

MEMES PARA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE INFÂNCIA E CONSUMO

Edna Araujo S. de Oliveira - ednaoliv@gmail.com – UDESC

Roseli Zen Cerny - rosezencerny@gmail.com – PPGE/UFSC

RESUMO. *Este artigo apresenta a experiência desenvolvida na oficina “Consumo e Infância” no curso de Pedagogia, cujo objetivo nuclear foi o de aprofundar a discussão em torno dos temas Contemporâneos da Educação Infantil, considerando uma compreensão crítica do ato de estudar e do fazer docente com os temas transversais e urgentes ao currículo. O foco do artigo se desdobra no espectro da cultura digital, autoria na produção de conhecimento com a teoria mimética de Ricouer e na elaboração de memes educativos. A avaliação do processo de aprendizagem foi pautado na tríplice mimese. O resultado possibilitou demonstrar que os processos de criação de conhecimento no âmbito da cultura digital, conectados aos temas contemporâneos sociais possuem grande potencial a ser explorado na educação.*

Palavras-chave: *Pedagogia, Infância, Consumo, Cultura Digital, Memes*

ABSTRACT. *This article presents the experience developed in the workshop “Consumption and Childhood” in the course of Pedagogy, whose core objective was to deepen the discussion around the contemporary themes of Early Childhood Education, considering a critical understanding of the act of studying and teaching with the cross-cutting themes. The focus of the article unfolds on the spectrum of digital culture, authorship in the production of knowledge with the mimetic theory of Ricouer and in the elaboration of educational memes. The evaluation of the learning process was based on the triple mimesis. The result allowed to demonstrate that the processes of creation of knowledge in the scope of the digital culture, connected to contemporary social themes have great potential to be explored in education.*

Keywords: *Pedagogy, Childhood, Consumption, Digital Culture, Memes*

Submetido em 01 de março de 2019.

Aceito para publicação em 24 de abril de 2019.

POLÍTICA DE ACESSO LIVRE

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona sua democratização.

1. INTRODUÇÃO

Ao compreendermos que os *memes* são produtos da cultura digital e esta, compreendida aqui como o desdobramento da cibercultura que auxilia no atendimento das demandas atuais da educação, podemos aferir que a forma da veiculação do conhecimento e os modos em que ocorrem têm propiciado mudanças significativas nos processos de informação e comunicação, incluindo mudanças adaptativas da cultura educacional.

O hábito e trato da mudança de costumes relacionados ao conhecimento que se adquire sobre as possibilidades da comunicação e interação por meio da tecnologia assumem formas dinâmicas de leitura que corroboram para a promoção do letramento digital quando fomentadas em conjunto às temáticas atuais, como as questões relacionadas ao consumismo infantil, por exemplo.

Não podemos negar a importância da tecnologia para o acesso à informação, às artes, à música e às notícias que se tornam cada vez mais próximas a nós como se pertencêssemos muitas vezes a uma única cultura. Conseguimos acompanhar em tempo real os mais diversos eventos vivenciados em outros países, em coletivos culturais que nem sequer sabíamos da existência.

Porém, sabe-se que a tecnologia por si mesma não garante a aprendizagem, nem a capacidade de reflexão e muito menos a socialização dos sujeitos, sejam crianças e jovens. Ainda que ela exerça enorme ingerência, o contexto da cultura digital não trata apenas do consumo passivo de informação e entretenimento e sim da participação dos sujeitos enquanto produtores de conhecimento, entretenimento, autores de informação circulante e consumidores críticos de informação e, a partir da teoria mimética de Ricoeur é viável que a participação na construção e veiculação do conhecimento se torne possível em determinada esfera no contexto educacional se considerarmos o uso dos *memes*.

Ricoeur (1994), estabelece a teoria mimética a partir de uma ideia de construção de curtas narrativas que a experiência humana já pressupõe, enquanto unidade de informação com capacidade de se multiplicar por meio de ideias e informações que podem facilmente se propagar pela fluência de sua apresentação e informações nelas contidas. Embora os *memes* sejam conhecidos pelo caráter humorístico, nos chama atenção que são criações que mesclam elementos importantes da crítica social, cultural e política, alcançados por esta possibilidade narrativa e disponibilizado nas redes sociais de maneira viral e postas para o debate cotidiano.

Como recorte deste trabalho, apresentamos o processo de desenvolvimento e realização de oficina presencial para acadêmicos do curso de Pedagogia na modalidade a distância, tendo por objetivo a utilização da teoria mimética de Ricoeur com o uso de *memes* para a conscientização do consumismo infantil, enquanto tema contemporâneo da educação e urgente a ser trabalhado, apresentamos também alguns *memes* produzidos pelos educandos que participaram da oficina e reflexões acerca do processo desenvolvido e avaliação da oficina.

2. DESENVOLVIMENTO

Nos processos educacionais em um curso de Educação a Distância, em que se prioriza o ensino de qualidade aliado às formas educacionais que são possíveis num ambiente online, faz-se necessário, como apontam as pesquisas de Moreira, 2015; Amiel e Duran, 2015 e Tori, 2015, mediações realizadas por aulas presenciais, oficinas, eventos e chats síncronos, intencionando a vivência da própria cultura digital.

A adoção de ambientes online no campo da educação e da formação já deu provas do seu potencial, e por isso não é uma utopia considerar a educação online e as tecnologias digitais como uma oportunidade de inovação, de integração, inclusão, flexibilização, abertura, personalização de percursos de aprendizagem, mas esta realidade exige uma mudança de paradigma. É nesta visão disruptiva que assenta a atual sociedade de aprendizagem em rede. As necessárias mudanças organizacionais são muitas vezes dolorosas e implicam enormes desafios institucionais de adaptação, de inovação, de mudança e de flexibilidade. Sem essas mudanças as tecnologias digitais serão usadas apenas para facilitar práticas tradicionais, resultando num incremento de valor residual na qualidade da formação oferecida. (MOREIRA, 2015, p. 8).

Na perspectiva da mudança, as tecnologias utilizadas na EaD não são apenas recursos, são parte da cultura, parte das práticas sociais contemporâneas que ressignificam as relações educativas, mesmo quando ausentes do currículo do cotidiano. As tecnologias estão em todos os lugares, independentemente do nível de intelectualidade ou grau de formação acadêmica do sujeito. A cultura digital está nos caixas eletrônicos bancários, nos *smartphones*, *tablets* e computadores, nas lousas digitais, nos televisores, nos supermercados, nos cinemas, nas catracas do transporte público, entre outros. A cultura digital acontece quando acessamos sites para acompanhar processos judiciais, preencher formulários para procurar trabalho, justificar voto, anunciar em classificados, consultar a previsão do tempo, ler jornais. A cultura digital também está presente quando estudamos, quando acessamos as redes sociais virtuais, quando lemos os jornais e revistas digitais, utilizamos aplicativos de buscas e pesquisas, modificando nossa forma de pensar, de comunicar ou de trabalhar, quando utilizamos do entretenimento para sorrir e para se informar.

É preciso que haja a inserção das TDIC no contexto educativo e cultural e, com isso, talvez seja possível a criação de espaços mais dinâmicos na produção de conhecimento que possibilitem minimizar a superação da divisão social presente no acesso aos meios tecnológicos e seus usos. (CERNY et al., 2016, p.345)

Sendo assim, torna-se salutar pensar em estratégias didático-pedagógicas significativas em prol da construção do conhecimento, há de se aprimorar a cultura de ensino e aprendizagem nessa perspectiva. Se vivenciamos uma nova cultura, ela precisa ser refletida no seio do currículo em ação.

A necessidade compulsória de engajamento e retenção dos alunos remotos foi a grande propulsora do desenvolvimento de técnicas e metodologias especialmente voltadas para a EaD, viabilizando o grande sucesso e expansão dessa modalidade educacional. É consenso, portanto, que metodologias normalmente usadas em salas de aula convencionais não dariam conta de

atender a demandas de redução de distância de cursos de EaD. (TORI, 2015, p.45)

No semestre 2018/01, após reunião com os professores do curso de Pedagogia a Distância na Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, em que houve o reconhecimento de que os momentos de interação dos acadêmicos desse curso ocupam um lugar privilegiado na vida e no percurso acadêmico e profissional dos educadores, foi eleita a temática "Temas Contemporâneos da Educação Infantil" com alguns subtemas que puderam ser trabalhados em oficinas pelos docentes nos doze polos presenciais, durante a III Semana Acadêmica da Pedagogia

Na intenção de trazer à tona recursos e boas práticas em EaD, como bem pontuou Tori (2015), os professores do curso problematizaram os temas elegidos que destacam a centralidade do estudo e ação docente no processo de formação de educadores e escolheram em qual temática desenvolveriam suas oficinas presenciais. A oficina em destaque no relato deste artigo, versa sobre "Consumo e Infância", a qual participamos enquanto docentes.

A ideia abordada na oficina foi a de aprofundamento da discussão em torno deste tema contemporâneo da infância. Nosso objetivo era avançar na discussão de problemáticas urgentes das infâncias, a partir do nosso conhecimento a respeito dos relatos e vivências dos acadêmicos em seus estágios nas escolas e do que presenciamos constantemente nos ambientes virtuais que frequentamos, no que observamos e no que vivenciamos em nosso entorno.

Sabemos que a escolha da mídia a utilizar em determinada atividade de aprendizagem deve ser consequência de um processo de design educacional e não o ponto de partida. Para realizarem-se boas escolhas e bom uso da tecnologia é preciso antes de tudo conhecer muito bem as mídias disponíveis, a cultura das mídias, suas características, potencial e limitações. (TORI, 2015, p.49).

Por se tratar de oficina (momento de prática), desde o início do planejamento aventou-se a possibilidade de se trabalhar com o tema envolto ao consumo, que está atrelado aos sujeitos desde que estão nos ventres de suas genitoras.

Num ambiente social centrado em buscas consumistas e em empreendimentos individualistas, o fascínio pelas mercadorias e o impulso compulsivo e vicioso de comprar tornam-se as principais virtudes a serem promovidas e cultivadas nas crianças desde seu nascimento. (ESPERANÇA, RIBEIRO, 2014, p. 763).

A oficina teve início com uma explanação geral a respeito da temática, explanação dos escritos de Esperança e Ribeiro (2014) e a apresentação de pontos polêmicos disponíveis nas redes, como por exemplo, vídeos de crianças Youtubers e debate acerca da exposição das infâncias e os impactos sociais do consumismo infantil.

Um dos assuntos debatidos foi o fenômeno *unpacking* que consiste no "desembrulhar" de presentes, brinquedos e até materiais escolares que as crianças recebem/ganham de seus patrocinadores em troca de vídeos que geram divulgação.

Trata-se de um fenômeno espantoso se considerarmos os números de visualizações de cada um desses vídeos e, especialmente se pensarmos nos efeitos e desejos de consumo e de comparação que esse tipo de exposição ocasiona.



Figura 1 – Fenômeno *Unpacking*

Fonte: YouTube, Print Screen realizado na página com o termo de busca “Material escolar 2018”.

Ainda, apresentamos dados sobre os efeitos sobre o consumo, que são muito mais nocivos do que o ato de desejar ter o mesmo bem material que os Youtubers. Segundo pesquisa da *World Childhood Foundation*, 65% das meninas exploradas sexualmente declaram usar o dinheiro conseguido para comprar celular, tênis ou roupas. A Organização Brasileira Criança e Consumo complementa que outros fatores nocivos ao desenvolvimento da infância também se relacionam com o consumismo infantil, como a obesidade infantil, erotização precoce, consumo precoce de tabaco e álcool, estresse familiar, banalização da agressividade e violência, entre outros.

Essas organizações afirmam também que a publicidade veiculada na televisão é apenas um dos fatores que contribuem para o consumismo infantil. A TNS, instituto de pesquisa que atua em mais de 70 países, divulgou dados em setembro de 2007 que evidenciaram outros fatores que influenciam as crianças brasileiras nas práticas de consumo. Elas sentem-se mais atraídas por produtos e serviços que sejam associados a personagens famosos, a brindes, a jogos e a embalagens chamativas. A opinião dos amigos também foi identificada como uma forte influência.

Assistimos um trecho do documentário “Criança, a alma do negócio” e o debate foi direcionado para os impressionantes números sobre o consumismo infantil, como por exemplo, o tempo médio que as crianças passam em frente à TV e outros dispositivos eletrônicos como celulares e tablets (nesse caso, 5 horas por dia). Refletimos sobre comerciais de alimentos processados para crianças que utilizam

personagens de desenhos, filmes e personalidades do YouTube como forma de atrair esse público, bem como sobre crianças que preferem passeios nos *shopping centers* ao invés de parques em área livre.

Avançando nas discussões, ficou definido que os acadêmicos aproveitariam o fluxo da internet, que semeia informações confiáveis, não confiáveis (*fakenews*) e também sementes para o consumo. Assim, foi lançado o seguinte desafio: “Como a Escola pode agir combativamente com o tema “consumismo na infância” e conscientizar acerca deste problema?”

Diante desse desafio, a proposta foi de que os acadêmicos criassem um *meme* para responder ao questionamento lançado. Esses momentos são detalhados no subitem abaixo.

2.1 Memes e Educação

Ao mencionarmos o termo “*meme*”, a relação com o humor acontece imediatamente. Porém, o termo foi criado pelo zoólogo Richard Dawkins em 1976 ao escrever sua teoria sobre o processo de transmissão cultural humana. Vem daí o nome empregado aos “*memes*” divulgados na web, que são imagens ou pequenos vídeos ou textos, que se espalham, que se ressignificam e reformulam-se de maneira incansável pelos meios de comunicação e entre as pessoas.

O conceito de meme foi cunhado por Richard Dawkins (1976), que discutia a cultura como produto da replicação de ideias, que ele chamou memes [...]. A partir de uma abordagem evolucionista, Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme, o “gene” da cultura, se perpetua através de seus replicadores, as pessoas. (RECUERO, 2009, p. 123)

O *meme* auxilia na articulação da escrita, da leitura e da reflexão. Foge das técnicas formais de estudos escolares, suscitando compreensão de múltiplas funções sociais da leitura no educando (interpretação, conhecimento do fator abordado, ironia, sagacidade de relacionar as imagens com o código escrito, entre outras). Além disso, acaba por cumprir uma função política, ajudando a questionar estereótipos e posturas de temas necessários a serem abordados na contemporaneidade, bem como de promover identificações.

Ainda sobre a difusão dos “*memes*” na internet, pode-se dizer que ela está relacionada com “questões de filiação e adesão aos sentidos expressos pelo conteúdo dos “*memes*” – ou seja, as formações ideológicas presentes nas formações discursivas destes fragmentos. (SOUZA, 2001, p. 134)

É certo que existe uma diferenciação de sentido entre o “*meme*” de quem o cria e de quem o recebe. A ideia chega ao receptor e forma um laço ideológico positivo ou negativo que faz sentido para aquele ator social, mas não somente a ele. Partindo desse sentido, perguntamo-nos: porque não criar *memes* educacionais para auxiliar na conscientização de um determinado assunto para a sociedade? Porque não utilizar dessa narrativa para avaliar, pensar conteúdos e temas da educação?

O filósofo Ricoeur (1994), estabeleceu uma ideia de mimese que escapa ao seu conceito original de imitação. Ao construir narrativamente algo que a própria

experiência humana já prefigura, mesmo não havendo uma originalidade inventiva plena, o narrador não imita, antes atua dinamicamente no seu processo de narrar. O filósofo discerne, então, “a mimese (imitação, representação) da atividade mimética mais que imitar ou representar, a narrativa exige um processo ativo de produção, processo esse dinâmico, que pressupõe ainda o agenciamento dos fatos, conferindo um caráter de atividade, ação”. (RICOEUR, 1994, p.98).

Dessa forma, a narrativa é desenvolvida mediante três dimensões, que ele intitula tríplice mimese: mimese I (pré-figuração), II (configuração) e III (reconfiguração). Mimese I é o que referencia a composição narrativa, mimese II que trata de mimese-criação e mimese III, mimese-invenção, o ponto de chegada, o lugar da reconfiguração. (RICOEUR, 1994, p.98).

É mediante a atividade mimética que as narrativas estudantis aqui serão avaliadas, posto que uma análise estrutural não abarcaria as subjetividades imbricadas nessas três etapas de construção da narrativa. Os elementos de análise começarão pela atividade referenciada pelo *meme* (mimese I), passando pela atividade dos relatos construídos em sala de aula (mimese II) até a sua reconfiguração ensaiada na análise aqui realizada e também na posterior correção avaliativa do professor.

A ideia da utilização dos *memes* permitiu maior interatividade entre os sujeitos participantes da oficina. Ao passo que a provocação era inicialmente discutida pelas duplas que criariam o *meme*, outros acadêmicos puderam participar propondo perguntas, tirando dúvidas sobre a sua criação e viabilidade, solicitando maiores esclarecimentos sobre aspectos relacionados à concepção de *memes* para o objetivo proposto.

2.2 Os embates da criação de *memes*

Ao considerar as possibilidades disponíveis na internet e após contextualizar a possibilidade do uso dos *memes* para fins didáticos, optou-se por trabalhar em duplas. Utilizamos o site “Gerador de *Memés*”, disponível na internet, para a execução do desafio, visto que os acadêmicos não se sentiram à vontade para eleger ou selecionar fotografias de livre escolha.

O acesso foi realizado nos computadores do polo, embora alguns acadêmicos tenham preferido acessar de seus próprios celulares. Os *memes* foram enviados para uma sala virtual no Moodle, já que esse espaço contribui “[...] para a melhoria dos processos de coordenação, organização e gestão da disciplina, conseqüentemente para melhorar a qualidade social inerente ao processo educativo, incentivar o estabelecimento de mecanismos de interação e trocas colaborativas entre os sujeitos da disciplina” (BORGES, 2012, p. 10).

Partindo desse pressuposto, o grupo dos acadêmicos-oficineiros optou por fazer deste recurso o canal de criação dos *memes* educacionais conscientizadores, encerrando o debate para o cumprimento do desafio proposto inicialmente: “como a Escola pode agir combativamente com o tema ‘consumismo na infância’ e conscientizar acerca deste problema?”

Estivemos envolvidos(as) com a tarefa de pensar, planejar e (com)partilhar *memes* que nos provocou a questionar os limites estreitos de nosso poder de síntese e de trabalhar uma temática tão séria com determinada dose de humor e sentido. O momento para a criação dos *memes* foi, primeiramente, um lugar de encontro no qual uma mesma temática ganhou tonalidades e contornos diferentes provocados pelas histórias de vida, de consumo nas redes sociais e de formação de cada um(a) dos(as) acadêmicos(as) que promoveram os mais diversos diálogos enquanto executavam a tarefa.

Foram frequentes, na oficina, os relatos dos acadêmicos-oficineiros a respeito de suas experiências com alunos do ensino fundamental e infantil acerca de consumo de alimentos industrializados, excesso de personagens nos materiais escolares e disputa de posse de brinquedos da moda. Os relatos vieram acompanhados de reflexões e cobranças para a universidade que não os prepara para essas lides cotidianas.

Muitos acadêmicos não sabiam da existência do documentário assistido, das organizações que agem em favor da infância e em conscientizar sobre o consumo. Perguntas instigantes e necessárias ajudaram a compor um mosaico de histórias de vida, de escolarização. Algumas lembranças estavam carregadas muitas vezes de preocupação, outras de indignação. Narrativas foram “revividas” a partir de uma leitura outra, sustentada pelos ensinamentos práticos da vivência proporcionada pela semana pedagógica a partir de uma tarefa que procurou estimular o movimento construído pelos próprios acadêmicos na tessitura do debate sobre Infância e Consumo que lhes serviu como inspiração.

Entre um relato e outro, a criação dos *memes* educativos para “viralizar” em prol da conscientização sobre os problemas do consumismo na infância foram pensados, produzidos e divulgados.

2.3 Avaliação do processo de criação do conhecimento e as relações de aprendizagens conquistadas

Partindo do que se propunha na avaliação das produções dos acadêmicos sobre os *memes* produzidos na Oficina Infância e Consumo na III Semana Pedagógica da Pedagogia, consideramos as três dimensões propostas por Ricoeur (1994) na “tríplice mimese”. Nessa perspectiva, consideramos que a mimese I, constituída pela fase de pré-figuração, ou seja, a composição da narrativa, foi realizada e apropriada nos momentos iniciais da oficina, a partir da fala das docentes acerca da temática, de todos os dados e estatísticas apresentados, dos conteúdos assistidos e visitados para o encadeamento da sensibilização dos acadêmicos-oficineiros acerca do debate apresentado.

A mimese II, que trata da configuração, abordou a mimese-criação, exercício de colocar em prática o que se está pensando sobre a temática abordada. Trata-se do exercício de síntese, que traduzirá a mensagem que gostariam de levar a seus interlocutores. Essa foi a etapa mais difícil do trabalho, visto que os acadêmicos participantes da oficina, sentiram-se surpreendidos com a possibilidade de criar seu próprio *meme* viral e isso os sobrecarregou de inseguranças.

A ideia inicial era que eles selecionassem os conteúdos abordados e as imagens a serem utilizadas de maneira livre. Porém, diante das dificuldades apresentadas, e devido ao tempo de realização da oficina, apresentamos o gerador de *memes*, que permitiu que os acadêmicos se sentissem à vontade para pensar no conteúdo de impacto/humor com vistas à problematização e conscientização. Por fim, na mimese III ou mimese-invenção, que trata do ponto de chegada, do lugar da reconfiguração dos saberes trabalhados nas etapas anteriores, que pudemos perceber a evolução da criação da narrativa proposta e o resultado atingido em suas criações, conforme mostrado na Figura 2.



Figura 2 – Memes educacionais

Fonte: Acadêmicos do polo UAB/UDESC Blumenau/SC

O olhar atento às infâncias fez surgir uma nova possibilidade. Nela foram propostas relações entre a perspectiva de conteúdo informativo, de conscientização e de conhecimento. Essa perspectiva vem ao encontro do pensamento filosófico de Ricoeur quando afirma que a atividade mimética é mais que imitar ou representar, é uma narrativa conquistada à guisa de compreensão perspicaz à qual se pretende chegar e exige um processo ativo e dinâmico de produção que pressupõe a compreensão dos fatos sociais, conferindo um caráter de atividade, e de ação plenamente conscientes.

Inspirados nas reflexões da oficina e apoiados nas leituras indicadas, os acadêmicos compartilharam experiências de produção de *memes* em suas redes sociais particulares e ficaram ansiosos para saberem da reverberação dos *memes*.

Por fim, a oficina foi encerrada, em horário posterior ao combinado devido a empolgação dos participantes com o debate, com a atividade e com a avaliação do trabalho, que servirá de subsídio para novas proposições pedagógicas, bem como para continuidade de trabalhos em outras oficinas e em disciplinas.

3. CONCLUSÃO

A temática interdisciplinar concretizada nos três momentos descritos: videoconferência coletiva, sala no Moodle e encontros presenciais, consistiu em um seminário desenvolvido pelo Curso de Pedagogia da UDESC. A proposta foi acolhida pelos professores, pela coordenação pedagógica e, especialmente, pelos acadêmicos, pois observamos o expressivo número de participações destes, muitas vezes em número maior que suas intervenções nas próprias disciplinas.

A oficina mencionada neste referido relato de experiência, que deveria ter a duração de quatro horas conforme combinado com a instituição, teve seu tempo extrapolado em função do pedidos dos acadêmicos. É um dado muito significativo, considerando o total de alunos do curso e as condições de participação presencial, que sabemos que dependem de inúmeros fatores como disponibilidade de participar em dia não obrigatório de atividade formal acadêmica, distância do polo e das residências, entre outros.

A escolha por essa ferramenta didática de gerador de *memes* para a materialização do trabalho realizado na oficina Infância e Consumo possibilitou aos acadêmicos a expressão de situações pessoais e profissionais partindo de temática urgente a ser debatida em todos os contextos sociais. Entre as participações dos acadêmicos e as mediações dos professores, foram totalizadas 34 participações no fórum virtual "*Mememes a favor da Infância contra o consumismo*". Todos os acadêmicos participaram da avaliação da proposta, e os retornos foram muito positivos. A expressividade dessa participação demonstra o compromisso dos acadêmicos com sua formação, já que não se trata de atividade obrigatória e tampouco resultante de notas.

Também nos parece importante destacar que as tecnologias têm um potencial enorme para melhorar o processo pedagógico, e devem afirmar-se, inseridas em ecossistemas digitais de aprendizagem, como um meio para ajudar o estudante a pensar, a resolver problemas, a criar e a colaborar com os outros. (MOREIRA, 2018, p.14).

Os novos coletivos de conhecimento necessitam de sistemas educacionais, nos quais as metodologias e práticas estejam conectadas a instrumentos e redes de conhecimento continuamente atualizados. A hierarquia clássica da relação entre professor e estudante está a transformar-se num ecossistema de conhecimento, que se pode se estender ao longo do percurso formativo do estudante, já que o objetivo nuclear deste é criar e manter recursos humanos capazes de melhorar a ampliação do conhecimento dos acadêmicos. Os processos de criação e co-criação de conhecimento, da forma que fora praticado, por exemplo, permitem a autonomia reflexiva e estímulo do discurso crítico, desenvolve a responsabilidade individual e social, bem como fomenta a criticidade e criatividade.

Essa experiência formativa deixa, para nós professores, a sensação de um projeto coletivo bem pensado, desenvolvido e avaliado pelos alunos e, os traçados da cultura digital são responsáveis por grande parte desse sentimento. Logo, não é utopia considerar que a cultura digital constitui oportunidades de inovação para a aquisição de conhecimento, e tampouco é utopia pensar que a EaD também é lugar de interação, inovação e criação. Enquanto aos *memes*, podem ser ressignificados para além do humor, eles fazem parte de um novo código de leitura e designador de saberes previamente angariados. O *meme* é indireto, sarcástico, imagético e breve, mas, para que ele faça sentido, o leitor precisa estar bem informado e possuir capacidade crítica para compreender a intencionalidade de uma referida mimese.

A estratégia didática de utilização dos *memes* para pensar o tema urgente da educação “infância e consumo” com acadêmicos de qualquer esfera educacional é válida, ao passo que contribui na aquisição de conhecimento para o coletivo envolvido, a citar: criadores, leitores, receptores, e todo o processo de estudos e conscientização anteriores à sua criação. Eis o fluxo da cultura digital e seu efeito na veiculação de saberes e borramentos da fronteira formal do ensino com a cultura do ciberespaço, com a cultura *online* por meio da habilidade de comunicação a partir da mescla da informação científica e sua tradução na linguagem comum digital.

Não é teoria estanque e nem se esgota na produção de tais artefatos para atrair determinada população. As pessoas que produzem conteúdo mimético são naturalmente muito informadas sobre o que está acontecendo ao seu redor e precisam, necessariamente, compreender um fato, editar uma imagem ou vídeo e utilizar o humor com uma boa referência.

Sobre o questionamento que mobilizou a criação dos *memes*, “como a Escola pode agir combativamente com o tema “consumismo na infância” e conscientizar acerca deste problema?” Ficou clara nas produções: com informação dentro e fora da escola. No meio acadêmico, nas comunidades, nas redes sociais por meio de informativos, de discursos e sim, *memes*.

REFERÊNCIAS

AMIEL, Tel; DURAN, Maria Renata. **Desafios do Trabalho com Recursos Educacionais Abertos na Formação Inicial Docente**. EmRede: Revista de Educação a Distância. v.2, n.2. Porto Alegre, 2015. Disponível em: https://www.aunirede.org.br/revista_2.4.8-2/index.php/emrede/article/view/66. Acesso em: 12 fev.2019.

BORGES, Marilene. A. F. **O uso da web 2.0 em cursos de educação a distância: criando novas possibilidades**. In: II CONGRESSO INTERNACIONAL TIC E EDUCAÇÃO, 2012, LISBOA. II CONGRESSO INTERNACIONAL TIC E EDUCAÇÃO, 2012.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília: Ministério da Educação, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CERNY, Roseli Zen. BURIGO, Carla C. TOSSATI, Nayara M. **O currículo na cultura digital:**

impressões de autores de materiais didáticos para formação de professores. Revista Educação Pública.. Cuiabá,v.25, n. 9, p. 341-353, 2016.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta.** Tradução de Rejane Rubino. São Paulo. Companhia das Letras. 2007

ESPERANÇA, Joice Araujo; RIBEIRO, Paula Costa. **Comprar, querer e desejar: problematizando as narrativas de crianças dos anos iniciais.** Revista Perspectiva, Florianópolis, v. 32, n. 2, p. 759-790, maio/ago. 2014.

FONTANELLA, Fernando Israel. **O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera.** III Simpósio Nacional ABCiber - 16, 17 e 18 nov.2009 - ESPM/SP - Campus Prof. Francisco Gracioso.

GIBSON, Willian. **Neuromancer.** 3ª Ed. São Paulo: Editora Aleph, 1991.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Tabela 1383: **Taxa de alfabetização das pessoas de 10 anos ou mais de idade por sexo, 2010.** Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/cd/cd2010universo.asp?o=5&i=P>. Acesso em: 06 nov. 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 3 ed.São Paulo: Editora 34, 2010.

MOREIRA, J. António. **Cenários Inovadores em (Blended) Elearning na Sociedade Digital: O Curso de Formação para a Docência Online da Universidade Aberta, Portugal.** EmRede: Revista de Educação a Distância. v.5, n.1. Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://www.auniredede.org.br/revista_2.4.8-2/index.php/emrede/article/view/50/90. Acesso em: 15 fev.2019.

PACHECO, José. TEDxUNISINOS: **Experiências Inovadoras na Educação.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=reOEnY8jkjo> . Acesso em: 06 jun. 2016.

RAMALHO, José Antonio. **Mídias Sociais na Prática.** Campus, 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RENNER, S; NISTI, M. **Criança, a alma do negócio.** [Filme]. Produção de Marcos Nisti, Direção de Estela Renner. Brasil, Maria Farinha Produções, 2009. AVI 700mb. (49 min). AVI. son. color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n0zK8v245oM> (Doc. parcial)

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa,** v. I. Campinas: Papirus, 1994.

SOUZA, Carlos Fabiano de. **Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço.** VÉRTICES, Campos dos Goytacazes, v. 15, n. 1, p. 127-148, jan./abr.2013.

TORI, Romero. Tecnologia e Metodologia para uma Educação sem Distância. **EmRede: Revista de Educação a Distância.** v.2, n.2. Porto Alegre, 2015. Disponível em: https://www.auniredede.org.br/revista_2.4.8-2/index.php/emrede/article/view/64/82. Acesso em: 15 fev.2019.