Produto educomunicativo.

Educação Ambiental tem quase que legitimidade para atuar nesse campo emergente de disputas por não se constituir nem no âmbito da educação tradicional, nem no da comunicação, tornando-se um campo de convergência, não só dessas duas áreas - comunicação e educação – ao envolver a interdisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Segundo Ismar de Oliveira, se entende que educomunicação é “um campo de implementação de políticas de comunicação educativa, tendo como objetivo geral o planejamento, a criação e o desenvolvimento de ecossistemas educativos mediados por processos de comunicação e pelo uso das tecnologias da informação”. Seus objetivos específicos, segundo Soares, são: promover o acesso democrático dos cidadãos à produção e difusão da informação; identificar como o mundo é editado nos meios; facilitar o processo ensino-aprendizado através do uso criativo dos meios de comunicação e de suas tecnologias (estes – os meios de comunicação - vistos a partir não da tecnologia em si, mas de suas características e da importância de se ter acesso a eles); e promover a expressão comunicativa dos membros da comunidade educativa.

**Ações de educomunicação.**

1. **A gestão da comunicação nos espaços educativos:** A gestão da comunicação, no sentido em que pretendemos atuar, implica em uma visão não compartimentada do saber, uma visão de sociedade na qual existe um entrelaçamento entre cultura, comunicação e meio ambiente. A Educação Ambiental precisa saber se expressar em múltiplas linguagens, para além da fala e da escrita, experimentando as linguagens da imagem, do som e do movimento em suas integrações com o uso das novas tecnologias da informação e da comunicação, principalmente a Internet
2. **A educação para os meios:** A postura do jornalismo 154 perante situações de conflito ambiental e de interesses, longe de ser neutra, deve ser analisada e debatida de forma crítica e criteriosa.
3. **O uso dos veículos de mídia mobilizando a comunidade:** a cidadania organizada em sociedades diversas, mutantes e cada vez mais complexas se baseia no acesso à informação e ao conhecimento para substituir a hegemonia do Estado, dos partidos ou de setores sociais específicos por outros atores envolvidos em uma permanente negociação dos conflitos.

**Metodologia:** **o desafio da gestão participativa**

Administrar a educomunicação na dimensão da gestão participativa – conjunta, não individual – representa o desafio de realizar intervenção social, de forma dialógica, a partir da tomada de decisões coletivas.

**Pesquisa-ação-participante**

1. O que já existe de materiais de educação ambiental na comunidade local ou na região? (vídeos, programas de rádio, publicações, folhetos, músicas...)?
2. Quais são as pessoas que conhecemos com projetos, atividades, interesse ou potencial para atuarem como educomunicadores ambientais?
3. Em nossa comunidade, quais são os educomunicadores, os protagonistas dos processos educomunicacionais, presentes nos grandes meios de comunicação, nos canais e rádios educativas e comunitárias, nos movimentos sociais e, até mesmo em empresas? (esses profissionais apresentam como sentido e meta definida de suas ações a utopia da construção da cidadania27 ?).
4. Temos estruturas de apoio à produção tanto formais como não-formais, tanto públicas como particulares (ONGs, instituições governamentais, cursos, instituições de ensino superior ou escolas com estúdios de rádio, TV, vídeo, gravadoras)?
5. Temos estruturas de difusão (rádio comunitária, Internet, TV comunitária ou TV aberta, legislação que possibilite a inserção de conteúdos de educomunicação em rádios locais ou TVs a cabo)?
6. Como fazer para identificar as faltas e lacunas com direito a pleito legal (espaços com demanda por radiocomunicação, projetos em andamento, locais com falta de rádios ou TVs educativas e comunitárias)?

**Uso dos recursos da mídia de massas como forma de mobilização**

Gestores da ação educomunicativa ambiental, podem tanto incentivar, quanto orientar ou mesmo produzir conteúdos para meios principalmente jornais, rádio e TV. Eles podem planejar e implementar ações educativas no espaço da educação presencial e a distância. A produção participativa dos meios permite fomentar sistemas solidários de produção e veiculação de comunicação ambiental; debater a gestão popular nos meios de comunicação de massa (em sua maioria privada e altamente comercial); alimentar canais públicos com conteúdos socioambientais com linguagens inovadoras e metodologias participativas; “ambientalizar” os veículos de comunicação comerciais de alcance nacional.