamais esquecê-las, jamais renunciar a elas, mesmo se perdermos a esperança de constatar sua realização.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Cf. E. MORIN. A cabeça bem-feita. Repensar a reforma e repensar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

Ao tratar a ética do sujeito responsável, Morin afirma que o problema da responsabilidade deve ser colocado em termos complexos. Segundo ele, a ética política deve conter algumas ideias-guia entre elas, a ética da religação, do debate, da compreensão, da resistência. Para o pesquisador, a ética não se pode reduzir ao político: Somente esta dialógica poderá fazer da política, essa arte da incerteza, uma grande arte que seja posta a serviço do ser humano.<sup>10</sup> Uma educação que se baseie no processo dialógico entre quem ensina e quem

<sup>10</sup> Idem.

aprende, onde tais papéis estariam intrinsecamente ligados e onde o sujeito, seja o formador ou o formando, possa transitar a partir da dinâmica do processo educativo.

Esta visão do processo da comunicação é entendida por Kaplún (2011) como algo que vai além dos meios, podendo incluir ou não as tecnologias, uma vez que o autor a trabalha a partir da experiência comunicacional. O que se privilegia aqui são as mediações sociais e culturais, sem uma visão redutora de comunicação.

Creemos que é fundamental ultrapassar esta visão redutora e postular que a Comunicação Educativa abarca certamente o campo da mídia, mas não apenas esta área: abarca também, e em lugar privilegiado, o tipo de comunicação presente em todo processo educativo, seja ele realizado com ou sem o emprego de meios. Isso implica considerar a comunicação não como um mero instrumento midiático e tecnológico, e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico.<sup>11</sup>

Sendo a comunicação um componente pedagógico, trabalhado como processo, é claro que o ponto de partida não pode ser o de um olhar fundamentado na tecnologia e sim no processo relacional. Kaplún problematiza o paradigma de educação centrada no olhar das tecnologias, pergunta se uma racionalidade pedagógica, não representará um estancamento e, talvez, uma involução que retrata a educação bancária, tantas vezes condenada por Freire, agora com moderna versão de caixa automático dos bancos. Este olhar da formação que, a partir da comunicação enquanto processo privilegia o sujeito ator abrindo para a criação e a interatividade, envolve intervenções sociais e culturais.

### **Educomunicação e mediação cultural**

Pensar a Educomunicação a partir da cultura é situá-la na reflexão dos Estudos Culturais, sobretudo latino-americanos, nos quais o conceito de mediações culturais que compreendem a produção e a recepção da comunicação enquanto cultura que requer um espaço de negociação. De fato, a reflexão e as práticas são perpassadas pela cultura, que é fundamental para interpretar os processos sociais por meio dos quais os produtores e os interlocutores vão atribuindo sentido às práticas sociais cotidianas. Essa atribuição de sentido vai sendo incorporada nos diferentes momentos do dia a dia, que inclui a relação com os produtos culturais que chegam pela mídia,

<sup>11</sup> M. KAPLÚN. Processos educativos e canais de comunicação. In A. CITELLI e M.C.C. COSTA, (Orgs.). Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011, pp. 175-186.

<sup>12</sup> Cf. M. WOLF, *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.

em que se dá a atribuição de sentido à realidade, à evolução de uma cultura, de práticas sociais compartilhadas de uma área comum de significados.<sup>12</sup>

Na América Latina, Martín-Barbero trabalha a comunicação a partir da cultura e considera que há um deslocamento, uma ruptura com o que se entende por comunicação midiática, que se organiza em empresas que produzem e transmitem com aparatos tecnológicos e sistemas de circulação, talvez, sem considerar os elementos culturais e os processos.

A cultura, por sua vez, é um conceito complexo e com muitos significados, desde cultivar o solo ao desenvolvimento das faculdades do intelecto por meio de práticas apropriadas. A cultura é uma ideia historicamente determinada, mas também um conjunto de práticas e modos de vida de uma sociedade. Com a indústria as produções culturais passam a ser consideradas como mercadoria e consumo, numa visão centrada nos meios como produtores e transmissores de cultura. Mas cultura também são as práticas culturais que se expressam na vida cotidiana, diferentes modos de ser e viver. Cultura e cotidiano encontrariam mútua relação de influência, sobretudo na acepção da vida cotidiana sustentada na capacidade de o indivíduo conduzir a vida. A constatação de que a mídia faz parte da experiência cotidiana e provoca mudanças nos hábitos de consumo e no modo de pensar e ver a vida.

Para entender as mediações, Martín-Barbero se serve do conceito de hegemonia, elaborado por Gramsci, que possibilita pensar o processo de dominação social não como imposição a partir de fora e sem sujeitos, mas na relação com alguém que representa interesses reconhecidos como seus pelo outro, e sendo negociados. Dessa forma, a hegemonia é um processo que se faz e se desfaz permanentemente num processo vivido, feito não só de força, mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Cf. J. MARTÍN-BARBERO. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gilli, 1987.

Adotando o conceito de hegemonia, com a negociação de sentidos, estabelece-se uma ruptura entre uma visão a partir do poder dos meios de comunicação e introduz-se uma nova forma de compreender as relações comunicacionais a partir da cultura; desloca o olhar do emissor para o receptor, agora considerado participante e interlocutor. Neste sentido o emissor, seja ele produtor de conteúdo ou educador, não é mais o alvo central da análise e compreensão dos processos comunicacionais, mas o interlocutor, tratado como sujeito do processo que vivencia as práticas culturais.



Os estudos culturais aplicam-se a pesquisas sobre consumo da comunicação de massa e se tornam espaço de negociação de sentido entre práticas comunicativas diferenciadas. Dessa forma, as práticas sociais e o cotidiano se confundem, pois é ali que o interlocutor das mídias dá sentido à vida, ressignifica, reinterpreta, modifica as mensagens que recebe a partir de seu contexto e situação social, política, cultural.

Ao identificar outra chave de interpretação para a comunicação a partir das mediações, como nos estudos de recepção, o autor assegura que este é um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação, não mais em etapas, mas a partir do processo. Ele parte do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação.<sup>14</sup>

A cultura da comunicação aqui entendida como modo de vida onde a comunicação adquire centralidade pela presença na vida cotidiana conforme Martín-Barbero, que propõe pensar a educação a partir da comunicação. A comunicação como cultura envolve, portanto, as formas e expressões do ser humano enquanto sujeito do processo, ou seja, alguém que convive, lê a realidade e procura interferir com ações e também produz sentidos e não apenas reproduz. A comunicação como cultura leva a trabalhar não só a comunicação na educação, mas um pensar comunicacional nas interfaces, que incluem a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade. Entendemos que pensar comunicacionalmente não é apenas usar meios de comunicação ou as tecnologias na educação ou na pastoral, mas pensar e agir a partir do olhar da comunicação, dos processos, em qualquer temática, considerando a centralidade da comunicação independente do uso de meios ou tecnologias.

### **Cultura digital e linguagens**

As expressões plurais e sensoriais na linguagem oral, escrita, sonora, imagética, digital, de forma linear ou não linear, são maneiras de conhecer e narrar o mundo com janelas simultâneas, potencializadas pelas conexões mediadas pelas tecnologias. A linguagem é uma característica própria do ser humano, enquanto racional, o que possibilita sua interação social. Essa capacidade comunicativa no convívio social favorece a troca de mensagens, produzidas por um sistema de

<sup>14</sup> Cf. J. MARTÍN-BARBERO. Pretextos. Calli: Centro Edit. Universidade del Valle, 1995.

signos verbais, sonoros, visuais e táteis, que evoluem com as combinações e a hibridização da linguagem, de modo que a comunicação está em trânsito, e se torna necessário estabelecer diálogos para a ampliação do campo educativo e comunicacional.

O ser humano manifesta de forma privilegiada a sociabilidade como dimensão essencial do existir. A linguagem unifica o mundo dos objetos e dos sentidos sendo fundamental na organização da vida social, nas inter-relações, assumindo diversidade de formatos na produção pela mídia. O sentido das linguagens abordado é da complexidade das maneiras de narrar, assumidas pela mídia, da linguagem verbal, passando pelo texto escrito, visual, sonoro e do hipertexto; linguagens complexas, que resultam da capacidade de se cruzar, numa mesma situação, vários tipos de signos, hibridizando-os.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Cf. A. CITELLI, Palavras, meios de comunicação e educação. São Paulo: Cor- tez, 2006.

O conhecimento das técnicas faz parte da formação para a comunicação. Uma reflexão sobre os modos de narrar nas diferentes mídias quer contribuir para que as técnicas sejam tratadas como linguagens e novas possibilidades de comunicar. No campo da comunicação as linguagens caracterizam-se como técnicas, dispositivos do saber das coisas práticas, como produção de programas de rádio, narrativas de vídeo e televisão e também para as mídias digitais. A apropriação de técnicas como linguagens que estimulam o pensar, o olhar, o ouvir, o tátil, a sensorialidade, a navegação, no caso da web, numa forma de combinações que expressam novas linguagens e a rede.

Se o texto escrito foi hegemônico por mais de quatro séculos, na cultura de Gutenberg, a contemporaneidade está marcada pela velocidade, componente determinante das novas formas de acesso ao conhecimento e à convivência na galáxia da internet. O avanço das mídias comunicacionais transformou a natureza da interação social, uma vez que elas não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro; ao contrário, novas formas de agir e interagir são criadas entre pessoas e coisas, por linguagens, da oralidade aos bits.

O fenômeno técnico nasce com a aparição do homem, depois enquadrado pelo discurso filosófico onde a palavra técnica carrega o duplo sentido: de conhecimento de *technè*, a arte, o saber das coisas práticas, para depois entrar no processo de cientificação com o surgimento da tecnociência que hoje se chama tecnologia. A *epistemè*, o conhecimento, o saber das coisas teóricas, é mais identificada com o pensamento abstra-

to. A técnica é uma forma de descobrir, desvelar as diferentes linguagens que transitam entre a *episteme* e a *technè*, o que requer novas habilidades e saberes para expressar.

A cibercultura tem lógicas próprias com linguagem não linear e interativa, sendo potencialmente um espaço democrático, pela liberação do polo do emissor. O processo comunicacional muda, pois, na rede, qualquer um pode produzir conteúdo, enquanto na comunicação de massa a competência é dos jornalistas, profissionais e empresas. Com o acesso ao código, qualquer pessoa pode: produzir, postar em seu blog, site ou nas redes sociais digitais. Essa reconfiguração pode ser percebida na combinação de diferentes linguagens em texto, som, imagens estáticas ou em movimento e navegabilidade, conforme projeto da arquitetura da informação, culminando em redações convergentes com um novo profissional.

Desde a escrita, que separa enunciador e enunciado, ou seja, o espaço, e age como instrumento de memória, o tempo, passando pelo telégrafo, telefone, rádio, televisão e, hoje, a internet, é uma mesma ação de emitir informação para além do espaço e do tempo com diferentes temporalidades. Cada transformação midiática altera nossa percepção espaço-temporal. André Lemos caracteriza a cibercultura nas mudanças na cultura contemporânea, associadas às tecnologias digitais e que envolve o ciberespaço, como simulação do tempo real pelo processo de virtualização e como cria assim uma nova relação entre a técnica e a vida social.

Compreender os desafios da cibercultura nos obriga a buscar, nas raízes do fenômeno técnico, a compreensão da cultura contemporânea. Não podemos compreender os paradoxos, as potencialidades e os conflitos da tecnologia na atualidade sem uma visão da história da tecnologia e de seus simbolismos respectivos, sem ter percorrido as principais correntes da filosofia da técnica.<sup>16</sup>

Para o autor é preciso mudar o olhar e buscar novas ferramentas para compreender o fenômeno técnico-científico contemporâneo. Trata-se de um novo paradigma sociocultural, um novo tribalismo e formas de comunicação gregárias no ciberespaço. Lemos assinala um primeiro problema que se apresenta em relação à própria definição de cibercultura. Trata-se de uma relação que se estabelece pela emergência de novas formas sociais que surgiram a partir da década de 1960, a sociabilidade pós-moderna, e das novas tecnologias

<sup>16</sup> Cf. A. LEMOS. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

digitais. Esta sinergia vai criar a cibercultura e este novo quadro da civilização contemporânea é o seu berço, entendendo que o seu surgimento não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporâneas.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Idem.

A conectividade possibilita novas formas de vinculação e interação em que o ser humano se relaciona mediado pelas tecnologias, enviando e recebendo mensagens em tempo real em linguagens sonoras, textuais, imagética e também pelo simples contato de estar na rede, uma vez que a essência da rede é a conexão. O meio (mídia) conectado por excelência é a tecnologia que torna explícita e tangível essa condição natural de interação humana<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Cf. D. KERCKHOVE. A pele da cultura. Relógio D'Água: Lisboa, 1997.

De fato, as redes não são apenas técnicas, mas espaços sociais, que configuram a sociabilidade na esfera pública. Elas misturam lógicas, velocidade e temporalidade tão diversas como as que entrelaçam as narrativas orais, com a intertextualidade das escritas e a intermedialidade do hipertexto.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Cf. J. MARTÍN-BARBERO, A comunicação na educação. São Paulo: Contexto, 2014.

Em 2002 o Pontifício Conselho das Comunicações Sociais publicou dois documentos abordando o tema da cultura digital: Igreja e Internet e Ética na Internet. Nesses documentos é possível identificar a abertura da Igreja para a cibercultura, pois mostram que a educação e a formação constituem área de desafios e oportunidades e que a Igreja deve oferecer uma educação mediática deste gênero. Referindo-se à formação são lembradas crianças, jovens, lideranças para que se preparem e tenham discernimento. O incentivo é de que as pessoas estejam na Internet de forma criativa para assumirem as responsabilidades que lhe cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir sua missão. Esse documento volta a recomendar a formação aos líderes da Igreja para que compreendam os meios de comunicação e saibam inseri-la nos planos pastorais. Onde for necessário, eles mesmos deveriam receber formação no campo das comunicações.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Cf. PCCS. Ética na Internet. Documentos da Igreja, n.7. São Paulo: Paulinas, 2002.

<sup>21</sup> Cf. CNBB, Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. São Paulo: Paulinas, 2014. Este Diretório é uma iniciativa da Comissão Episcopal Pastoral da Comunicação, assessorada por especialistas e pesquisadores no campo da comunicação e Igreja. A equipe trabalhou por 10 anos e, na redação final, sistematizou-o em nove capítulos, sendo aprovado em 13 de março de 2014, na 83ª. Reunião Ordinária do Conselho Permanente da CNBB, em Brasília, DF.

A importância do tema das mídias digitais se revela no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil,<sup>21</sup> traz um capítulo intitulado Igreja e mídias digitais, evidenciando a mudança na forma tradicional de relacionarem-se, as novas linguagens, a conexão e a interatividade. O documento fala da necessidade de que essa nova cultura seja compreendida e assumida, lembrando as possibilidades pastorais e de organizar-se para agir com criatividade e abrindo-se ao diálogo e à escuta, neste espaço que favorece a troca de informações.

## Desafios e perspectivas

A Educomunicação na pastoral é compreendida no contexto das mediações culturais em que a tecnologia possibilita novas linguagens e novos hábitos cotidianos no acesso ao conhecimento, que desafiam o campo pastoral e a ação evangelizadora. A hegemonia do livro e da mídia impressa durante séculos, seguindo uma lógica linear, agora convive com outras linguagens mediadas pelas tecnologias audiovisuais e digitais, na lógica não linear. Daí a ênfase nas linguagens, entendidas como novas formas de expressão e não apenas técnicas.

Igualmente importante é conhecer o pensamento da Igreja católica, nos documentos sobre comunicação e pesquisas da área eclesial que aprofundam alguns aspectos, sobretudo na cultura digital. Neles constata-se uma evolução crescente no assumir conceitos e valores que se expressam na ética, na formação para a produção e recepção dos produtos da mídia, do livro ao digital. Os interlocutores, muitas vezes chamados e tratados como destinatários, fazem parte da preocupação expressa nesses documentos que, recomendam uma postura crítica diante de tudo o que está disponível nas mídias, em seus diferentes formatos e suportes.

Compreender a nova cultura decorrente da tecnologia digital como canal de comunicação somado aos demais e agregando a mobilidade, que potencializa as conexões em tempo real é um passo de inserção e tomada de consciência das possibilidades e desafios de educar para a comunicação neste contexto.

Entendendo que as tecnologias digitais modificam o modo de comunicar e até mesmo de pensar, a pergunta que se coloca é que impacto provocarão no modo de fazer Teologia? A partir dessas e outras indagações, o teólogo italiano, Antonio Spadaro entende a

Ciberteologia como o estudo da espiritualidade que se manifesta na e através da internet e das representações e imaginações hodiernas do sagrado. Portanto, trata-se da reflexão sobre as mudanças na relação com Deus e com a transcendência. [...] É necessário considerar a Ciberteologia como a inteligência da fé em tempos de rede, isto é, a reflexão sobre a pensabilidade da fé à luz da lógica da rede.<sup>22</sup>

A educação para a comunicação requer que sejam mantidos alguns princípios como a abertura ao diálogo com os

<sup>22</sup> Cf. A. SPADARO. *Ciberteologia. Pensar o Cristianismo nos tempos da rede*. São Paulo: Paulinas, 2012.

diferentes campos do conhecimento, na interface com os saberes e interdisciplinaridade na produção de cultura. Daí a necessidade da reflexão dos processos comunicacionais, das linguagens adotadas e da intencionalidade para que haja uma produção de conhecimento que embase a produção e a recepção a produções midiáticas.

### **Educar para a produção**

A educação para a produção, além da reflexão, envolve conhecimento de técnicas. A técnica no sentido da palavra grega *téchne* e de seu contexto, ter conhecimentos na produção, designa uma modalidade de saber, produzir, dar forma, tornar acessível. As técnicas que constituem as linguagens fazem parte do que se pode chamar de dispositivos, entendidos como um conjunto de componentes que podem ser capturados.

O conhecimento das técnicas faz parte da formação para a comunicação. Uma reflexão sobre os modos de narrar nas diferentes mídias quer contribuir para que as técnicas sejam tratadas como linguagens e novas possibilidades de comunicar. As linguagens, que no campo da comunicação caracterizam-se como técnicas, são dispositivos que expressam o saber das coisas práticas como produção de programas de rádio, narrativas de vídeo e televisão e também para as mídias digitais. A apropriação de técnicas, como linguagens que estimulam o pensar, o olhar, o ouvir, o tátil, a sensorialidade, a navegação, no caso da web, numa forma de combinações que expressam novas linguagens e a rede.

### **Escolher o que ver, ouvir, ler e navegar**

Um dos pilares da Educomunicação é a apropriação das tecnologias pelo interlocutor para ser discutida de forma crítica. Não se trata apenas de adotar as tecnologias, mas de ajudar as lideranças a compreenderem o lugar da comunicação e adquirirem conhecimento teórico-prático das linguagens e não considerarem apenas como suportes tecnológicos.

Numa sociedade plural e multimidiática, importa educar para saber escolher o que ver, o que ouvir, o que ler e por onde navegar, no caso da internet. A escolha é um ato consciente que requer postura do sujeito a partir de seus objetivos e metas em meio a uma saturação de ofertas.

Para a análise dos produtos culturais segue-se a metodologia indutiva, para um distanciamento crítico e, dessa

maneira, ver e refletir a partir do conteúdo apresentado, analisando propostas, falhas, visão de mundo e como o grupo poderia fazer diferente. A partir do trabalho em grupos, da partilha da análise procura-se ver ângulos diversos e provocar a discussão em relação à sociedade e ao cotidiano.

Esta análise das produções culturais midiáticas tem base teórica em estudiosos latino-americanos que trabalharam em favor da democratização da comunicação e de uma comunicação horizontal, que ajudam a perceber como os meios de massa, em sua maioria, são instrumentos viciados das forças conservadoras e mercantilistas utilizados para controlar os meios de produção nacional e internacional.<sup>25</sup> O mesmo critério pode ser adotado para as produções que circulam na internet e redes sociais, pois, se faz necessário uma escolha consciente e cidadã, que revela a capacidade crítica e um sujeito capaz de reagir e interferir às produções.

<sup>25</sup> Idem

### Considerações finais

Um aspecto a ser destacado na formação para a comunicação é a capacidade de unir reflexão e produção mediante metodologia teórico-prática, participativa, que tenha em conta a convivência, e o atuar juntos partilhando reflexões e produções. A apropriação do conhecimento teórico-prático possibilita o diálogo com a sociedade numa cultura em mudanças. Se na mídia de massa a produção estava nas mãos de poucos ou apenas de profissionais, na era digital, o pólo do emissor está liberado, possibilitando a muitos serem produtores de conteúdo e interferirem nos processos sociais e na disseminação de informações. Estes conteúdos produzidos por muitas pessoas em diferentes contextos tornam-se narrativas de realidades anônimas ou ignoradas por grandes meios de comunicação e se colocam como visão alternativa. Daí a necessidade da educação para a comunicação, que possibilita uma formação integral para ser e atuar na sociedade contemporânea.

Permanece também um desafio quanto à reeducação para o processo participativo e dialógico no contexto da cultura digital, um dos valores da comunicação popular e alternativa que a Educomunicação assume em sua gênese. A interatividade própria da cultura digital, se expressa tantas vezes também, sem a dimensão coletiva, da comunidade e da colaboração, prevalecendo a autorreferência, uma característica visível e crescente.

A partir do momento em que a pessoa assume a comunicação como mediação cultural na reflexão, nas práticas e

na convivência, ela se torna um modo de ser, de pensar e de atuar em seu cotidiano, na postura pessoal, nos ambientes ou na atuação junto à mídia. Neste sentido, pode-se afirmar que a Educomunicação é ou deveria ser um estilo de vida.