

IMPACTO DA CONCENTRAÇÃO DE MÍDIA E TELECOMUNICAÇÕES NA FORMAÇÃO DE COMPETÊNCIAS COMUNICACIONAIS EM AMBIENTES EDUCACIONAIS INOVADORES NO BRASIL.¹

Matheus H.A SOARES.²; João G. M. PEIXOTO³

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 6 – Teoria e Epistemologia da Economia Política da Comunicação, evento integrante da programação do Xº encontro nacional da ULEPICC Brasil, realizado de 27 a 30 de novembro de 2024.

² Bacharel em comunicação social / Publicidade e Propaganda – Universidade Católica de Pernambuco – (Unicap/PE), bolsista de Iniciação Científica do CNPq, aluno especial PPGCOM-UFS, theusalves80@gmail.com.

³ Doutor em Comunicação (PPGCOM UFPE). Professor Universidade Católica de Pernambuco (Unicap/PE), e-mail: joao.peixoto@unicap.br.

RESUMO

A concentração de mídia e telecomunicações no Brasil, onde poucos conglomerados controlam grande parte dos meios de comunicação e infraestrutura tecnológica, levanta importantes questões sobre o impacto na educação. Em ambientes de inovação, onde a formação de competências comunicacionais é crucial, essa concentração pode limitar o acesso a recursos diversificados e influenciar a qualidade do ensino. Entender como essa dinâmica afeta a preparação de profissionais para a Indústria 4.0 é essencial para promover uma educação inclusiva e alinhada às demandas de um mundo em rápida transformação.

DE MELO PEIXOTO e ALVES SOARES (2023) destacam que a transição para o universo 'pós-digital' envolve desafios significativos relacionados ao uso de processos sociais e tecnológicos nas rotinas dos ambientes midiáticos contemporâneos. Essa mudança não apenas gera debates técnicos, trabalhistas e operacionais, mas também levanta questões sobre as novas dinâmicas de criação de conteúdo e a necessidade de regulamentação legal para as operações realizadas por novas tecnologias.

A formação de competências comunicacionais é crucial em ambientes de inovação, onde a capacidade de interagir, colaborar e comunicar eficazmente em contextos complexos é essencial. No entanto, quando o controle dos meios de comunicação e das infraestruturas tecnológicas está concentrado, surgem desafios que podem limitar o acesso a recursos educacionais diversificados e críticos. A pesquisa explora como essa concentração influencia os materiais disponíveis, as metodologias de ensino adotadas, e as oportunidades de desenvolvimento de habilidades comunicacionais em instituições como instituições de ensino inseridas em parques tecnológicos no Brasil que acabam sendo uma referência em educação e inovação no Brasil.

A análise parte de uma abordagem crítica, fundamentada na Economia Política da Comunicação (EPC), que examina as relações entre poder econômico, controle midiático e práticas educacionais. A EPC permite entender como as políticas de mídia e telecomunicações, influenciadas por interesses corporativos, moldam o ambiente educacional e as possibilidades de inovação pedagógica. A pesquisa também dialoga com estudos sobre políticas de comunicação, teorias da educação e metodologias ativas e ágeis, visando oferecer uma visão interdisciplinar sobre o tema.

Ao focar no Brasil, o estudo destaca as particularidades do cenário nacional, onde a concentração de mídia e telecomunicações é especialmente significativa. O Brasil possui um dos mercados de comunicação mais concentrados do mundo, com poucas empresas controlando a maioria das redes de televisão, rádio, jornais e provedores de internet. Essa concentração afeta diretamente a

formação educacional, limitando a diversidade de perspectivas e influenciando os currículos e métodos de ensino.

Com base nesses achados, a pesquisa pretende fornecer recomendações que possam informar a formulação de políticas públicas e práticas educacionais. O objetivo é promover um ambiente de aprendizagem mais inclusivo e pluralista, alinhado com as necessidades de uma sociedade em transformação contínua, e assegurar que a educação ofereça as competências comunicacionais necessárias para enfrentar os desafios da Indústria 4.0.

A concentração de mídia e telecomunicações no Brasil impacta negativamente a formação de competências comunicacionais em ambientes de inovação, limitando o acesso a recursos diversificados. Para garantir uma educação eficaz e inclusiva, é crucial adotar políticas que promovam a diversidade midiática e assegurem o acesso amplo a materiais educacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERBEL, N. A. N. As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes. *Semina Ciências Sociais e Humanas*, v. 32, n. 1, p. 25–40, 2011.

DE MELO PEIXOTO, J. G.; SOARES, M. H. A. Explorando Habilidades Sociocomunicacionais na Formação em Ambientes de Inovação na Indústria 4.0: Uma Análise Inicial das Relações de Ensino na CESAR School. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/12/1361/0408202414382966142b9595c86.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2024.

HERSCOVICI, A. P. C. ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO: UMA TENTATIVA DE DEFINIÇÃO EPISTEMOLÓGICA. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, p. 84–98, 2014.

ISABELA NAIRA BARBOSA RÊGO JACQUELINE LIMA DOURADO. *Economia Política da Comunicação e uma Reflexão Teórica sobre a Mídia nas Sociedades Capitalistas*, 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0591-1.pdf>.

PLATAFORMA ESPAÇO DIGITAL. METODOLOGIAS ATIVAS NA APRENDIZAGEM - UM DESAFIO PARA O PROFESSOR DO SÉCULO XXI. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/65465>. Acesso em: 19 ago. 2024.

TEOTONIA, M.; MOURA. (2020). Metodologias ativas na aprendizagem: um desafio para o professor do século XXI. Em Andréa Koachhann (Org.), *Formação Docente e Trabalho Pedagógico: Diálogos Fecundos* (p. 193-209). Editora Scotti.