

# O PAPEL DA MÍDIA NA DEFESA DO MEIO AMBIENTE

**FRANCISCO ASSIS MARTINS FERNANDES**

Departamento de Comunicação Social

Universidade de Taubaté

## RESUMO

Os meios de comunicação de massa desempenham um papel na formação da opinião pública no que tange à ecologia. Os jornais, o rádio e a televisão difundiram as mensagens da Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente no Rio de Janeiro, em 1992. O processo de globalização, no contexto atual, gerou uma questão ambiental que deve ser vista desde uma dimensão de totalidade, superando até mesmo a segmentação positiva da ciência. A mídia impressa e eletrônica prossegue transmitindo os ideais de todos os que batalham pela conservação do meio ambiente que, em última análise, é a luta pela conservação da vida.

**PALAVRAS-CHAVE:** meios de comunicação; ecologia; meio ambiente; opinião pública; vida

## INTRODUÇÃO

No planeta Terra, o homem foi criado para viver num Paraíso, ou seja, num ambiente que lhe oferecesse as melhores condições de vida. Mas o que a história humana nos mostra é um “Paraíso perdido”.

No último quartel do século XX, o papel dos meios de comunicação de massa foi amplamente investigado e discutido por muitos estudiosos das ciências sociais aplicadas, mediante estudos e ensaios. Esses autores procuraram analisar sua influência na formação e controle da opinião pública desde uma perspectiva social, política, ideológica e cultural.

Nosso objetivo é identificar a função da mídia no contexto da defesa do meio ambiente, ou seja, como os meios de comunicação têm sido empregados a serviço da conservação dos bens naturais.

Nos estudos preparatórios para a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, que se realizou no Rio de Janeiro, em 1992, as discussões sobre os mecanismos econômicos se acirram especialmente quando esses mecanismos se evidenciaram impactantes para o meio ambiente e capazes de depauperar os recursos naturais.

No período em que se realizou a Conferência, os jornais, rádios e televisão do Brasil e do mundo difundiram discursos de muitos chefes de Estado referentes aos problemas ecológicos. No entanto, muitos estavam preocupados era com sua imagem perante a opinião pública e não com a busca de soluções concretas propostas pelos organizadores do evento.

Partindo dessa premissa, analisaremos a relação comunicação e meio ambiente como o poder da mensagem na informação ambiental.

## O PODER DA MENSAGEM

A mídia emprega uma linguagem adequada ao nível de compreensão das massas. Nos tempos atuais, a comunicação passou a fornecer subsídios para que a humanidade se coloque diante de si mesma numa perspectiva de avaliação de seu passado, da trajetória de seu desenvolvimento e da projeção de seu futuro, como assinala Ramos (1995, p. 13). Para esse autor, o monitoramento global proporciona aos cientistas o acesso a dados fundamentais para a pesquisa ambiental em suas várias manifestações disciplinares, da mesma forma que os acontecimentos sócio-políticos, artísticos, esportivos, meteorológicos.

Observamos que “jamais a humanidade assistiu a tão radical evolução como a que se processa nos últimos anos com o estabelecimento formal do sistema dos meios de comunicação de massa” (BELTRÃO e QUIRINO, 1976, p. 119). Os meios imprimem velocidade, ubiquidade e penetrabilidade à mensagem, tornando-a poderosa em escalas e níveis jamais alcançados.

Partindo desse contexto é possível afirmar que o domínio da informação está diretamente ligado ao poder de interferir e reorientar as relações humanas e da sociedade com a natureza. Onde se pode inferir que a influência dos meios leva a humanidade a tomar conhecimento dos problemas ambientais e a procurar

rediscutir os seus modelos de desenvolvimento e de atuação no meio ambiente.

Um aumento significativo de publicações, documentários, campanhas de publicidade institucionais sobre o meio ambiente é que temos observado nas últimas décadas. Contudo, é por meio dos jornais e da televisão que as questões ambientais têm chegado ao conhecimento, pela primeira vez, de segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema. Isso porque até então, essas informações circulavam basicamente em espaços restritos, na comunidade científica, em seminários e palestras, em publicações especializadas como revistas e livros.

Deste modo, ainda em nossos dias, a imprensa e a televisão são a principal fonte de informação para expressiva camada da população. O papel desses veículos revela-se decisivo nos processos de formação de opinião sobre a problemática ambiental.

Sobre o poder da mensagem transmitida pela mídia, Marques de Melo (1971, p. 12) assim analisava: “Os meios de comunicação social constituem, paradoxalmente, meios de elite e de massas. Como instrumentos mecânicos e eletrônicos que difundem mensagens de acesso potencial a todos os indivíduos da sociedade, eles são meios que atingem as massas, atuando como intermediários entre elas e o mundo. No entanto, é preciso considerar que, embora atingindo a massa, os meios de comunicação são meios de elite”. Essa tese de Marques de Melo revela que em toda sociedade ou os governos ou grupos mais poderosos têm usado a mídia para estabilizar a ordem social e consolidar o poder.

Hoje, mais do que nunca, a mídia continua a exercer um fascínio sobre os indivíduos, e conseqüentemente nas relações sociais, políticas e econômicas. Marques de Melo (*ibid.*, p. 62) assinala que os meios “atuavam como instrumentos todo-poderosos, capazes de moldar totalmente o comportamento humano, e em conseqüência, teriam condições de manipular a opinião pública, orientando-a em qualquer direção”. Essa suposta onipotência dos meios de comunicação precisa ser analisada no contexto de um público receptor eminentemente passivo. Sabemos que há dois tipos de mensagem, ou seja, a “mensagem recebida” e a “mensagem percebida”. Isso depende do nível de conhecimento do receptor. Essa observação nos leva a deduzir que a influência dos meios de comunicação na formação da opinião pública está relacionada a um contexto mais amplo.

Ramos (*ibid.*, 23) enfatiza que no processo da comunicação, a participação de grupos sociais e sua conseqüente atuação na formação da opinião, não deve, no entanto, ser interpretada como sinal de que os meios massivos são pouco influentes na incorporação de valores e comportamento. Numa sociedade como a nossa, caracterizada pela má distribuição de renda e difícil acesso aos direitos básicos como educação e

saúde, a formação de uma consciência da cidadania aparece fugaz ou como uma meta ainda distante.

Os meios de comunicação são instituições que desfrutam de grande prestígio na sociedade. Chegam a superar com grande vantagem as instituições fundamentais da República, dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e das organizações da sociedade civil.

A participação dos meios de comunicação na difusão do conhecimento é mediática, ou seja atua como referencial do mundo exterior, um sistema de representações que interage com o conhecimento pessoal direto, adquirido pelo indivíduo por meio de sua formação cultural, convivência social e experiência própria. Tudo isso indica que a mídia, no mundo atual, desempenha um papel significativo na constituição e difusão de representações sociais.

Para Moscovici (1978), “o caráter social das representações transparece na função específica que elas desempenham na sociedade, qual seja a de contribuir para os processos de formação de condutas de orientação das comunicações sociais”. Desta forma, admite-se que a linguagem é a expressão de um povo.

Para Albana Xavier Nogueira (200, p. 238), a atividade da linguagem envolve, simultaneamente, o **saber** e o **fazer** da comunicação, formalizados na fala, em que alguns traços lingüísticos são privilegiados em detrimento de outros, que se restringem a determinados grupos, ou ainda, que se particularizam ou se tornam obsoletos. A freqüência ou mesmo ausência de certos traços, em determinadas classes sociais ou em espaços geográficos e até nos registros individuais, pode servir de parâmetro para o arrolamento dos feixes de traços capazes de configurarem os usos lingüísticos de uma comunidade. A constância desses traços define o que costuma chamar de norma ou normas lingüísticas em uso nessa comunidade.

## A INFORMAÇÃO AMBIENTAL

A mídia, na expressão de McLuhan, é a extensão do homem. A investigação ambiental é por excelência interdisciplinar, uma vez que os modelos tradicionais de análise compartimentalizadas em áreas distintas do conhecimento se mostram insuficientes para abordagem dos problemas complexos que envolvem o ambiente, na acepção de Ramos (1995, p. 29).

Os meios de comunicação são responsáveis pela ampla difusão de informações sobre a problemática ambiental. Torna-se um elemento essencial para a consecução de caminhos que levem à solução dos conflitos de interesses políticos e econômicos, tornando-se um fator limitante para o alcance de uma visão globalizante do meio ambiente.

A necessidade de um padrão lingüístico evidenciou-se pelo fato de haver conteúdos diferentes para um mesmo termo. É o caso de **ecologia** que provem do grego *oikos*

(casa) e de *logos* (tratado, estudo). Para os biólogos, a ecologia compreende o estudo analítico das condições criadas pelo meio e da ação deste sobre os seres que nele vivem. Mas em alguns contextos discursivos como objeto, em outros como um método, em outras ainda como ciência.

Essa é uma questão que nos leva a observar que o mais grave, em se tratando de ecologia é que muitas mensagens de forte apelo persuasivo refletem interesses meramente corporativos e não coletivos, como se deveria supor, uma vez que o meio ambiente compreende toda a coletividade.

Surge a pergunta qual é a compreensão do povo receptor sobre a qualidade da informação ambiental? Ramos cita pesquisadores norte-americanos que chegaram às seguintes conclusões:

- os jornais e a televisão são os meios mais freqüentemente empregados como fonte de informação ambiental, mas nem sempre são considerados como os mais confiáveis;

- indivíduos com maior grau de escolaridade usam menos a televisão como fonte de informações ambientais do que os indivíduos com menos grau de escolaridade, e tendem a rejeitar a televisão como uma fonte confiável de informação científica sobre meio ambiente, preferindo a mídia impressa, sendo as revistas especializadas mais confiáveis do que os jornais;

- a maior parte da amostra traz como pontos negativos da *performance* da mídia a falta de imparcialidade: a inclinação política; o sensacionalismo e a tendência a solucionar assuntos visando maximizar a audiência; e

- uma minoria considerou que a mídia diz a verdade nas mensagens ambientais.

Diante desses resultados, Ramos (*ibid.*, p. 31) pergunta: “Será que a comunicação de massa vem apresentando um tratamento interdisciplinar da questão ambiental, ou será que vem atuando no sentido de reforçar uma visão compartimentalizada dos problemas ambientais, apresentando uma abordagem desintegradora e fragmentada da problemática ambiental?”

Como conhecer a mensagem ambiental da forma que vem sendo transmitida pela mídia? Torna-se necessário saber que o estudo da mensagem ambiental revela-se como uma etapa essencial na investigação da influência da comunicação de massa nos processos individuais e sociais de percepção e interação com o meio ambiente.

Para se realizar um estudo adequado sobre o papel da mídia na construção do conhecimento e sua interface com a educação ambiental faz-se necessário examinar a diversidade de matérias veiculadas, procurando-se evidenciar a forma como esses conteúdos foram absorvidos pela população. Esse fato promove o hábito à leitura, a interpretação dos discursos, a visualização dos desenhos e outras ilustrações bem como os movimentos das imagens e a musicalidade dos sons.

Esse fator faz com que os leitores e aqueles que assistem às notícias pela televisão possam além de interpretar, incorporar valores no seu cotidiano ou mesmo subsidiá-los com suas próprias decisões. Verifica-se, atualmente, que no âmbito das políticas públicas e adicionais existe a preocupação quanto aos aspectos da conscientização da população no que se refere à preservação e conservação do meio ambiente.

Como observa Regina Sueiro de Figueiredo (2001, p. 197), “a mídia, por intermédio de seus meios de veiculação, ao atingir a população em geral, leva notícias das mais variadas, como por exemplo, as do tipo turístico, demagógico, sensacionalista, imperativo, instrucional, religioso, ou simplesmente informativo”. Por sua vez, o discurso veiculado por essa mesma mídia aliado à Educação Ambiental deve levar o público a reflexões, contribuindo dessarte para a aquisição de conhecimentos e informações significativas para mudanças comportamentais.

Nesse sentido, Figueiredo (*Idem, ibidem*) enfatiza que nessa ótica, a mídia expressa através dos veículos massivos (televisão, rádio, jornais, revista e Internet) pode ser considerada uma aliada poderosa junto à educação, pois tem importante papel a cumprir na sociedade, pois desde que o homem conseguiu utilizar pela primeira vez sons e signos, a comunicação ganhou papel importantíssimo no processo histórico.

Com o advento das novas tecnologias, a sociedade moderna habituou-se a adquirir informações e conhecimentos por meio da televisão, do rádio, dos jornais e da Internet. A interpretação de vários gêneros de matérias jornalísticas veiculadas pela mídia impressa e eletrônica proporcionam ao público conhecer a qualidade de vida do cidadão na sociedade. Observa-se que a mídia vem dando importância aos programas sobre o meio ambiente, especialmente, àqueles que se voltam para a Educação Ambiental.

## **APRESENÇA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA CONFERÊNCIA DO RIO/92**

A primeira Conferência Internacional para debater o meio ambiente humano teve lugar na Suécia, patrocinada pela ONU, em 1972. Essa Conferência elaborou e aprovou a “Declaração sobre o Ambiente Humano” com o objetivo de estabelecer uma visão global e princípios comuns, que servissem de inspiração e orientação à humanidade para preservação e melhoria do meio ambiente.

A Conferência de Estocolmo facilitou a criação de vários organismos internacionais para denunciar o agravamento dos problemas ambientais advindos da aceleração de processos predatórios e poluentes, promovidos em escala mundial, indicando a pouca repercussão prática das intenções e princípios firmados em documentos e internacionais realizados naquela Conferência.

Além disso, observa-se que nas últimas décadas acentuou-se a distância entre países pobres e ricos, sobretudo no que diz respeito às novas tecnologias, distribuição de renda, padrões de consumo e endividamento externo, refletindo nos índices de qualidade de vida e degradação ambiental.

Em vista desse quadro, a Assembléia Geral das Nações Unidas convocou a Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento que se realizou no Rio de Janeiro, em junho de 1992, tendo como objetivo fundamental estudar a concepção de que o crescimento econômico e a proteção ambiental precisam ser considerados para que se possa, efetivamente, evitar que a deterioração do ambiente comprometa sua capacidade futura de manter a vida, bem, como examinar estratégias para atingir níveis mais equilibrados de desenvolvimento entre as nações (RAMOS, idem, p.36).

Comparando-se o conteúdo da Conferência de Estocolmo com o da Conferência do Rio, observa-se que na última destacam-se objetivos mais amplos, como observa Emílio Candotti (1992, p. 115). O desafio desses objetivos podem ser assim resumidos:

- Levar à consideração das políticas de comércio e indústria dos países participantes um programa de redução dos impactos sociais e ambientais causados pelo sistema produtivo. Responder à pressão dos movimentos sociais preocupados com a crescente devastação dos recursos e ambientes naturais. Promover o debate de novos modelos de desenvolvimento econômico atentos à justiça social, à conservação dos ecossistemas e aos limites da exploração das matérias-primas;

- Estabelecer convenções e tratados internacionais dedicados à preservação das condições de sobrevivência das espécies que habitam o planeta e o equilíbrio dos ecossistemas complexos. Definir códigos e normas que orientem programas de conservação ambiental, e limitem os danos provocados pela ação do homem sobre a terra, a água e o ar. Promover a cooperação internacional em projetos dos ambientes físicos e naturais.

- Aproximar o debate dos temas ecológicos e as políticas ambientais às grandes questões do desenvolvimento econômico, das concentrações urbanas e do crescimento populacional. Associar as iniciativas de proteção à biodiversidade e à valorização da sociodiversidade.

As Organizações Não-Governamentais (ONGs) são responsáveis pela conscientização dos problemas ambientais. No Rio de Janeiro, as ONGs realizaram um encontro paralelo que foi denominado de “Fórum Global”, uma vez que a Conferência oficial tinha um cunho eminentemente governamental.

A presença da mídia na Conferência do Rio/92, mostrou um evento de proporções gigantescas, nunca visto antes. Esse fato demonstrou interesse internacional pelos problemas ambientais. O jornal *O Estado de S. Paulo* (1992) fez a cobertura da Conferência e destacou

que: enquanto na Conferência de Estocolmo reuniram-se políticos, funcionários governamentais e peritos de 113 países, representantes de 250 organizações não governamentais e das agências especializadas das Nações Unidas, para o encontro do Rio de Janeiro previa-se a participação de 185 países, inclusive 112 chefes de Estado, 50 organizações intergovernamentais e 2 mil representantes de governos; paralelamente, o Fórum Global previa a participação de 11 mil membros de entidades internacionais e a realização de 400 eventos; ao mesmo tempo em que o Rio de Janeiro preparava-se para receber cerca de 35 mil visitantes, além de uma programação de cerca de 2 mil eventos culturais.

Nesse contexto, como observa Ramos (idem, p. 39-40), destaca-se também a participação dos meios de comunicação de massa: enquanto em Estocolmo participaram cerca de mil jornalistas, para a Conferência do Rio foram cadastrados mais de 7 mil jornalistas, fotógrafos e técnicos, representando agências de notícias, redes de TV, jornais e revistas de todas as partes do mundo; um sofisticado aparato técnico foi montado para transmitir dados e imagens via satélite, possibilitando que as informações sobre a Conferência pudessem ser transmitidas simultaneamente para diferentes lugares do Planeta durante 24 horas por dia.

Importante salientar que a Conferência destacou-se como uma oportunidade especial de estudar a informação ambiental veiculada pela mídia, uma vez que recebeu um grande destaque dos profissionais dos meios de comunicação, proporcionando um amplo material para a análise da mensagem ambiental.

No que tange à informação ambiental, a mídia tem dado destaque para os grandes acidentes que afetam o ecossistema. O caso da Petrobrás é um dos que mais aparecem nas telas da televisão e nas páginas de jornais e revistas. Porém, as queimadas, a venda ilegal de madeira, como foi o caso da venda de mogno, envolvendo até mesmo os índios do Pará causam preocupação a todos. Como sublinha o jornalista Lúcio Flávio Pinto (2001), o próprio Greenpeace e autoridades brasileiras às quais foram feitas as denúncias constataram numa operação realizada no ano passado, em que foram flagrados 20 mil metros cúbicos de mogno estocados em pátios dentro da reserva dos índios caiapós ou em jangadas que desciam o rio Xingu. As multas aplicadas às serrarias alcançaram seis milhões de reais.

A devastação não pára. E o Estado não tem condições para inibir a depredação da natureza amazônica. Eron Brum (2001, p. 22) identifica três tipos de cobertura jornalística sobre questões ambientais: as matérias baseadas em denúncias; as que representam propostas de solução para problemas ambientais e a divulgação amena de assuntos como nichos ecológicos, parques e reservas florestais.

## CONCLUSÃO

Analisando a produção de informações e veiculação sobre o meio ambiente, verificamos que a cobertura aparece na mídia impressa e eletrônica de maneira fragmentada. Para algumas empresas de comunicação, o interesse maior reside no fato de obter audiência. As TVs educativas são as que dedicam mais espaço às questões da ecologia.

Para muitos segmentos de nossa população o veículo de maior penetração e eficácia é o rádio. Ele sempre ocupou um lugar nos lares, nos automóveis, nos caminhões, levando notícias e mensagens educativas. O rádio tem como características o imediatismo, a mobilidade e a capacidade de poder abranger a população como um todo.

É importante lembrar que em nosso País, onde há grandes desigualdades sociais e que é considerável o número de cidadãos que, por serem analfabetos, não têm acesso a livros, jornais e revistas. A televisão portátil veio complementar a transmissão de informações para um grande contingente de nossa população. Isso se deduz pelo fato de que ela (tv) tem uma função fundamental na conscientização das pessoas na medida em que se constitui num veículo massivo com grande prestígio nos segmentos com menor grau de escolaridade.

Para muitos pesquisadores da mídia, os meios de comunicação são a principal fonte de notícias para grande parcela da população, essa forma de atuar tem repercussões no processo da formação da opinião sobre as questões ambientais.

Cabe não apenas às empresas de comunicação dar a devida importância às mensagens que abordam a educação ambiental, mas também aos governantes estimular as investigações sobre as questões ecológicas, novos caminhos que levem os indivíduos a criar uma consciência crítica diante da problemática ambiental.

## ABSTRACT

The means of communication perform a role in the public opinion formation about ecology. The newspapers, the radio and the television spread the news about the world ENVIRONMENT Conference, in Rio de Janeiro, 1992. The globalization process, in nowadays context, originates an environmental question, which must be seen, since a dimension of totality, overcoming the positive science segmentation. The printed and electronic media follows transmitting the ideals of all people who fight by the ENVIRONMENTAL conservation, that means the fight by the life conservation

KEY-WORDS: mass media; ecology; environment; public opinion; life

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, L.; QUIRINO, N. O. *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa*. São Paulo: Summus, 1986.

BRUM, E; FARIAS, R. *A mídia do Pantanal*. Campo Grande: UNIDERP, 2001.

CANDOTTI, E. Reflexões e refrações de um Eco. *Revista Estudos Avançados*. São Paulo, IEA USP, v, 6, nº 15, maio/jun. 1978, p. 115.

FIGUEIREDO, R. S. A interface com a Educação Ambiental. In: BRUM, Eron; FARIAS, Regina (Org.). *A mídia do Pantanal*. Campo Grande: UNIDERP, 2001, p. 195-208.

MARQUES DE MELO, J. *Comunicação, opinião e desenvolvimento*. Petrópolis: Vozes, 1971.

MOSCOVICI, S. *A máquina de fazer deuses*. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

NOGUEIRA, A. X. Recortes do Léxico Pantaneiro. In: BRUM, Eron; FARIAS, Regina (Org.). *A mídia do Pantanal*. Campo Grande: UNIDERP, 2001, p. 237-254.

RAMOS, F. A. *Meio ambiente e meios de comunicação*. São Paulo: Annablume/FAPEESP, 1995.

**Francisco Assis Martins Fernandes** é Professor Titular do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté.