



## **Introdução à Comunicação Ambiental <sup>1</sup>**

Manuela ANDREONI<sup>2</sup>

João Montenegro da S. Pereira REIS<sup>3</sup>

Mohammed ELHAJJI<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Este artigo tem por objetivo embasar o conceito de “comunicação ambiental” e destacar sua importância no atual contexto de crise ambiental, em meio ao qual as mensagens da mídia exercem o papel de principais mediadoras entre as transformações sofridas pelo meio-ambiente e a população. Através de uma releitura crítica da relação entre a humanidade e a natureza, o artigo ajuda a explicar a forma de tratamento que ainda é dada à questão ambiental, a partir de um enfoque sobre meios de comunicação de massa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Meios de comunicação de massa; meio-ambiente; discurso hegemônico

### **INTRODUÇÃO - O HOMEM E A NATUREZA**

Para se afirmar como forma de saber superior, no século XVII, a ciência, na sociedade ocidental, se propôs a separar a ordem natural da ordem social. Antes, acreditava-se que a ordem natural tinha influência direta sobre a ordem social, ou seja, que os fenômenos naturais determinavam a condição humana, e serviam de modelo de explicação para os homens. Basta reparar na grande quantidade de mitos, lendas e religiões que mencionam fenômenos naturais como representações de uma intervenção divina, sinais de Deuses ou forças metafísicas. Enfim, o bem-estar humano era, de certa forma, associado às relações dos homens com a Natureza.

Contudo, com a ciência e a separação das duas ordens, o mundo passa à condição de objeto a ser estudado e analisado, o que provocou uma separação do ser humano biológico e o social. A Natureza virou antes um signo que remetia à pureza, ao bucolismo, à antítese do que se aproximava de uma vida moderna, do que o ambiente que nos cerca realmente. “A máquina [fotográfica] transformou a Natureza numa forma de arte. Pela primeira vez os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Teoria da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 3º Período do Curso de Comunicação da UFRJ, email: manuelaandreoni@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 6º Período do Curso de Comunicação da UFRJ, email: jreismn@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor da Escola de Comunicação da UFRJ. Email: mohahajji@yahoo.com.br



homens começaram a olhar a Natureza como fonte de valores estéticos e espirituais. Maravilhavam-se de que as eras passadas tivessem sido tão despercebidas do mundo da Natureza enquanto arte.” (MCLUHAN; 1964).

O afastamento entre o Homem e a Natureza acentuou-se cada vez mais com o desenvolvimento da ciência e das tecnologias. Se, no passado, o tempo e o espaço eram pensados de acordo com o ritmo e dimensões naturais, tais noções acabaram sendo deslocadas para o que agora era um universo antropocêntrico. Através da matemática, da física e da biologia foi permitido o avanço da mecanização (dos meios de produção e de transporte), e da sistematização da sociedade (no estudo da Economia, por exemplo), de modo que os fenômenos naturais não mais seriam o parâmetro para a vida social humana.

No entanto, essa divisão radical homem/natureza acabou gerando uma sociedade alheia à dependência fundamental que o primeiro tem diante da última, devido ao uso sistemático de seus recursos para a manutenção do seu estilo de vida, para sua sobrevivência. Por isso, alguns grupos e instituições começaram a se organizar para reverter tal cenário.

Em 1971, a UNESCO lançou um programa de pesquisa intitulado “Homem e Biosfera”, marcando a entrada da ecologia no centro das preocupações políticas mundiais. Mas foi a *Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano*, realizada no ano seguinte, o primeiro grande evento a analisar e avaliar a temática ambiental do ponto de vista “ambientalmente correto”. Essa conferência consolidou as bases da moderna política ambiental adotada por todos os países, com maior ou menor rigor, nas suas legislações particulares.

No ápice das lutas ecologistas geradas pelo movimento anti-nuclear da década de 60, a Conferência de Estocolmo foi um referencial que gerou o principal estudo da situação ambiental no mundo: o Relatório Brundtland. Esse documento, redigido em 1987 pela Comissão Mundial sobre Desenvolvimento e Meio-Ambiente, oficializou o conceito de ‘desenvolvimento sustentável’, entendido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”.

Tal preocupação, ainda recorrente, em instituir novos modelos de desenvolvimento, deve-se ao fato de que as atividades humanas invadem e prejudicam a manutenção do espaço natural, destruindo o meio-ambiente e provocando catástrofes. Por isso, se antes a ecologia tratava apenas do aspecto biológico do meio-ambiente, hoje, ela trata também do ambiente social e subjetivo. É o que propõe o estudioso Félix Guatarri, no livro “As Três Ecologias”. O autor afirma que, para as pessoas tomarem consciência dos perigos mais evidentes que ameaçam o meio-ambiente natural das sociedades, faz-se necessário o desenvolvimento de um novo modelo de visão e organização de mundo, que leve em conta a inter-relação fundamental existente entre as esferas natural, social e subjetiva. “(...) só uma articulação ético-política – a que chamo *ecosofia* – entre os três registros ecológicos (o do meio-ambiente, o das relações sociais e o da subjetividade humana) é que poderia esclarecer convenientemente tais questões.” (Guatarri, Félix, 2006. p. 8).

O sociólogo Anthony Giddens critica a soberania do modelo de desenvolvimento a que chama de urbanismo. Para o teórico, as transformações ambientais decorrem em acordo com dois eixos: o capitalismo e o industrialismo. O urbanismo seria exatamente o mediador entre esses dois eixos, provocando alterações significativas na relação entre a sociedade e a natureza. Pela lógica do urbanismo, a natureza como domínio de elementos independentes da ação humana não existe, pois, a partir do momento em que o homem existe e interage



com o meio-ambiente, instrumentaliza-o e o incorpora como parte de sua esfera social.

Quando o mundo natural é regido cada vez mais de acordo com os “sistemas internamente reflexivos da modernidade” advindos do urbanismo, a natureza perde seu espaço. A questão, diz Giddens, não é a existência da indústria ou do capitalismo e seu impacto ambiental físico, mas a permeabilidade da lógica mundial e de reflexão humana em relação a essa lógica do urbanismo. A tradição deixa de ser a mediadora entre natureza e seres humanos e em seu lugar entra o conhecimento científico, que leva o sistema a ser cada vez mais retroativo na medida em que cria suas próprias extensões e aprofundamentos e cultiva e justifica sua própria existência, de forma que ela se torne essencial e inevitável.

Desse modo, a proposição de um novo modelo torna-se tarefa extremamente complexa; afinal cabe apenas sugerir o impensável, aquilo que não se justifica nem entra na lógica do sistema por sua própria essência. Giddens faz menção da possibilidade de uma humanização da tecnologia como uma realidade utópica. Para isso seria necessário frear a retroalimentação do sistema que se confunde com sua suposta evolução, por meio da introdução de questões morais na relação entre seres humanos e meio ambiente, no lugar do atual relacionamento puramente instrumental.

Para muitos ecologistas, não é só a Natureza que está em crise, mas a sociedade moderna e o comportamento humano também. O que pode ser percebido pelo atual choque entre as civilizações ocidental e oriental, pela imigração exacerbada aos países de primeiro mundo, pela absurda e desproporcional produção de lixo das populações dos países mais desenvolvidos (que são modelos a serem seguidos pelos países sub-desenvolvidos!), pela desigualdade berrante entre os índices de qualidade de vida pelo mundo e, finalmente, pelos valores materialistas de uma sociedade de consumo que contribuem para modo de vida insustentável hoje vigente.

Ecologistas mais radicais, percebendo a desvalorização do meio-ambiente e de tudo que é não-humano, vêem um grande problema na idéia de o ser humano ser o único sujeito possível, resquício de um pensamento antropocêntrico. Para eles, essa questão impossibilita qualquer mudança profunda que possa levar a uma solução à crise ambiental:

Para as vertentes ecológicas radicais, a construção de uma ética da compaixão ilimitada e da coresponsabilidade é radicalmente contrária à moral antropocêntrica, hegemônica na Modernidade. A instauração da utopia de uma nova ética ecológica mundial implica em considerar todos os seres da natureza não só como sujeitos de direitos e portadores de cidadania, mas também como formas de existência que merecem respeito e veneração. Esta ética ecológica critica o antropocentrismo, um sistema de pensamento que coloca o homem acima e fora da natureza, de acordo com o qual, nada possui sentido sem a presença humana. Portanto, na visão antropocêntrica, os seres da natureza não têm valor intrínseco e são propriedade e domínio do homem. (AGUIAR; 2005)

A citação anterior revela como a questão ambiental é, de fato, bastante delicada, envolvendo, em sua base, aspectos culturais, profundamente arraigados nas práticas e costumes das diversas sociedades. Os problemas causados pelo homem ao meio-ambiente estão ligados, em larga medida, a uma tradição de pensamento e visão de mundo, de um modo de vida que está em consonância com o que é ensinado através de gerações. São resultado de “um conjunto de processos que abarcam a produção, circulação e consumo da significação na vida social” (CANCLINI, 2005). Ou seja, a comunicação ambiental situa-se em meio a uma batalha pelo sentido, pela significação. É preciso re-significar, reverter sentidos e valores pré-estabelecidos. Dessa maneira, em paralelo, poder-se-á modificar os problemas estruturais.



“Não parece evidente que quando se força uma situação humana a um ponto extremo de saturação, o resultado mais provável é a precipitação? Quando todos os recursos e energias são aplicados a um organismo ou estrutura, dá-se uma espécie de reversão de estrutura” (MCLUHAN, 1964).

Nossa estrutura antropocêntrica foi forçada ao extremo, por isso é preciso haver uma reversão da idéia da relação Homem-Natureza. Nesse ponto, é fundamental a atuação dos meios de comunicação de massa, por se tratarem dos principais propagadores de idéias e valores, “exercendo papel fundamental na conformação de pensamentos e comportamentos” (Kelnner, Douglas. 2005).

Mas o meio-ambiente já está na mídia. Por que, então, a crise ambiental ainda é ignorada ou mal compreendida por muitas pessoas, grupos e instituições?

Com a crescente preocupação acerca das questões ambientais e a conseqüente intensificação dos debates sobre o tema, a exposição do meio-ambiente na mídia aumentou significativamente nos últimos anos. Tanto em jornais e revistas quanto na forma de publicidade e propaganda, os discursos quanto à crise ambiental, repletos de expressões como “responsabilidade e gestão sócio-ambiental” e “desenvolvimento sustentável”, vêm se propagando através dos meios de comunicação de massa. Em paralelo, há a atuação de mídias e veículos especializados que vão formando uma rede alternativa de informações ambientais, oferecendo conteúdo mais crítico e abrangente, embora não possuam a mesma estrutura e alcance da Grande Mídia.

A partir desse cenário, surge a necessidade do estabelecimento de um modelo de comunicação capaz de atingir um público de massa, atuando como instrumento pedagógico e didático e que desperte interesse, mantendo a qualidade do conteúdo, transmitindo ao público a real situação do meio ambiente nos dias de hoje e suas implicações sociais. Além de explicitar a associação dos problemas ambientais atuais com ações humanas, muitas vezes encoberta pelos principais veículos de informação do mundo, por razões políticas e/ou econômicas. Isso porque, como qualquer outro tipo de forma discursiva, a comunicação ambiental está sujeita a pressões políticas e sociais e está carregada de valores ideológicos que variam de acordo com os diferentes contextos sociais existentes. Esses contextos representativos “por vezes constroem ou excluem, de maneiras materiais ou físicas, determinadas vozes e comunidades.” (Cox, 2007. p. 13)

## **CONCEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO AMBIENTAL**

A comunicação ambiental possui um viés teórico e outro prático.

Primeiramente, deve ser entendida como um campo de conhecimento acadêmico específico, que propõe a análise das mensagens da mídia (textos, imagens, etc.) relativas ao meio-ambiente e seus efeitos na sociedade. Esse estudo, para ser realizado de forma satisfatória, deve relacionar tais mensagens aos aspectos políticos, econômicos e culturais que são intrínsecos aos textos da mídia, e que conferem os diferentes “tons” que mensagens sobre um mesmo assunto podem apresentar; isto é, esses aspectos são responsáveis, em alguma medida, pela forma como uma notícia ou documentário abordam determinado assunto.

Uma vez que problematiza a relação entre mídia e meio ambiente, a comunicação ambiental abre espaço para o desenvolvimento de uma técnica de comunicação



especializada em assuntos ambientais, cuja aplicação (aí está viés prático da comunicação ambiental) poderá tornar claras à população em geral informações relativas ao meio-ambiente, que estão inseridas num contexto complexo, caracterizado pela interdisciplinaridade e pelo uso de termos científicos específicos.

A relevância da comunicação ambiental é justificada, entre outros aspectos, pela necessidade de se utilizar termos, expressões e vocábulos, sejam os mesmos científicos ou não, mais adequados ao contexto ambiental - global e local - e eficazes no sentido de produzirem uma reação ou sentimento na massa que conduza à ação, à manifestação, à transformação. Pois o uso aleatório ou malicioso de um discurso específico pode significar o velamento de determinadas questões ou problemas ambientais, através de eufemismos, por exemplo. O teórico Emily Plec classifica esse tipo de manipulação como “crime de (re)definição” - (re)definition crime -, que consistiria na distorção intencional do processo de comunicação ambiental.

“O propósito dessa semântica radical [uma abordagem crítica, coerente e ética] é resistir e intervir no processo através do qual poderosas elites (re)constróem usos particulares da linguagem como um instrumento intencional de opressão e dominação nos interesses quanto a uma maior consolidação de poder.” (PLEC, EMILY (2007) 'Crisis, Coherence, and the Promise of Critical Rhetoric', *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 1:1, 49 -57, p. 7)

A informação ambiental de qualidade deve apontar os fatos geradores da crise ambiental, para que as pessoas tomem consciência e possam atuar sobre as causas e não apenas sobre os efeitos. Um tipo de informação que revele as origens dos problemas ambientais e que não se limite aos conflitos homem/natureza e à crise de consciência ambiental que parece ser instigada pelos meios de comunicação de massa.

O especialista Robert Cox, propõe quatro princípios para a Comunicação Ambiental:

1. A Comunicação Ambiental procura desenvolver a habilidade da sociedade de responder apropriadamente às mensagens ambientais relevantes ao bem estar tanto da civilização humana quanto dos sistemas naturais biológicos”.
2. Socialmente, as representações do meio ambiente, incluindo informação governamental, sistemas de aconselhamento científico e processos de decisão deveriam ser transparentes e acessíveis para membros do público. Com relação a isso, aqueles afetados pelas ameaças à qualidade do meio ambiente devem ter recursos e possibilidade de participar de decisões que afetam suas comunidades individuais, saúde e bem-estar.
3. Oportunidades e capacidades suscitadas por estudos individuais ou de sociedade permitem o compartilhamento de experiências e a interação com o mundo natural e, para envolver a comunicação de outrem relativa a essas experiências, são essencialmente boas e deveriam ser cultivadas.
4. Estudantes, professores e praticantes têm o dever de educar, questionar e avaliar criticamente, senão falar em fóruns apropriados, quando representações sociais/ simbólicas de “meio ambiente” ou outras práticas de comunicação são restringidas ou subordinadas por políticas prejudiciais e insustentáveis dirigidas a comunidades humanas e ao mundo natural. Com relação a isso, nós temos a responsabilidade através de nosso trabalho de



identificar e recomendar práticas que correspondam ao primeiro princípio normativo.

A passagem acima ratifica a idéia de que, em paralelo à função de se transmitir a informação ambiental, os comunicadores ambientais são também responsáveis pela análise crítica do discurso midiático quanto ao meio-ambiente. Somente assim poder-se-á observar a atuação do poder por trás dos discursos relativos ao tema, cuja natureza retórica dá brechas a interpretações múltiplas, muitas vezes generalistas, promovendo distorções na informação.

Segundo Plec, há muitas semelhanças entre a comunicação ambiental e a retórica crítica. Para o autor, ambas estão preocupadas com o exame de regimes de representação e como a comunicação é motivada por exigências situacionais.

Tanto a retórica crítica quanto a Comunicação Ambiental preocupam-se com situações materiais (tais como crises) que interpelam respostas retóricas (as quais, simultaneamente, definem a natureza da situação). Por exemplo, o crescente consenso científico quanto ao aquecimento global é manipulado e reescrito por poderosas elites no intuito de se produzir conclusões experimentais sobre a mudança climática a fim de se manter hierarquias de poder e riqueza. (Plec, Emily (2007) 'Crisis, Coherence, and the Promise of Critical Rhetoric', *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 1:1, 49 - 57, p. 4)

Desse modo, faz-se necessário o estabelecimento de um parâmetro ético e coerente em que a discussão ambiental possa se balizar, possibilitando uma visão que “transcenda as barreiras simbólica, intelectual, e socialmente construídas na busca de uma perspectiva verdadeiramente inclusiva e humanizadora” (Mac Phail, 1998. p. 128). Somente a partir dessa perspectiva, com base na premissa de que todas as posições são interdependentes e relacionadas, não privilegiando *a priori* posição ou opinião alguma em detrimento de outra, é que se poderá responder à diversidade de expressões no mundo (Plec, 2007).

Tal perspectiva é característica da comunicação ambiental e, certamente, vem contribuindo para sua valorização atualmente. Pois é uma forma de comunicação especificamente preparada para lidar com os choques interdisciplinares, buscando, através do conhecimento integrado, a melhor maneira de se expor problemas ou questões ambientais. Esses resultam de ações, humanas ou não, das mais variadas, que exigem um estudo de profissionais de áreas diferentes, os quais, por sua vez, precisam se comunicar com as comunidades e autoridades locais, cujas ações podem gerar conseqüências em nível mundial.

“(…) no mundo moderno, onde o conhecimento encontra-se fragmentado, compartimentado em áreas que muitas vezes não se comunicam, a discussão ambiental resgata o sentido holístico, o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, e nos induz a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado, relacionado. (Trigueiro, André, coord. Meio-Ambiente no Século 21: Rio de Janeiro, Sextante, 2003. pg. 77)

O estudo da comunicação ambiental é necessário exatamente para fomentar a integração de diferentes áreas de conhecimento, e a produção de um discurso comum, ético e coerente, evitando, assim, a distorção da mensagem ambiental. Essa deve ser transmitida, como qualquer outra, de maneira clara e não entorpecente. Mas tal formato de comunicação deve ser tratado como um discurso muito específico, que não pode entrar nos moldes de um discurso tradicional, cuja obsolescência é fruto do tratamento de uma crise como se não houvesse amanhã, investindo-se em soluções excessivamente pragmáticas, geralmente de curto prazo.



Pode-se entender a comunicação ambiental não apenas como um campo da comunicação social, mas como um encontro deste campo de estudo acadêmico com outro, que seria a Ecologia, e permeado por saberes diversos, consistindo, por conseguinte, numa forma transdisciplinar de conhecimento.

## **PROBLEMAS**

Os jornalistas em geral tratam, hoje, as questões ambientais com ar tão apocalíptico que acabam por paralisar o público em vez de conscientizá-lo. Em outro extremo, estão os publicitários: o Marketing Verde se foca na responsabilidade social das empresas. Um exemplo é o recém inaugurado mercado do carbono que, em certa medida, trata-se de uma distorção da meta de diminuição das emissões de carbono da ONU. Em vez de realmente se preocuparem com o meio-ambiente, as empresas elaboram uma estratégia de marketing que faça com que a população a veja como socialmente consciente. Empresas como a Petrobrás, a que mais polui no Brasil, são vistas com olhos mais condescendentes pela população exatamente por causa de sua bem elaborada estratégia de Marketing voltada para as questões ambientais.

Se no início da década de 90, a grande preocupação (propagada pela mídia em geral) era a deterioração da camada de ozônio, que supostamente seria provocada pelos gases CFC, hoje, o problema em pauta é, sem dúvida alguma, o aquecimento global. E como principal agente causador do fenômeno, figura o gás carbônico ou dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), resíduo tóxico resultante da queima de combustíveis fósseis, como petróleo e carvão, principais fontes de energia para o trabalho industrial.

Além das dúvidas quanto à autenticidade dos resultados de pesquisas que indicam tal cenário, pois são, em certos casos, tendenciosas porque patrocinadas por interesses (político-econômicos) determinados, percebe-se que o discurso característico da comunicação ambiental, pelo menos da Grande Mídia, parece ignorar outros problemas ambientais, cujos efeitos podem ser até mais imediatos do que aqueles causados pelo aquecimento global.

Também é notável o fato de que reportagens e outros textos que abordam temas ambientais utilizam termos freqüentemente impróprios no que se refere ao contexto e até à semântica, visto que jargões e certos vocábulos científicos, bastante utilizados nesse campo, historicamente, sempre foram mal compreendidos. Expressões como “desenvolvimento sustentável”, “gestão ambiental”, “ecologia”, entre outros termos, são recorrentemente usados de forma aleatória, o que gera confusão no leitor/espectador/ouvinte, não contribuindo para que o mesmo reflita criticamente sobre a o fato noticiado.

Além disso, é sintomática a não associação de problemas ambientais com a ordem econômica e social humana, baseada no consumo e industrialização. Os discursos que aparecem na imprensa em geral não são profundos, espetacularizam os fatos e não trabalham nem desenvolvem o conteúdo, a ponto de apontar o que realmente está por trás de todas as questões ambientais: o modelo de civilização ocidental (urbano, industrial, consumista) adotado em boa parte do planeta.

É interessante atentar para situações recorrentes na imprensa brasileira – e do mundo - que contribuem para uma certa superficialização das problemáticas ambientais. Por exemplo, em um telejornal, noticia-se o grande número de queimadas em reservas florestais brasileiras (todo ano, principalmente no inverno, esse tipo de notícia é transmitida



em rede nacional). Na reportagem, menciona-se que muitas das queimadas são criminosas, praticadas por fazendeiros que buscam “renovar” o pasto. No mesmo telejornal, minutos depois, é veiculada uma matéria sobre o aumento das exportações de carne brasileiras e que o Brasil está entre os maiores exportadores desse alimento do mundo. Se consideramos que a cultura agro-pecuária de exportação é uma das grandes responsáveis pela destruição de florestas do país, pois o Brasil, na posição de país subdesenvolvido e dotado de vasto território, é usado como uma grande fazenda pelas grandes potências, que já esgotaram seus recursos, entendemos como a comunicação ambiental está inserida num quadro bastante complexo e é sujeita a pressões e interesses diversos. No caso mencionado, há os interesses de fazendeiros, da bancada ruralista e da própria economia do país, que depende de exportações de commodities. No outro lado, há os ambientalistas e movimentos afins, além da própria consciência da população em geral (opinião pública), preocupada com a degradação ambiental.

## CONCLUSÃO

As ideologias contemporâneas (socialismo e neoliberalismo), que se fazem valer nas entrelinhas de textos e imagens dos meios de comunicação de massa, mostram-se impossibilitadas de produzir alguma resposta política aos problemas socioambientais vigentes. Isso acontece exatamente porque elas não podem sair da lógica do urbanismo para serem entendidas. Esquerda e direita hoje se confundem quando se trata de radicalismo e conservadorismo. Se antes o radicalismo sempre esteve ligado ao pensamento esquerdista, e o conservadorismo ao direitista, hoje isso não é regra. A direita em sua defesa ferrenha ao capitalismo pode se tornar muito radical ao negar qualquer tipo de preocupação com as questões socioambientais. Já a esquerda mostra-se conservadora ao agarrar o Estado do Bem-Estar Social com unhas e dentes e não aliar a bandeira da preservação do meio ambiente ao desenvolvimento. Como resultado disso, vem surgindo como resposta o movimento ambientalista que tenta negar as duas correntes, sob o lema “não somos de direita, não somos de esquerda – somos para frente!”.

Como parte integrante do atual sistema político e econômico hegemônico, o trabalho da imprensa, de modo geral, não é suficiente para conscientizar ambientalmente as pessoas. Sua clara dependência em relação à publicidade e, logicamente, às grandes empresas, freqüentemente, responsáveis por graves danos ambientais, além de abordagens levianas e, por vezes, errôneas de tais questões, limitam a atuação, particularmente, da Grande Mídia. Quanto aos veículos de comunicação especializados no tema, na maioria dos casos, esses não têm condições de atingir um público significativo, pois não possuem a mesma estrutura e recursos que os grandes veículos. Deparam-se com dificuldades para angariar recursos, já que noticiam fatos prejudiciais a muitas das empresas financiadoras e anunciantes. A ‘pequena mídia’ sempre terá a sua frente tal problema, pois, à medida que atenta para o risco e os males que o consumo excessivo causa ao meio-ambiente, vai de encontro à ordem dominante, baseada exatamente na lógica do consumo.

É imprescindível que jornalistas ambientais atuem seja em veículos de comunicação através dos quais tenham a liberdade de publicar uma notícia qualquer, sem a preocupação de ser “censurado” pelo seu patrocinador. Em termos de Grande Mídia, isso ainda soa como utopia, mas, através de meios simples como um *blog*, ou um site; uma revista ou boletim especializado, esses profissionais podem e devem analisar de forma crítica a pauta





ambiental do momento, contrabalanceando o discurso hegemônico sobre o tema.

Um dos grandes desafios da comunicação ambiental será, portanto, atingir as diferentes camadas sociais, sendo compreensível e interessante a todos, sem a necessidade do emprego de componentes estéticos ou sensacionalistas que ‘espetacularizem’ e distorçam o conteúdo. As análises dos estudiosos da comunicação ambiental devem alertar para essas características dos textos e imagens de caráter massivo veiculados pela mídia, que, freqüentemente, promovem a distorção de fatos e acontecimentos relativos ao meio-ambiente.

Através da conjunção dos saberes adquiridos no estudo da comunicação ambiental e de sua implementação na prática da comunicação, será possível transmitir informações fundamentadas, com credibilidade e responsabilidade socioambiental. Por meio desse tipo de abordagem sobre a temática ambiental, contribui-se para que as pessoas se sintam como pertencentes ao mesmo mundo, cujos recursos são finitos e estão sendo degradados, a fim de que uma espécie de sentimento de coletividade possa ser desenvolvido ou intensificado. Assim, será viável a execução de ações concretas para se preservar o meio-ambiente, a partir de uma organização humana sustentável.

## **BIBLIOGRAFIA**

**Aguiar, Leonel A. de.** *Imaginário E Natureza: Discurso Biocêntrico: uma ética de retorno ao sagrado?*. In: **Semiosfera**, ano 3, nº 4-5, 2007.

**Canclini, Nestor Garcia.** *Diferentes, Desiguais, Desconectados*. UFRJ, 2005

**Cox, Robert.** *Nature's "Crisis Disciplines": Does Environmental Communications Have an Ethical Duty?*. In: **Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture**, 1:1, 5 – 20, 2007.

**Guatarri, Félix.** *As Três Ecologias*. Papirus: São Paulo, 2006.

**Kellner, Douglas.** *A Cultura da Mídia - Estudos Culturais: Identidade Política entre o Moderno e Pós-Moderno*. EDUSC: São Paulo, 2001.

**Lenzi, Cristiano Luis.** *Para Uma Imaginação Sociológica da Ecologia: Uma Análise do Pensamento de Anthony Giddens*. Disponível em: <http://64.233.169.104/search?q=cache:hurgpCzZDfMJ:www.scielo.br/pdf/asoc/v9n1/a06v9n1.pdf+ecologia+pensamento+giddens&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1>

**McLuhan, Marshall.** *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. Cultrix: São Paulo, 2005.



**Plec, Emily.** *Response to Cox: Crisis, Coherence and the Promise of Critical Rethoric.*  
**2007.**