



Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Educação a Distância da UFSM - EAD
Universidade Aberta do Brasil - UAB

Especialização em Tecnologias da Informação e da Comunicação
Aplicadas à Educação

PÓLO: Restinga Sêca

DISCIPLINA: Elaboração de Artigo Científico

PROFESSOR ORIENTADOR: Prof^a Fabiane Vieira Romano

08/10/2011

As Tecnologias da Informação e da Comunicação na Promoção da Educação Ambiental

Information Technologies and Communication in Promoting Environmental Education

DALLA POZZA, Karin Antunes

Pedagoga, Especialista em Educação Ambiental/UFSM

RESUMO

O cuidado com o meio ambiente tem se apresentado como uma grande discussão nos meios de comunicação nos últimos tempos. Vivemos um momento de crise ambiental em nosso planeta, necessitando urgentemente de uma mudança de comportamento da sociedade para que se possa garantir a sobrevivência atual e das futuras gerações. As Tecnologias da Informação e da Comunicação neste contexto, aliadas à Educação Ambiental, vêm diariamente influenciando nossa sociedade a partir de um discurso ambiental, buscando a conscientização e a sensibilização. Dessa forma, o presente artigo tem como objetivo principal destacar esse papel fundamental das tecnologias para a promoção da educação ambiental. Para tanto, recorreu-se a pesquisa bibliográfica e a exemplificação dessa comunicação que está no cotidiano da população brasileira.

Palavras-Chave: Educação Ambiental, Tecnologias da Informação e da Comunicação, Marketing Verde, Educomunicação.

ABSTRACT

The care with the environment has emerged as a big discussion in the media recently. We live in a moment of environmental crisis on our planet, in urgent need of a change of behavior of society so that they can ensure the survival of current and future generations. Information and Communication Technologies in this context, combined with environmental

education, are influencing our daily society from an environmental discourse, seeking to raise awareness and sensitization. Thus, this article aims to highlight the main role of technologies to promote environmental education. For this purpose, we used the bibliographic research and exemplification of this communication that is present in the daily population.

Keywords: *Environmental education, Information and Communication Technology, Green Marketing, Educommunication.*

1 INTRODUÇÃO

A comunicação e a informação sempre estiveram presentes na história da humanidade. Desde os tempos mais remotos o homem necessitou comunicar-se para preservar sua própria espécie. A comunicação é básica para a sobrevivência e segundo Freire (1983), o mundo humano é um mundo de comunicação. Hoje, o homem nem se dá conta de como é permeado e influenciado pelas informações que circulam em seu cotidiano.

Necessita-se da comunicação constantemente, pois ela está relacionada diretamente aos sentidos. Através dela busca-se a relação com os outros, busca-se conhecimentos, trocam-se idéias e, assim, entende-se que é impossível viver isoladamente a margem da sociedade.

De acordo com Almeida (2004), a comunicação de massa exerce um papel fundamental para a sociedade, pois a partir dela é que se transmitem e se fixam conceitos. Desse modo, cabe saber de que forma esses meios de comunicação influenciam na educação.

A informação e a comunicação têm exercido papel importantíssimo para a **educação ambiental**. Hoje, o cuidado com o meio ambiente tem se tornado uma das discussões e ações em maior destaque em nosso planeta.

O estilo de vida contemporâneo e os avanços tecnológicos aumentaram o consumo, fazendo com que não se consiga acompanhar o processo de redução, reciclagem, reaproveitamento ou reutilização de materiais que são consumidos diariamente. Essa realidade tem acarretado inúmeros problemas para o meio ambiente como a sua própria deteriorização, e a poluição gerada pela exploração e a transformação da matéria-prima. Lieber (2002) salienta que se vive-se atualmente uma “sociedade de risco”.

O termo é introduzido como uma forma de tentar definir o momento presente, farto de perigos ambientais e das inseguranças decorrentes do processo de modernização, pois, no seu entender, a modernização envolve não apenas mudanças estruturais, mas também a transformação das relações entre estruturas sociais e seus agentes (LIEBER, 2002, p. 87).

Dessa forma, a partir da crise ambiental, entende-se a necessidade da aquisição de novos comportamentos em todos os setores da sociedade e da promoção de novas idéias que possam parar, ou pelo menos desacelerar essa realidade. E, para tanto, tem-se como grandes aliadas as tecnologias da informação e da comunicação (TIC's).

Sabe-se que as TIC's, atualmente, vêm proporcionando um leque de possibilidades para que o conhecimento seja amplamente trabalhado e divulgado. Neste sentido, tem-se a certeza de que a utilização das TIC's na educação ambiental pode promover significativamente seu sucesso.

Assim, o presente artigo tem como objetivo principal destacar a importância das tecnologias da informação e comunicação na promoção da educação ambiental, onde por meio de pesquisa bibliográfica, busca-se exemplificar as TIC's que estão no cotidiano da população brasileira e auxiliam na promoção do cuidado com o meio ambiente.

2 EDUCAR EM TEMPOS DE TECNOLOGIA

A utilização das tecnologias na aprendizagem passou a fazer parte do cotidiano escolar, se apresentado, nesse contexto, como nova alternativa de ensino que leva a uma quebra de paradigmas educacionais. Tem-se, hoje, um novo perfil de professor atuando em nossas escolas, um profissional que, assim como qualquer outro, está e deve estar em constante formação, atendendo a demanda de um mundo em constante evolução.

Para tanto, segundo Mercado,

Na formação de professores, é exigido dos professores que saibam incorporar e utilizar as novas tecnologias no processo de aprendizagem, exigindo-se uma nova configuração do processo didático e metodológico tradicionalmente usado em nossas escolas nas quais a função do aluno é a de mero receptor de informações e uma inserção crítica dos envolvidos, formação adequada e propostas de projetos inovadores. (MERCADO, 1999, p.12).

Assim, percebe-se que essas exigências vão mudar a postura do professor, transformando-o no protagonista desse processo, pois demandam planejamento, metodologia, avaliação e acompanhamento constante. São desafios postos para que sejam encarados por todos os profissionais da educação.

A utilização das tecnologias, dessa forma, se apresenta de extrema importância para o processo de ensino, pois promove, a partir da interação entre professor-aluno, a aprendizagem significativa, oportunizando uma educação de qualidade. Deve-se ter em mente que as tecnologias, por si só, não garantem o aprendizado, elas tem como objetivo mediar o processo educativo.

Quando se fala em TIC's, não se pode restringir apenas aos meios tecnológicos, como o computador, a internet ou a televisão. O conceito de tecnologias é muito amplo.

A tecnologia está em todo o lugar, já faz parte das nossas vidas. As nossas atividades cotidianas mais comuns – como dormir, comer, trabalhar, nos deslocarmos para diferentes lugares, ler, conversar e nos divertirmos – são possíveis graças às tecnologias de que temos acesso. As tecnologias estão tão próximas e presentes que nem percebemos mais o que não são coisas naturais. Tecnologias que resultaram, por exemplo, em lápis, cadernos, canetas, lousas, giz, e muitos outros produtos, equipamentos e processos que foram planejados e construídos para que possamos ler, escrever, ensinar e aprender (KENSKI, 2007, p.24).

Dessa forma, entende-se que as tecnologias permeiam nossas atividades e necessidades diárias, não são meros suportes tecnológicos, mas evoluem com rapidez, e a cada momento surgem novos processos e produtos diferenciados (KENSKI, 2007).

Os “meios de comunicação de massa”, a indústria cultural, as corporações da mídia são poderosos agentes culturais que influenciam decisivamente a educação, a socialização dos indivíduos e das coletividades, influenciando no modo pelo qual uns e outros se inserem na sociedade, na cultura, no mercado, na política etc. Em diferentes gradações, a mídia difunde, reitera ou altera quadros mentais de referência de indivíduos e coletividades em todo o mundo, tanto abrindo como delimitando horizontes, tanto fertilizando inquietações como influenciando suas expressões, podendo ser elemento ativo das diversidades e mudanças em todos os níveis da sociedade. (FERREIRA, 2004, p. 1232).

A utilização das TIC's nas escolas requer reflexão e planejamento. Deve-se observar as potencialidades de cada ferramenta utilizada e saber usá-las, ou seja, o

trabalho requer responsabilidade para que não transforme a tecnologia em apenas um brinquedo divertido para se passar o tempo.

3 O CONCEITO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A educação ambiental é uma ramificação da educação que se destina, de forma ampla, a difundir conhecimentos sobre o meio ambiente, com o intuito de inculcar na sociedade uma postura de preservação e sustentabilidade, através de uma consciência crítica acerca da problemática ambiental.

De acordo com a UNESCO:

um dos principais objetivos da educação ambiental consiste em o ser humano compreender a complexa natureza do meio ambiente, resultante da interação de seus aspectos biológicos, físicos, sociais e culturais. Portanto, ela deve criar para o indivíduo e para as sociedades os meios de interpretação da interdependência desses diversos elementos no espaço e no tempo, a fim de promover uma utilização mais reflexiva e prudente dos recursos do universo para atender às necessidades da humanidade (UNESCO, 1998, p.36).

No Brasil, apenas em 1999 foi sancionada uma lei específica que tratasse de educação ambiental: a Lei 9.795, instituindo a Política Nacional de Educação Ambiental. Em seu Art. 2º afirma que “a educação ambiental é um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter **formal e não-formal**” (BRASIL, 1999).

Por formal compreende-se um processo institucionalizado, ocorrendo em unidades de ensino dentro de seus currículos de forma transversal¹, e informal se caracteriza pela realização fora de uma instituição educacional, assim, necessitando flexibilidade, metodologias e conteúdos que atendam às necessidades de um público diversificado de diferentes faixas etárias, níveis de escolaridade e níveis sociais. A educação informal desenvolve-se nos “processos de socialização – na família, bairro, clube, amigos, etc., carregada de valores e culturas próprias, de pertencimento e sentimentos herdados” (GOHN, 2006, p. 28).

¹ O termo transversal pressupõe uma prática educacional transformadora, pois perpassam os conteúdos curriculares. O tema “meio ambiente”, dessa forma, deve estar implícito em todas as atividades de cada disciplina escolar (BRASIL, 1998).

Para que a educação ambiental se desenvolva amplamente e atenda a todas as esferas da sociedade, a informação e a comunicação se apresentam como essenciais, pois:

os meios de comunicação social desempenham um papel importante na sensibilização do público em relação aos problemas ecológicos. Entretanto, esse tipo de informação é limitado, já que se costuma insistir em aspectos superficiais ou episódios. Além disso, só se informa realmente a quem já está informado. Portanto, é indispensável uma educação ambiental que não somente sensibilize, mas também modifique as atitudes e proporcione novos conhecimentos e critérios. Logicamente, essa concepção repercute fortemente na educação em geral. (UNESCO, 1998, p. 29).

As práticas de educação ambiental nas escolas proporcionam um valioso aprendizado para todos os envolvidos no processo. Trabalhando-se de forma transversal, a educação ambiental permeia os conteúdos de todas as disciplinas escolares.

A figura 1 mostra uma prática de educação ambiental desenvolvida no Colégio Meta, na cidade de Rio Branco, Acre, onde se desenvolve, juntamente com a Secretaria Estadual do Meio Ambiente, oficinas que, de forma lúdica, tem o objetivo de sensibilizar os alunos sobre a importância da preservação dos recursos naturais e a conscientização para adoção de práticas sustentáveis.



Figura 1 – Prática de Educação Ambiental. Fonte: Diário do Congresso (2011).

Outro exemplo, de cunho não-formal, é o trabalho desenvolvido pelo 2º Batalhão Ambiental da Brigada Militar com sede na cidade de Santa Maria, que desenvolve atividades de educação ambiental desde 2006 através do Projeto Pequeno Cidadão – Ações Sócio-Ambientais para preservar a vida. O projeto trabalha com crianças selecionadas de escolas da rede pública e privada do município, buscando despertar nas crianças a adoção de um padrão de comportamento de proteção, conservação e preservação ambiental, a partir da sua realidade social e, a partir do seu cotidiano, onde possam praticar ações que contribuam para a solução dos problemas ambientais de suas comunidades (figura 2).



Figura 2 – Projeto Pequeno Cidadão.

Essas iniciativas exploram a utilização de tecnologias na educação, possibilitando um aprendizado rico e significativo para todos os envolvidos. Muitas instituições educacionais buscam parcerias juntamente com órgãos públicos de suas cidades para trabalharem a EA.

Atualmente, outra proposta que vem se destacando muito no cotidiano escolar é a Educomunicação, pois permite que haja o processo de ensino-aprendizagem a partir da realidade de cada comunidade tendo as TIC's como ferramenta essencial.

3.1 A Educomunicação Ambiental

A educomunicação se apresenta como um novo conceito, uma nova proposta pedagógica. Como o próprio nome revela, é uma relação de educação com comunicação, mas não apenas isso, através de um terceiro termo se revela a essência de seu significado: ação. Educar a partir da educomunicação requer produção coletiva, a transversalidade de conhecimentos.

Essa nova metodologia se destaca pela utilização de meios tecnológicos e técnicas da comunicação para a construção da aprendizagem. Segundo Gaia (2001), “a educomunicação tem como meta educar criticamente para a leitura dos meios de comunicação” (p.15).

O que a Educomunicação faz é possibilitar um novo entendimento e uma nova leitura dos saberes que, enquanto sujeitos sociais, temos construído e/ou admitido como verdadeiros e importantes para nós. Quer enquanto prática quer enquanto pesquisa teórica, o campo da Educomunicação possibilita que se revelem e tornem públicos os registros constantemente feitos, tanto pelos grupos organizados em torno da constituição dos saberes quanto de nós sobre nós próprios (SOARES, 2006, p.4).

Assim, percebe-se que a educomunicação, trabalha de forma a promover a prática da cidadania através dos meios de comunicação, e o como usá-los para melhorar a relação de comunicação. Hoje, percebe-se que essa nova metodologia vem invadindo as práticas de muitas instituições e ONGs (organizações não governamentais).

A educomunicação ambiental, desse modo, tem o objetivo de explorar, através dos meios de comunicação, a expressão ambiental, a manifestação, o diálogo. Rádios comunitárias, jornais de bairros, folhetos, cartazes, oficinas-cursos, e outros tantos meios são exemplos de iniciativas de educomunicação, que promovem de forma local a pesquisa e a construção do conhecimento sobre o ambiente em que vivemos.

As rádios comunitárias, por exemplo, prestam relevantes serviços para suas comunidades, promovendo cidadania e desenvolvendo processos educativos de forma aberta à participação da comunidade. Essa comunicação plural dá voz à população, mobilizando-a para discutir assuntos de interesse local, reivindicações, esclarecimentos, campanhas, ou seja, as informações de utilidade pública do local onde está inserida. Este meio de comunicação age como divulgador da informação,

podendo, dessa forma, potencializar projetos de educação ambiental promovendo a conscientização e permitindo que se dê a tomada de decisões e ações que visam a melhora da qualidade de vida da comunidade. Aí está o grande diferencial dos meios comunitários, onde a participação da comunidade é a essência de sua continuidade.

No Rio de Janeiro, um projeto do governo estadual chamado “Nas ondas do ambiente” transmite educação ambiental desde 2007 para escolas estaduais de todo o Estado. As escolas foram equipadas com equipamentos de rádio pelo Ministério da Educação, proporcionando, dessa forma, que professores, alunos e comunidade estejam envolvidos com a informação de forma criativa, dando-os a capacidade de um despertar para o meio ambiente. Durante o projeto os participantes não só aprendem sobre temas como o uso sustentável dos recursos naturais, mas também aprendem a usar técnicas de comunicação (GOVERNO DO RIO DE JANEIRO, 2011).

As oficinas de educomunicação ambiental também se destacam como formas de trabalhar o coletivo através da exploração das tecnologias de informação e comunicação. O Projeto Mídia Jovem desenvolvido pelo governo estadual do Sergipe promove, através de oficinas de rádio, mídia impressa, fotografia, vídeo, web e animação, a redução do índice de evasão escolar, melhoria da aprendizagem, promoção da (re)integração social, valorização da cultura regional e a promoção da cultura da paz (PROJETO MIDIA JOVEM, 2011) (figura 3).



Figura 3 – Oficina de Vídeo Projeto Mídia Jovem. Fonte: NPD Orlando Vieira (2011).

Enquanto aprendem a manusear, utilizar os equipamentos e as técnicas de comunicação, os jovens também são estimulados a explorar a realidade e as transformações de suas comunidades, buscando alternativas e ações que possam ajudar na transformação sócio-ambiental.

4 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O MEIO AMBIENTE

Diariamente, a população vem sendo influenciada de todas as formas pelos meios de comunicação. Não somente a televisão, que está mais comum na casa dos brasileiros, mas também a internet, os jornais, as revistas, os tablóides, os produtos que consumimos, vêm diariamente “bombardeando” informações significativas a respeito do meio ambiente.

Está-se diante de um novo modelo de comunicação que adota um compromisso ambiental. Diga-se que se trata de um fenômeno recente, onde as empresas têm buscado responsabilidade social, proporcionando à população conhecimento, conscientização e sensibilização.

Dentre tantos exemplos a serem mostrados, se destaca a Empresa Natura, que desenvolve pioneiramente, há alguns anos, produtos com fórmulas naturais que não agridem o meio ambiente e, recentemente, apresentou a opção do consumidor utilizar o refil em vários de seus produtos, como xampus e hidratantes (figura 4).

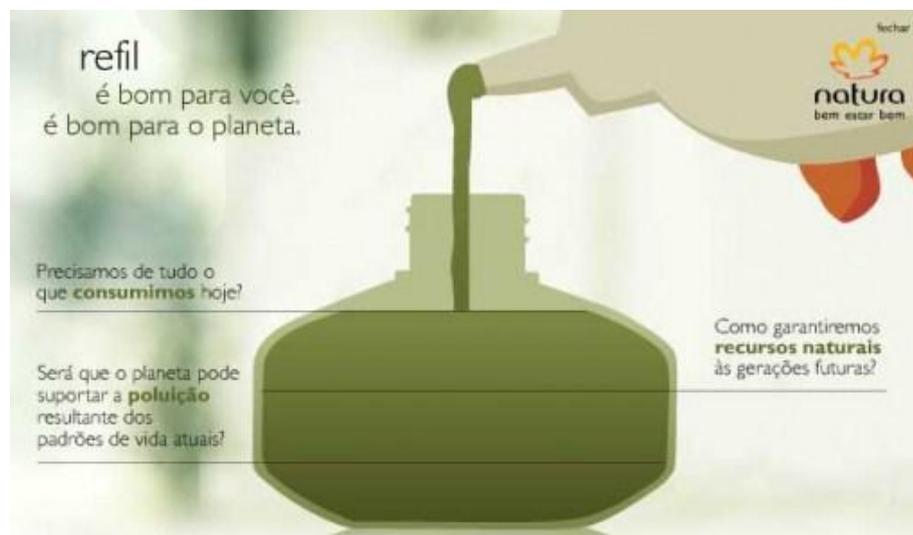


Figura 4 – Utilização de Refil I. Fonte: Natura (2011a).

Através do Programa Carbono Neutro (NATURA, 2011b), criado em 2007, a empresa combate o aquecimento global, firmando-se como uma das empresas mais verdes de nosso país. Através de seu slogan “Bem Estar Bem”, percebe-se que há um comprometimento com a sustentabilidade que conquista muitos usuários espalhados por todo o país (figura 5). O programa busca soluções para a crise climática através da redução da emissão de gases do efeito estufa. Através do site, o consumidor pode saber mais sobre o programa e interagir com sua interface, contribuindo com a inscrição de projetos ambientais que atendem à proposta, proporcionando, dessa forma, que mais pessoas estejam envolvidas na causa ambiental.



Figura 5 – Utilização de Refil II. Fonte: Natura (2011a).

Como se percebe em suas campanhas, a empresa retrata um olhar crítico referente à nossa postura, buscando a conscientização através de meios de comunicação criativos e que chamam a atenção por sua interface dinâmica. Essas informações também se apresentam com destaque em seus catálogos, site e embalagens. Assim, conquista o consumidor a adquirir produtos que contribuem, de forma sustentável, com o cuidado ambiental.

Em se tratando de meios eletrônicos, os vídeos ambientais são de grande ajuda quando o objetivo é sensibilizar. O documentário “A história das coisas” (YOUTUBE, 2011), por exemplo, apresenta um bom conteúdo, fazendo uma crítica

ao consumismo que gera problemas sociais e ambientais, alertando o receptor para a necessidade de se rever a situação atual de nosso planeta, através da diminuição do consumo e adoção de práticas menos agressivas, pois vive-se em um planeta finito (figura 6).



Figura 6 – A história das coisas. Fonte: Youtube (2011).

O vídeo se mostra dinâmico e envolve o receptor a partir de seu conteúdo, pois retrata a triste realidade do cotidiano humano. Apresenta todas as fases de um sistema: extração, produção, consumo e o descarte, fazendo com que o espectador identifique-se nesse contexto e, com isso, provocando uma mudança de comportamento a partir de uma nova visão de respeito pelo meio ambiente.

Os supermercados e hipermercados também têm demonstrado essa preocupação ambiental e vêm desenvolvendo campanhas voltadas à compra consciente. A multinacional Walmart, que atua no Brasil com nove bandeiras, foi eleita em 2009, pelo Guia Exame de Sustentabilidade (EXAME, 2011), como “a empresa sustentável do ano”. Duas das bandeiras existentes no Estado do Rio Grande do Sul, como o Hipermercado BIG e Lojas Nacional Supermercados, lançaram, em seus tablôides de ofertas, a campanha “Mês da Terra”. Esses encartes, como podem ser vistos na figura 7, veiculam informações de produtos verdes e dicas de sustentabilidade para serem desenvolvidas em casa. Entre elas: o

descarte do óleo de cozinha em garrafas PET e a entrega para a reciclagem; o incentivo do uso de sacolas retornáveis; a escolha de produtos eletrônicos que economizam energia, dentre outras informações. A empresa ainda disponibiliza virtualmente um site (www.walmartsustentabilidade.com.br) onde apresenta produtos, programas e dicas sustentáveis, mantendo também uma interação através de redes sociais como o Twitter, onde o consumidor pode enviar suas dicas de sustentabilidade, o site ainda apresenta documentos e relatórios de como minimiza os impactos que a empresa gera.

Nacional | **TODO DIA É DIA D PAGAR MENOS** | **Preços válidos por 2 semanas: de 14 a 27/07/2011.**

mês da terra

BOM PARA O SEU BOLSO, BOM PARA O NOSSO FUTURO.

Vinho Mission/ Cabernet Sauvignon Carta Vieja • 750ml **RS 11,50**

Massa com ovos Germani • 500g (Exceto Ninho) **RS 1,74**

Refrigerante Guarani Antártica • 2 litros **RS 2,69**

Danoninho

Petit suisse Danoninho • Sabores **RS 3,49**

Capa de filé bovino • Refrig. • Embalada a vácuo • kg **RS 9,90**

Preço sugerido por unidade: 12,90. Preço sugerido por unidade: 3,49. Preço sugerido por unidade: 13,90. Preço sugerido por unidade: 106,49. Preço sugerido por unidade: 1.598,00.

BIG | **mês da terra**

SUA ATITUDE FAZ O NOSSO PLANETA MELHOR.

Café Pilão Origem • 250g **RS 5,20**

Papel higiênico Neve Naturali • 50 metros cada • Com 8 unidades **RS 13,90**

TV 32" LED Philips Série 5000 LED Green TV • 2568 • Ref.: 5815D **RS 106,49**

E mais: qualidade e variedade com preços especiais. Confira.

FAÇA TAMBÉM A SUA PARTE PARA UM FUTURO MELHOR. USE SACOLAS REUTILIZÁVEIS.

Sacolas Reutilizáveis

- Nylon
- Diversas cores e estampas

Sacola reutilizável • Poliéster **RS 3,50**

RS 14,00 cada

Use sacola retornável. Bom para o seu bolso, Bom para o planeta. **Walmart**

PLANTANDO O FUTURO

Figura 7 – Tablóides de Ofertas. Fonte: Nacional (2011) e BIG (2011).

Outros meios de comunicação, como as revistas, trazem inúmeras propostas para vivermos sustentavelmente. A Editora Abril, por exemplo, juntamente com vários parceiros, desenvolve o movimento Planeta Sustentável (PLANETA SUSTENTÁVEL, 2011a), que veicula periodicamente guias e manuais como parte integrante em diversas de suas revistas, como pode ser visto na figura 8: Manual de Etiqueta 3.0. Este manual impresso foi desenvolvido com um conteúdo didático bem elaborado, com muitas ilustrações e figuras, cores que destacam as ideias e chamam a atenção para informações importantes, proporcionando interação com o leitor. Dicas de como substituir as lâmpadas incandescentes por outras mais eficientes, como separar o lixo em casa e como consumir alimentos locais e da estação são exemplos de informações que estão contidas no manual e que promovem um despertar e uma mudança de comportamento na sociedade.

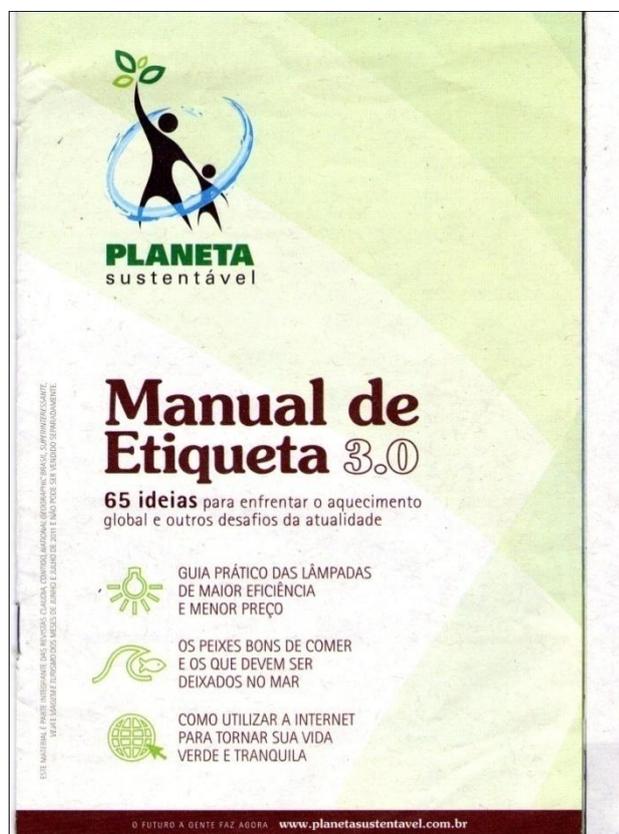


Figura 8 – Manual de Etiqueta 3.0. Fonte: Planeta Sustentável (2011b).

Diante de tantas informações, o consumidor passa a adquirir uma postura ecológica, observando produtos e ações que podem contribuir para o bem estar da

sociedade e das futuras gerações. E muitos são os meios tecnológicos onde a educação ambiental vem sendo promovida.

Muitas empresas vêm apostando no **marketing verde**, também conhecido como marketing ambiental, que sustenta a idéia de se vender uma imagem ecologicamente correta de algum produto ou empresa.

O marketing verde, atualmente, tem sido muito usado e, por sinal, sendo consideravelmente viável para muitas marcas, pois não envolve um processo muito elaborado de construção, uma vez que está relacionado com a causa ambiental, que hoje tem se mostrado com bastante aceitação pela sociedade. De acordo com Pereira (2008):

A partir do momento em que uma determinada marca está relacionada a uma entidade não governamental ou diz que desempenha um papel socioambiental, seus produtos acabam sendo comprados e assim ocorre um grande aumento em sua venda, devido a esta característica, pois há uma agregação de valor aos seus produtos e às empresas em si. (2008, p. 22).

Por outro lado, há que se ter cuidado, porque, apesar de chamar atenção para as questões ambientais, o marketing verde pode gerar também consumismo, uma vez que pode passar uma falsa idéia de que a compra pode trazer benefícios ao nosso ambiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tecnologias da informação e da comunicação na educação ambiental se apresentam como essenciais, pois promovem, de forma ampla, o objetivo central de conscientizar e sensibilizar o ser humano para adotar uma postura sustentável com seu planeta. Dir-se-ia, dessa forma, que educação e tecnologias são indissociáveis.

Fica claro, no desenvolver do trabalho, que a utilização das tecnologias é muita rica para a educação da sociedade e conseqüentemente da educação para o meio ambiente tanto de cunho formal, como não-formal. E que não somente promove sensibilização, mas também promove mudanças de comportamento na população, pois interagem com as ações cotidianas.

Percebeu-se que, nas últimas décadas, houve um aumento do uso das TIC's em prol do meio ambiente. A sociedade está cercada de informações que são

divulgadas pela televisão, internet, revistas, tablóides, etc. As empresas vêm, recentemente, apostando em um compromisso ambiental que proporciona, através das tecnologias da informação e da comunicação, uma mudança de comportamento para com o meio ambiente.

A cada dia mais, entra-se na sociedade das tecnologias. Assim, faz-se necessário apropriar-se delas. Com isso, a formação de professores para as tecnologias deve ser contínua, deve ir muito além do básico, pois vive-se em um mundo de constante evolução. Cabe a cada profissional da educação buscar os conhecimentos necessários para desenvolver sua prática com o auxílio das TIC's. Deve-se adequar a formação para que ela atenda as demandas desse “novo mundo tecnológico”, que a cada dia bate à porta de diversos profissionais.

Contudo, está-se diante de vários desafios para serem enfrentados, pois ainda se percebe a resistência de vários docentes que não acreditam no processo e de muitos profissionais que ainda não se familiarizaram com as tecnologias, não se sentindo prontos para trabalharem com elas.

Torna-se cada vez mais urgente que as tecnologias da informação e da comunicação promovam uma mudança na realidade ambiental do planeta. São muitas as possibilidades que a sociedade tem para reverter a degradação, mas para tanto é necessário que se esteja envolvido, participando em todas as esferas para que se possa garantir uma melhor qualidade de vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Teresinha de Jesus Fidentes de. Comunicação e Educação Ambiental: Um Estudo de Caso no “Araras Sem Lixo”. In: VII ENCONTRO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. 2004. Rio de Janeiro. **Anais Eletrônicos...** Disponível em: <<http://rearj.com/category/vii-encontro-de-ea-do-rj/>> Acesso em: 11 abr. 2011.

BIG, Hipermercados. **Tablóide de Ofertas**. Região Centro e Fronteira. De 14 a 27/07/2011.

BRASIL. **Política Nacional de Educação Ambiental. Lei 9.795/99**. Brasília: MMA.

_____. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: 3º e 4º Ciclos do ensino fundamental: meio ambiente.** Brasília: MEC/SEFE, 1998.

DIÁRIO DO CONGRESSO. **Educação Ambiental na Escola.** 2011. Disponível em: <<http://diariodocongresso.com.br/novo/2011/05/educacao-ambiental-na-escola/>>. Acesso em: 23 ago. 2011.

EXAME. **Guia Exame de Sustentabilidade.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/exame-elege-walmart-empresa-sustentavel-ano-511672>>. Acesso em: 2 jun. 2011.

FERREIRA, Naura Syria Carapeto. **Repensando e ressignificando a gestão democrática da educação na "cultura globalizada.** In: Educ. Soc., Campinas, vol. 25, n. 89, p. 1227-1249, Set./Dez. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v25n89/22619.pdf>>. Acesso em: 8 ago. 2011.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GAIA, Rossana Viana. **Edocomunicação e Mídias.** Editora UFAL, 2001.

GOHN, M. G. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas.** Ensaio: aval. pol. públ. Educ, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/52775935/Educacao-nao-formal-1-Maria-da-Gloria-Gohn>>. Acesso em: 15 jul. 2011.

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO. **Ambiente: Programa Nas Ondas Do Ambiente – Onde tudo começou!** Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/sea/exibeconteudo?article-id=167302>>. Acesso em out. 2011.

JACOBI, Pedro. **Educação Ambiental, Cidadania e Sustentabilidade.** Cad. Pesqui. [online], n.118, p. 189-206. ISSN 0100-1574. ScIELO Brazil, 2003.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e Tecnologias. O novo ritmo da informação.** Campinas, SP: Papirus, 2007.

LIEBER, R. O conceito de Risco: Janus reinventado. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org). **Saúde e Ambiente Sustentável: estreitando nós.** Rio de Janeiro: Ed. da FIOCRUZ, 2002.

MERCADO, Luis. **Formação continuada de professores e novas tecnologias.** Maceió: Edufal, 1999.

NACIONAL. **Folheto Nacional.** nº 14 – 2011. Validade de 14 a 27/07/2011

NATURA. **Refil.** Natura Cosméticos S.A. Disponível em: <<http://www2.natura.net/Web/Br/ForYou/Hotsites/Refil/CN/src/index.asp>>. Acesso em: 2 jun. 2011a.

NATURA. **Carbono Neutro.** Disponível em: <<http://scf.natura.net/Conteudo/Default.aspx?MenuStructure=4&MenuItem=29>>. Acesso em 2 jun. 2011b.

NPD ORLANDO VIEIRA. **Projeto Mídia Jovem**. Disponível em: <http://npdorlandovieira-aju.blogspot.com/2009/10/npd-orlando-vieira-apoia-projeto-do_16.html>. Acesso em: out. 2011.

PEREIRA, Carina Cerutti. **O discurso Ambiental como “Marketing Verde”: Um passeio pelo o que é lido e visto nas mídias**. Monografia Especialização em Educação Ambiental, Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

PLANETA SUSTENTÁVEL. **Movimento Planeta Sustentável**. Disponível em: <<http://planetasustentavel.abril.com.br/movimento/>>. Acesso em 2 jun. 2011a.

PLANETA SUSTENTÁVEL. **Manual de Etiqueta 3.0**. Manual de Etiqueta 3.0. Planeta Sustentável. Parte integrante das revistas Cláudia, Contigo, National Geographic, Geographic Brasil, Superinteressante, Veja e Viagem e Turismo. Meses de junho e julho de 2011b.

PROJETO MIDIA JOVEM. **Mídia Jovem**. Disponível em: <<http://www.midiajovem.se.gov.br/>>. Acesso em: out. 2011.

SOARES, Donizete. **Educomunicação – o que é isto?** Instituto de Educação e Cultura – GENS. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.portalgens.com.br/baixararquivos/textos/educomunicacao_o_que_e_isto.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2011.

UNESCO. **Educação Ambiental: As grandes Orientações da Conferência de Tbilisi**. Brasília: IBAMA, 1998.

YOUTUBE. **A história das coisas**. Versão Brasileira. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=lgmTfPzLI4E>>. Acesso em: 2 jun. 2011.

Karin Antunes Dalla Pozza – e-mail: karinpozza@yahoo.com.br

Fabiane Vieira Romano – e-mail: fabioromano@gmail.com