



Gestão da Comunicação e Perfil do Educomunicador no Terceiro Setor¹

Joaresa de Mendonça BATISTA²
Sâmmua Ribeiro VIANA³

Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, PB.

Resumo

Democratizar temáticas de interesse público e fazer a sociedade perceber a necessidade de uma ação participativa para que o sujeito se torne produtor desenvolvendo seu senso crítico diante da quantidade de informações que recebe em seu cotidiano é hoje um grande desafio. Para tanto, escrevemos este artigo com o objetivo de apresentar a atuação de um gestor de comunicação, a partir dos conceitos de áreas de intervenção e ecossistemas comunicacionais, estes são entendidos no campo da educomunicação como bem como ferramentas de gestão. Por fim, apontamos ainda, o terceiro setor como um campo em potencial para o mercado de trabalho deste “novo” profissional.

Palavras-chave

Gestão da Comunicação; Áreas de Intervenção; Terceiro Setor; Mercado de Trabalho.

1. Introdução

O neologismo *educomunicação*, em um primeiro momento pode parecer uma mera junção entre dois campos tradicionais do conhecimento: o campo da educação e o campo da comunicação, mas, na realidade não apenas une duas áreas importantes, como também inaugura um novo paradigma. Prova é que, etimologicamente falando, o dicionário de comunicação (2009) já trata esta nomenclatura da seguinte forma:

“**Educomunicação:** (s.f.) *Etim.:* associação linguística de educação com comunicação. *Educação*, do lat. *Educatio*, utilização de meios que permitem a formação e o desenvolvimento do ser humano. *Comunicação*, do lat. *communicatio*, estabelecer uma relação entre pessoas ou pessoas e coisas.” (FILHO, pág. 106)

¹ Trabalho apresentado XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró - RN – 12 a 14/06/2013

² Aluna do 6º período do curso de Graduação em Educomunicação da UFCG. E-mail: joaresamos@gmail.com

³ Aluna do 6º período do curso de Graduação em Educomunicação da UFCG. E-mail: sammuaribeiro@gmail.com



O conceito de educomunicação vai além da suposta união entre duas áreas de atuações evidenciadas pela nomenclatura. Educomunicação é a intervenção social proporcionada pela intersecção entre a ação da comunicação e a “ação educativa⁴”. É de suma importância entender que a educomunicação enquanto novo campo de atuação ultrapassa a tradicional estrutura acadêmica legitimando-se como uma demanda da sociedade contemporânea.

É uma área que tem como característica básica, a interdisciplinaridade, ou seja, conhecimentos através de diferentes modalidades de interação que contribuam para definir melhor a sua especificidade. Segundo Soares (2000), a educomunicação pode ser definida da seguinte maneira:

“... o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádios educativas, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros coordenadores de educação à distância ou ‘e-learning’, e outros...” (SOARES, 2000, p. 115).

Isto significa que por meio da educomunicação é possível promover uma educação que prepara o sujeito para ser crítico, construindo saberes, desenvolvendo sua sensibilidade e consciência, reconfigurando assim o conhecimento, mas, principalmente reconfigurando a ação da comunicação para uma dinâmica que transforme esse sujeito em produtor e não apenas um mero receptor de informações. Esse campo se caracteriza por uma mediação dos saberes, promovendo os diálogos culturais para o desenvolvimento de uma comunicação mais qualificada.

Quando falamos em criar e fortalecer ecossistemas comunicativos significa que, estamos pensando na atuação de agentes comunicacionais capazes de criar espaços abertos, democráticos e criativos, são mediadores especializados levando em conta as diversas realidades sociais e provocando uma nova ambiência cultural.

O gestor da comunicação ou educador, necessariamente tem que ser alguém capaz de compreender área, para poder não só opinar mas principalmente para dar condições de formação de opinião, com certa habilidade para resolver conflitos, encontrando soluções que melhorem os processos formais e/ou informais, isto é, criando

⁴ Chamamos atenção aqui para a relativização do conceito de ação educativa, pois no campo da educomunicação tal como a entendemos, trata-se de uma ação que se organiza a partir da ótica ideológica freiriana, que coloca o ato de aprender como algo totalmente possível mesmo na informalidade. Para tanto se privilegiam as trocas culturais e os processos de interação e comunicação para se produzir, se promover aprendizado e, conseqüentemente, novos conhecimentos.



estratégias de comunicação que consigam dar conta da complexidade (MORIN, 2009) necessária aos processos de comunicação empreendidos, ou seja, ele deve ser capaz de enxergar mais amplamente o todo, sem perder a noção das particularidades.

É possível promover nesse campo a educação emancipatória, aquela educação que prepara o sujeito para pensar, desenvolver sua consciência, seu senso crítico e ainda, na vertente educ comunicativa, desenvolver uma maior consciência sócio-comunicacional.

Segundo Soares (2000), a educomunicação é uma área surgida da inter-relação entre Comunicação e Educação. É um novo campo de saberes, que envolve a realização de políticas de comunicação, até de políticas educativas, tendo como objetivo geral o planejamento, a criação e o desenvolvimento de uma nova forma de se “educar” ou de ser “educado”, cada vez mais, através do uso das tecnologias da informação. Ele ainda acredita esta relação entre a Comunicação e a Educação propicia o surgimento de um espaço criativo e crítico, que deve culminar na consciência da cidadania e na atuação solidária.

“O campo da educomunicação é representado pelo conjunto das ações que permitem que educadores e comunicadores, e outros agentes sociais, promovam e apliquem relações de comunicação entre as pessoas que compõem a comunidade educativa. A Educomunicação pode ser praticada por educadores e comunicadores”. (SOARES, 2001)

Podemos dizer, que a educomunicação é promotora do compartilhamento livre de informações, onde as pessoas que estão envolvidas no processo de comunicação, não só recebem conteúdos mas criam também, tornando-se assim sujeitos ativos. É de suma importância ressaltar que, nesse campo aumentam as chances de se exercer mais concretamente os ideias de cidadania, a partir da idéia principal do direito à comunicação.

Então nossa lógica aqui é pensar a comunicação, para além do intercâmbio de informação, e a figura do gestor não trabalha tão somente com a informação mas com o conhecimento. Temos hoje tecnologias e informação de base, mas não pensamos como desenvolver as ferramentas de conhecimento organizado para ação cidadã e essa é uma questão que interessa diretamente a educomunicação.



2. Gestão da Comunicação e Informação

Quando há um volume de emissão de conteúdos o sujeito se sente confuso, de modo que não utiliza os filtros adequados e muitas vezes isto acontece pelo fato do conteúdo ser trabalhado de forma fragmentada, além de uma insuficiência de repertório por parte do receptor, a qual se torna um agravante das condições para garantia de uma comunicação qualificada. Considerando que a informação bem organizada e disseminada constitui-se um elemento essencial da democracia participativa, ao facilitar as opções racionais dos diversos atores sociais.

É perceptível em nossos sistemas atuais que não houve uma organização aberta para participação cidadã, isso resulta em comportamentos onde é notória a perda da função racionalizada e da informação sistêmica, resultado de uma ação não planejada. O que acontece atualmente é a ausência de uma informação adequada e acessível constituindo assim o poderoso racionalizador social, a falta dessa adequação gera pessoas (leitores ou telespectadores) desorientadas, inseguras e sem iniciativa.

Segundo Ladislau Dowtor (2009) a informação é um recurso precioso e um poderoso racionalizador das atividades sociais. Preciosa também é a nossa limitada capacidade de atenção, hoje inundada por gigantescas quantidades de lixo informativo que nos desorienta. Sendo assim, além desta falta de sistematização da informação, existe uma ausência de espaço para que o sujeito possa interagir na construção do conhecimento, se faz necessário reavaliar a grande quantidade de informação produzida hoje, refletindo a importância de se promover uma comunicação em diversos grupos.

Sabemos que o cidadão como sujeito ativo precisa ter consciência para filtrar as informações que o cerca. Para tanto, é essencial que este cidadão busque o acesso a informação para que não seja privado dos seus direitos. Eis que surge um dos desafios para o gestor da comunicação, pensar até que ponto a sua atuação pode contribuir com esses filtros e com essa consciência?

O gestor da comunicação ou educador tem como procedimentos de trabalho: diagnosticar, planejar (através do projeto de intervenção), operacionalizar e monitoramento e avaliação as ações. Daí por diante podemos afirmar que o gestor da comunicação ou educador atua na implementação de programas de educação para comunicação (para os meios), no intuito de favorecer ações que permitam que os indivíduos se relacionem de forma adequada com os meios de comunicação, estimulando os sujeitos a terem uma maior racionalização com os processos



tecnológicos e a partir dessa experiência desenvolver sua própria forma de expressão. É quando vem o desafio para a formação de cidadãos críticos, participativos e inseridos em seu meio social, possibilitando que todos tenham vez e voz no cenário social, especialmente midiático.

De forma geral, nota-se inclusive hoje na sociedade brasileira, uma preocupação com a democratização do acesso a informação. O gestor da comunicação ou educador, por sua vez, pode contribuir como um profissional que trabalha para a formação de valores solidários e democráticos para transformação social.

3. Ecossistemas Comunicativos

Como a Educomunicação incentiva os indivíduos a se expressarem, esse campo estabelece uma forte ligação com a arte, afinal, através do fazer artístico as pessoas se expressam. É necessário espaços de expressão para a atuação dos indivíduos como produtores e receptores dos bens culturais e comunicacionais nas comunidades, por meio de ações de valorização de sua identidade social e cultural, minimizando as diferenças sociais. Pode-se dizer que o perfil do gestor da comunicação ou educador, é expressamente o de investimento na sensibilidade e criatividade para encontrar novos meios que venham a proporcionar benefícios aos indivíduos.

É de suma importância que a intervenção feita por esse profissional, possa partir da escuta e da observação, posto que seu envolvimento enquanto agente participante, deve se desenvolver com base na compreensão do universo em que está mergulhado com o propósito de realização de um trabalho. Segundo Soares (2010):

“... o ecossistema comunicativo constitui, na verdade, o entorno que nos envolve, caracterizado por ser “difuso” e “descentrado”. Tal ecossistema é difuso, por que formado por uma mistura de linguagens e saberes que circulam por diversos dispositivos midiáticos intrinsecamente interconectados; é descentrado por que os dispositivos midiáticos que o conformam vão além dos meios que tradicionalmente vêm servindo a educação, a saber: escola e livros”. (apud BARBERO, pág. 43)

Sendo o ecossistema comunicativo uma meta a ser construída, encontramos nas chamadas “áreas de intervenção” o caminho para adentrar no universo das práticas educacionais. Denominamos “áreas de intervenção” as possíveis formas de ações as quais fazem o sujeito refletirem sobre as relações no âmbito da ação



educativa, sendo essas ações formas sensatas de utilizar os recursos da informação, facilitando o processo de aprendizagem e principalmente, incentivando o sujeito e/ou grupo na ampliação dos espaços de expressão.

4. As áreas de intervenção como ferramentas do gestor

As áreas de intervenção constituem-se em ferramentas destinadas a criação e implementação de projetos para mudanças sócio-comunicacionais. Trabalharemos aqui com:

(1) *Área da Educação para Comunicação*, baseada nos estudos de recepção que consistem nas reflexões em torno da relação entre a comunicação e os seus processos (produção, recepção, entre outros), criando a educação para a formação do chamado senso crítico frente à mídia, buscando a construção de um sujeito autônomo.

O objetivo dessa área é “ensinar” como lidar com os meios de comunicação de maneira consciente deixando de lado uma postura ingênua. Com isso, dizemos que não a emissão que precisa receber todas as atenções, sendo rigidamente vigiada ou mensurada; é a recepção que deve ser trabalhada para que a pessoa aprenda a “ler” de fato a mensagem. Compreendemos assim, a necessidade de se elaborar métodos para desenvolver um maior grau de leitura crítica diante das produções veiculadas pelos meios de comunicação. Moran identifica no livro *leitura dos meios de comunicação*, três níveis de leitura crítica, o primeiro é da decodificação, o segundo com a codificação/construção crítica e o terceiro nível se configura como a ação educativa em curso, em que a linguagem e o conteúdo são vistos de maneira mais ampla.

(2) *Área da Expressão Comunicativa através das Artes*, está intrinsecamente ligada ao potencial criativo do indivíduo, com o objetivo de estimular o potencial comunicativo, aperfeiçoando as formas de expressão. O potencial criativo e emancipador das distintas formas de manifestação artística na comunidade, como meio de comunicação acessível a todos é a prioridade. A arte, em suas inúmeras formas (dança, música, teatro, desenho e outras) têm condições de desenvolver-se de forma harmônica e criativa, garantindo assim espaços de maior visibilidade ampliando os espaços e as modalidades de expressão. Essa área é constituída por ações relacionadas a



expressão artística, por meio de diferentes linguagens com a promoção de vários sentidos.

(3) *Área da Mediação Tecnológica nos Espaços Educativos*, esta área traz reflexões e procedimentos sobre o uso das tecnologias da informação nos processos educativos. A tecnologia é uma ferramenta pedagógica, assim como o quadro-negro e o livro didático. Talvez mais poderosa, mas ainda assim apenas uma ferramenta, que trará resultados se for usada por um professor preparado em proposta que faça sentido pedagógico, isso significa que a falta de capacitação dos professores pode vir a ser um obstáculo ao invés de ser uma aliada.

A tecnologia permite a redução das distâncias, aproximando as pessoas e os lugares, contribuindo para que todo conhecimento local seja também um conhecimento global e vice-versa. É importante ressaltar que se as tecnologias funcionam como uma mediação na aprendizagem, ela não pode ser vista como salvadora da educação. A mesma possibilita que o aluno utilize em sua totalidade os novos equipamentos e que criem projetos para o uso destes recursos em benefício da sociedade e/ou comunidade ao qual o mesmo está inserido, com a ajuda de um mediador para lhe orientar.

(4) *Área da Gestão da Comunicação em Espaços Educativos* à gestão comunicativa é elemento vital na identidade do processo educacional, estando relacionada à prática do planejamento, execução e realização dos processos e procedimentos que estabelecem elos entre comunicação/cultura/educação, formando então os ecossistemas comunicativos. Dentro do conceito de ecossistemas comunicativos temos a organização do ambiente, a liberação de recursos e os conjuntos das ações comunicacionais. Esta gestão da comunicação dentro dos espaços educativos se realiza tanto nos espaços formais voltados para programação escolar, quanto àqueles espaços não formais de educação entendem-se aqui, emissores de rádio e televisão educativa.

Por fim, dentre as áreas, existem duas que entendemos secundárias para a discussão que empreendida aqui, são elas: “a pedagogia da comunicação” que faz pensar o educador como professor e não mediador de processos comunicativos e “a reflexão epistemológica” por ser uma área de intervenção voltada para pesquisa em busca da legitimação do campo.

3 O gestor da comunicação, terceiro setor e mercado de trabalho



O gestor da comunicação ou educador ocupou de fato, sua posição de profissional de articulação, participando de elaborações de políticas de comunicação, ajudando no desenvolvimento social com o uso das práticas comunicacionais entrelaçadas à educação para os meios, integrando o saber tecnológico com a comunidade, sendo assessor de movimento popular e desenvolvendo programas de interesse coletivo.

Esse contexto se torna evidente no terceiro setor, o qual é formado por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, fundações, entidades beneficentes, entre outros. O terceiro setor tornou-se o espaço promissor para o gestor da comunicação ou educador, como um campo de atuação fértil para o desenvolvimento e aperfeiçoamento deste profissional.

A partir da década de 70, a expressão Terceiro Setor começou a ganhar espaço e relevância, assim o movimento foi tomando vulto em todo o mundo com características próprias, baseado em princípios de solidariedade, com objetivos de caráter público, exercido pela sociedade civil. Essa natureza que está embasada em princípios de igualdade social cria afinidades com as ações de ordem educadora.

Diante dessa forma de organização social, o mercado de trabalho já almeja as qualificações de um gestor da comunicação ou educador, visto que essa demanda já está presente na medida em que também percebemos esse profissional como produto resultante da sociedade contemporânea.

4. Considerações Finais

A Educomunicação chega para vencer as barreiras que dificultam a integração entre mídia, professores, alunos, comunidade, facilitando a manifestação desses atores sociais e, conseqüentemente, a aprendizagem provocando o relacionamento entre as pessoas e o desenvolvimento da democracia.

Com ela, a sociedade de um modo geral ganha voz e o gestor aprende que seu papel vai além de transmitir conhecimentos, descobrindo-se como um facilitador de novas formas de aprendizagem.

A área da gestão da comunicação, por sua vez, se torna um braço importante desse campo, especialmente, na medida em que, pretende empreender projetos de intervenção



como derivação da atividade de planejamento, bem como, na qualidade de principal ferramenta de trabalho norteadora das ações do gestor da comunicação.

5. Referências

BACCEGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho (Orgs). **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CARVALHO, Nanci Valadares. **Autogestão: O nascimento das ONGs**. Tradução de Luiz R.S. Malta. 2ª Edição. São Paulo, Editora Brasiliense, 1995.

COSTA, **Maria Cristina Castilho** (Org.) **Gestão da Comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

_____, **Maria Cristina Castilho** (Org.) **Gestão da Comunicação - Projetos de Intervenção**. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

FELIX, Joana D’Arc Bicalho, Gilson Zehetmeyer Borda, orgs. **Gestão da Comunicação e Responsabilidade socioambiental: uma nova visão de marketing e comunicação para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Atlas, 2009.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: um campo de mediações. Comunicação & Educação**. São Paulo: ECA/USP-Editora Segmento, Ano VII, set/dez. 2000, nº 19.

_____. **Mas, afinal, o que é educomunicação?** [S.I.]: Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, [S.D.]. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos>.

_____. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio**. São Paulo: Paulinas, 2011

_____. **“Caminhos da Educomunicação”**. **Cadernos de Educomunicação**. São Paulo: Salesiana, 2001.

VIVARTA, Veet. **Remoto Controle: linguagem conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes**. São Paulo: Cortez, 2004.

Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, [S.D.]. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos>. Acesso em 26 de março de 2013, 18h20.

Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, [S.D.]. A Construção do Campo Comunicação/Educação. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos>. Acesso em 26 de abril de 2013.