

Interações sociais e meio ambiente: a sensibilização ambiental tecida nas interações face a face, mediadas e midiáticas¹

Cristine Kaufmann²

RESUMO: Cada vez mais as pessoas sentem os efeitos da degradação do meio ambiente nas mudanças climáticas, na poluição, na produção de lixo, no aquecimento global, nos desmatamentos, etc. Estes problemas, globais e locais, vêm ganhando espaço na mídia e pautando as conversas sociais. Pensando nas interações dos indivíduos com os meios de comunicação, que se estendem para as práticas e relações cotidianas, este artigo tem por objetivo refletir: como as mediações dos meios de comunicação podem contribuir para a discussão das questões ambientais nos diversos espaços sociais? Estas questões estão inseridas neste contexto de interações sociais, que são entendidas como o alicerce da vida cotidiana, na relação dos sujeitos com os outros e com o ambiente em que vivem.

PALAVRAS-CHAVE: Interações sociais; meios de comunicação; meio ambiente.

1 Começando a urdir: dispendo os fios da trama para fazer o tecido

Cada vez mais as pessoas sentem os efeitos da degradação do meio ambiente nas mudanças climáticas, na poluição do ar e das águas, na crescente produção de lixo, etc. O cenário ambiental atual é visto nas discussões públicas dos governos, dos meios de comunicação, dos especialistas, etc., como um cenário de crise, devido aos diversos problemas socioambientais enfrentados atualmente. Segundo Soffiati (2005), a crise ambiental da atualidade origina-se de uma concepção antropocêntrica, instrumentalizadora e utilitarista da natureza, cujas raízes remotas situam-se na tradição judaico-cristã, que constitui a base do paradigma mecanicista, formulado na Europa entre os séculos XV e XVIII. Essa concepção se fortalece no capitalismo em ascensão e na revolução tecno-industrial eclodida no final do século XVIII, na Inglaterra; em três séculos ela impregnou inteiramente as sociedades distribuídas pelo mundo: “cristianismo, humanismo e mecanicismo foram as primeiras ideologias de um mundo ocidentalizado, que culminou, até agora, no que chamamos de globalização. O

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGCOM/UFRGS. cristine.kaufmann@gmail.com

mecanicismo, principalmente, com seu antropocentrismo e utilitarismo exacerbados, tornou-se um paradigma ecologicamente insustentável" (SOFFIATI, 2005; 31).

Neste cenário de crescente discussão da problemática ambiental a mídia possui papel fundamental como disseminadora de informação, aumentando a possibilidade dos indivíduos terem acesso aos acontecimentos do mundo. Champagne (1998) afirma que o campo midiático medeia informações à sociedade, onde os indivíduos produzem sentido sobre estes discursos, com suas várias formas de interpretar e representar. Em relação às questões ambientais não é diferente: aquecimento global, derretimento das geleiras, espécies ameaçadas de extinção, queimadas, poluição, desmatamentos e outros problemas vêm ganhando espaço na mídia e pautando as conversas sociais. Estes acontecimentos são trazidos para o cotidiano dos indivíduos, principalmente, através das mediações dos meios de comunicação, que segundo Silverstone (2002, p. 14) fazem parte da “textura geral da experiência”. São estas interações com o campo midiático que permitem que os indivíduos tenham conhecimento sobre as questões ambientais e possam discuti-las em seus espaços locais.

Pensando nestas interações com os meios de comunicação, que se estendem para as práticas e conversas cotidianas, este artigo tem por objetivo refletir: como as mediações dos meios de comunicação podem contribuir para a discussão das questões ambientais nos diversos espaços sociais? Estas questões estão inseridas neste contexto de interações sociais, que são entendidas como o alicerce da vida cotidiana, na relação dos sujeitos com os outros e com o ambiente em que vivem. Levando em conta a velocidade das transformações tecnológicas ocorrentes no campo midiático, que contribuem para desenvolver complexas relações com os demais campos e esferas sociais, torna-se importante aprofundar o conhecimento destas, que envolvem diversas produções de sentido a partir de interações face a face, mediadas e midiaticizadas. Entende-se que as relações com os meios de comunicação constroem e moldam novos formatos de interação na sociedade. Por isso, pretende-se demonstrar através destas teceduras, que os meios de comunicação são a principal fonte de disseminação de informação ambiental, devido ao papel de destaque que recebem na vida das pessoas; eles podem contribuir para a reflexão sobre a problemática ambiental, permitindo que as interpretações sobre os conteúdos midiáticos – ambientais – sejam estendidas para suas práticas cotidianas.

2 Entrelaçando os fios, confeccionando a teia: teceduras entre meios de comunicação e questões ambientais

É possível perceber que a discussão pública em torno das questões ambientais tem se proliferado consideravelmente nos últimos anos. Ramos (2005) confirma que é com influência dos meios de comunicação que os indivíduos têm contato com os problemas ambientais. Estas informações incorporam-se com relativa rapidez ao seu cotidiano, mesmo que exista certa distância entre a informação e a mudança de atitudes (SOFFIATI, 2005). Este cenário de mediações e midiatização das questões ambientais permite duas percepções: a primeira é a da existência de uma crise ambiental planetária na atualidade; a segunda é a de que os meios de comunicação têm papel importante nestas discussões como disseminadores de informação ambiental, mediando as interações entre os campos sociais. Por isso reforço a importância de discutir o seu papel na discussão da problemática ambiental. Entendo ser possível perceber que, apesar deste cenário de crise, as últimas décadas demonstram alguns avanços; ao menos há uma crescente discussão pública em torno das questões ambientais, na mídia, nos governos, nos movimentos e grupos sociais, etc. Porém, principalmente na esfera das práticas cotidianas dos indivíduos é preciso buscar uma maior sensibilização, refletir sobre as questões ambientais também a partir dos contextos locais, devido à complexidade do tema e das várias dimensões envolvidas (econômica, política, social, cultural, ética, etc.).

Neste sentido, o meio ambiente precisa ser tratado como uma responsabilidade de todos, inclusive – e, principalmente, da mídia. De acordo com Thompson (1998), os meios de comunicação reelaboram o caráter simbólico da vida social; há uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. A função social da mídia de disseminar informações ambientais é decisiva para construção de uma sensibilização ambiental, tornando os cidadãos sujeitos deste processo. Principalmente, porque a questão ambiental aparece como uma problemática social e ecológica generalizada, que mexe com todos os âmbitos da organização social, todos os grupos e classes sociais, onde existe a necessidade de abordar o tema da complexidade ambiental definindo-o como

“uma nova racionalidade e um espaço onde se articulam natureza, técnica e cultura” (LEFF, 2006, p. 30).

A discussão sobre a problemática ambiental no âmbito da comunicação é nova no sentido de perceber os processos de sensibilização e conscientização ambiental como processos de comunicação. A forma como as pessoas utilizam as informações ambientais recebidas pela mídia e como estas informações são transformadas em interações nas práticas cotidianas são questões que precisam ser pensadas e discutidas na perspectiva da comunicação social, onde estão totalmente imersas. Isto porque a comunicação é inerente aos seres humanos e ao seu comportamento. O comportamento não tem oposto, pois um indivíduo não pode não se comportar. Segundo Watzlawick, Beavin e Jackson (1973), todo comportamento nas interações tem valor de mensagem; por mais que o indivíduo se esforce, é impossível não se comunicar. As interações são consideradas como sistemas, onde os objetos dos sistemas interacionais são melhor descritos não como indivíduos, mas como pessoas-comunicando-com-outras-pessoas. Se a comunicação é inerente aos processos sociais, os meios de comunicação atuam como catalisadores e equalizadores destes processos comunicacionais, pois os aceleram e amplificam; eles promovem uma re-organização dos processos de aprendizagem, de conversação e de mobilização, possibilitando acesso a uma diversidade de fluxos e informações de qualquer parte do mundo. Devido a isso, segundo Maya (2006), o familiar e o próximo misturam-se ao estranho e o distante, de modo que as fronteiras entre tais domínios tornam-se quase irreconhecíveis.

Se o potencial dos meios de comunicação é tão grande, e se na contemporaneidade são eles decisivos para os processos de aprendizagem e de conhecimento do mundo, porque não olhá-los como peça chave no processo de sensibilização ambiental? A discussão ambiental é planetária, atinge todas as diferentes sociedades e culturas. E, se a mídia, é uma matriz espaço-temporal (THOMPSON, 1998), permitindo aos indivíduos conhecer outros lugares, ela pode tornar possível a tomada de consciência e sensibilização em relação à condição ambiental do planeta do qual fazem parte. Principalmente, porque, segundo Silverstone (2002, 12) “nossa mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea”, sendo impossível escapar à sua presença e às suas representações. Portanto, a interação dos indivíduos com os meios de comunicação e com outros indivíduos, formando uma

rede complexa de inter-relações, pode contribuir para que percebam seu papel fundamental na formulação de uma nova mentalidade em relação ao meio ambiente. Esta é a visão complexa e sistêmica das interações sociais: estes indivíduos os quais citamos suas práticas sociais, cotidianas, são os mesmos indivíduos que atuam nos veículos de comunicação, e os mesmos indivíduos inseridos em diversos campos sociais que se inter-relacionam continuamente. Por isso a problemática ambiental não pode ser discutida fora desta teia complexa de relações; ela é inerente a ela. A questão fundamental é: mesmo se em uma visão sistêmica³, nenhum dos campos é melhor, ou tem mais destaque que os demais, para a repercussão da discussão ambiental, o campo midiático tem sim uma função primordial e de destaque: a de disseminar estas informações. Mesmo estando o campo midiático imbricado nesta rede complexa de interações, é ele que medeia as informações para as sociedades, é ele o palco de comunicação e interação entre os demais campos, pois é nele que buscam legitimidade e visibilidade. Por isso, acredito que não há como negar que as interações sociais são fortemente permeadas pela atuação dos meios de comunicação.

As conversas e atividades cotidianas têm como pauta as atrações e informações oriundas dos meios de comunicação. As pautas midiáticas agendam as agendas sociais. Segundo Castells (2002, p. 418,9) em geral as pessoas combinam a atividade assistir televisão, ler jornal, etc., [...] com o desempenho de tarefas domésticas, refeições familiares e interação social. É a presença de fundo quase constante, o tecido de nossas vidas. Vivemos com a mídia e pela mídia. ” Não há como escapar disto. Há como usar este cenário a favor da discussão ambiental; há como ver este cenário de interações sociais como lugar de movimentação e modificação de comportamentos e atitudes. Estas interações dão forma a uma imensa colcha de retalhos, um *patchwork* da vida social, constituindo um cenário complexo de inter-relações que dão vida ao tecido simbólico das práticas cotidianas. Este tecido é como uma teia, uma trama, uma rede de fios finíssimos encadeados, enredados, formando um intrincado conjunto de saberes que se entrelaçam produzindo uma obra de arte: a arte de comunicar, de interagir uns com os outros, agindo como tecelões, tecendo novas realidades sociais. Estes diversos jeitos de tear, de saber, de estar no mundo são fundamentais para pensar a problemática ambiental e a busca por

³ Para saber mais sobre o Pensamento Sistêmico ver: E sobre o pensamento sistêmico ver: CAPRA, Fritjof. A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo, Cultrix, 2006.

mudanças de atitude. Estas interações, face a face, mediadas e midiaticizadas são entrelaçadas para dar forma à complexa rede de sensibilização ambiental.

3 As interações sociais tramando uma rede de sensibilização ambiental

As diferentes formas de interação descritas aqui foram conhecidas através da obra de Thompson intitulada, *Mídia e Modernidade: uma teoria social da mídia* (1998). Nela o autor traz três tipos de interação: a face a face, que acontece num contexto de co-presença, a mediada, que implica o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas), e a interação quase mediada, que se refere às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.). A partir desta obra, e do surgimento de novas formas de interação, como a Internet, alterei um pouco esta denominação, mantendo a face a face e a mediada, mas chamando de midiaticizações aquelas interações em que a mídia participa do processo. As interações sociais das quais se falo aqui não são pensadas de forma separada, pois devido à sua complexidade, fica difícil compartimentá-las, já que se constituem numa teia imbricada de relações, onde os discursos e comportamentos são um entrelace de sentidos formados a partir de interações face a face, mediadas e midiaticizadas. O próprio Thompson (1998) discute como o desenvolvimento dos meios de comunicação afetou os padrões tradicionais de interação social. Segundo ele, para respondermos a esta questão é preciso haver a consciência de que este desenvolvimento não consiste apenas da instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos cujas relações básicas permanecem intactas, mas sim que ele cria novas formas de ação e interação. O autor complementa dizendo que estes três tipos de interação não esgotam os possíveis cenários de interação, pois muitas delas se desenvolvem na vida diária, podendo envolver uma mistura de diferentes formas de interação, contendo um caráter híbrido (THOMPSON, 1998). Pensando nisso é que se entende que estes três fios – interações face a face, mediadas e midiaticizadas – entrelaçam-se na urdidura, tramando-se de tal forma, que muitas vezes parecem um único, multicolorido e espesso fio.

Portanto, a partir de como as formas de interação são pensadas nesta tejedura acredito ser possível dizer que a própria sociedade significa uma complexa interação entre indivíduos. Essa interação surge sempre a partir de determinados impulsos ou

busca de certas finalidades (SIMMEL, 2006). Essa sociedade é formada por múltiplas interações, pois os sujeitos só existem nas suas relações com os outros, seja face a face, mediadas por tecnologias de comunicação ou com os meios de comunicação. Dentre estas interações que surgem a partir de buscas e finalidades, devem existir as finalidades ambientais, a busca por uma nova ética ambiental através de uma nova relação homem-natureza. Portanto, as interações sociais são entendidas aqui como todas as relações entre os indivíduos inseridos nos diversos campos sociais, dentre eles o campo midiático, focado aqui pela sua função de mediar os discursos sociais, tornando-se parte integrante da vida cotidiana. Neste sentido, a contemporaneidade apresenta novas formas de interação social, formadas pelas interações com os meios de comunicação que se estendem para as práticas cotidianas, através das conversas diárias. A estruturação do aprendizado dos indivíduos e de suas percepções da “realidade” são a soma de destas interações, onde os meios de comunicação têm o papel de informar sobre os acontecimentos do mundo. Por isso, é importante frisar que, segundo Thompson (1998) as informações recebidas através da mídia não são o único meio de autoformação, mas como vivemos num mundo cada vez mais bombardeado por produtos midiáticos, em determinados momentos a mídia torna-se o principal ou único meio de obtenção de informações sobre estes acontecimentos. Mesmo a mídia não sendo o único meio de “autoformação” e interação, em alguns casos é o único meio de compreensão de determinados acontecimentos que depois, poderão ser discutidos nos contextos locais, onde são tecidas as produções de sentido dos indivíduos. Tendo a crise ambiental um caráter planetário, os meios de comunicação permitem que as pessoas conheçam as realidades desta crise em outras partes do mundo, para poder discuti-las em comparação e relação às suas próprias realidades. Esta forma contemporânea de ver e saber sobre o mundo, é, segundo Rubim, uma tensa e complexa conjugação de:

1. espaços geográficos e eletrônicos; 2. convivências (vivências em presença) e televivências (vivências à distância); 3. tempo real e espaço planetário; 4. local e global, enlace, nesse caso, tão bem apreendido e sintetizado na expressão glocalidade; 5. realidade contígua e telerrealidade. (RUBIM, 2001, p. 119).

Esta “glocalidade” de que fala Rubim (2001) exemplifica as interações que vivemos hoje; elas são globais devido às mediações dos meios de comunicação e são locais, pois são estendidas às práticas sociais locais. Este termo também contribui para

pensar na diversidade de interações possibilitadas pelos meios de comunicação e pelas conversas cotidianas que dão vida e cor a esta rede de inter-relações. Segundo Thompson (1998), há uma “mistura interativa” da vida social. Nesta rede, o foco é a busca pela sensibilização ambiental, e pela mudança de atitudes em relação ao meio ambiente, já que a mídia está cada tão presente no cotidiano dos indivíduos. Seja como fonte de entretenimento ou trabalho, ela ocupa papel de destaque na vida das pessoas. Portanto, “o desenvolvimento da mídia ajudou a criar um mundo em que os campos de interação podem se tornar globais em escala e em alcance e o passo da transformação social pode ser acelerado pela velocidade dos fluxos de informação” (THOMPSON, 1998, p. 107).

A partir desta percepção do importante papel dos meios de comunicação na discussão ambiental e do (re)conhecimento dos problemas ambientais como parte das interações cotidianas, é necessário dizer que este cenário também remete à construção de uma cidadania ambiental, que para Jacobi (1998) tem a ver com pertencer a uma coletividade e criar identidade com ela, buscando uma nova forma de encarar a relação do homem com a natureza, baseada numa nova ética, que pressupõe outros valores morais. Neste sentido a relação com o meio ambiente assume um papel cada vez mais desafiador, demandando a emergência de novos saberes para apreender processos sociais que se complexificam e riscos ambientais que se intensificam. Neste sentido, para Gadotti (2000) a cidadania ambiental é verdadeiramente planetária; além de tratar o planeta como um ser vivo e inteligente, neste movimento ecológico, o local e o global se interligam. A derrubada da floresta amazônica não é apenas um fato local: é um atentado contra a cidadania planetária. Estes são novos direitos e deveres desta nova era de preocupação ambiental. Para Canclini (1999) ser cidadão não tem apenas a ver com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento. Usar a mídia, seus produtos e discursos para a sensibilização e preservação ambiental também é uma forma de exercer nossa cidadania.

Neste cenário de construção da cidadania o papel dos meios de comunicação também é de fortalecer laços coletivos, que são a base para a construção da sensibilização ambiental. As mudanças começam dentro de casa, em atitudes individuais: a separação do lixo, a economia de água e energia, a diminuição do

consumo e do desperdício, etc. Como a questão ambiental é problematizada dentro de uma perspectiva complexa⁴ e sistêmica, todas estas atitudes terão repercussão coletiva. Esta idéia também é importante para pensarmos nossas relações em rede: sempre que estivermos agindo, estaremos agindo no outro (interagindo) e seremos afetados pelas atitudes dele. Em qualquer tipo de interação as ações têm caráter coletivo, mesmo estando em espaços privados. Isto porque atuamos e estamos dentro de um sistema. Segundo Silverstone (2002, p. 28) apud Hastrup (1995) “não apenas a experiência está sempre ancorada numa coletividade, mas a verdadeira ação humana é também inconcebível fora da conversação contínua de uma comunidade, de onde surgem as distinções e avaliações de fundo necessárias para fazer escolhas de ações”. Portanto, cada atitude que tenha o intuito de preservar o meio ambiente repercute globalmente, sendo que nenhuma destas ações pode ser pensada fora da idéia de coletividade, comunidade, solidariedade, etc. E, justamente, dentro desta noção de complexidade e pensamento sistêmico que o papel dos meios de comunicação é tão importante, pois são eles que permitem divulgar e conhecer este contexto, e conseqüentemente fazer sentir e sentir-se parte dele.

Então, se estamos em um tempo em que muito se fala que a mídia contribui para o individualismo, ela deve ter o papel de fortalecer os laços sociais, de contribuir para as discussões de interesse público e coletivo. Essas reflexões encaixam-se perfeitamente na discussão da problemática ambiental, que deve ser pensada no âmbito das interações cotidianas e não fora delas. Para a verdadeira busca da mudança e da sensibilização também é preciso pensar nos espaços de conversação dos indivíduos e como produzem sentido sobre as informações recebidas através da mídia. Só assim será possível saber quais informações e como elas podem contribuir para a sensibilização ambiental. É preciso comunicar, é preciso que os indivíduos interpretem as informações e que estas gerem mudanças de percepção e de comportamento. Pensar estas tensas e complexas interações sociais entre indivíduos, meios de comunicação e meio ambiente é pensar também no âmbito das pautas e práticas cotidianas, do senso comum. Silverstone (2002, p. 20) reflete sobre estas interações dizendo que no “é no mundo mundano que a mídia atua de maneira mais significativa, filtrando e moldando realidades cotidianas, por meio

⁴ Para saber mais sobre o Paradigma da Complexidade ver: MORIN, Edgar. Introdução ao pensamento complexo. Porto Alegre: Sulina, 2006.

de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios e referências para a condução da vida diária”. A mídia reproduz o senso comum, as “coisas” da vida diária, o que faz com que os indivíduos se identifiquem com seus discursos. Nas novelas, nos noticiários, há uma reprodução da realidade que tem por objetivo alcançar estes indivíduos que se identificam com estas representações. Por isso, Silverstone diz que a mídia

[...] nos deu palavras para dizer, as idéias para exprimir, não como uma força desencarnada operando contra nós enquanto nos ocupamos com nossos afazeres diários, mas como parte de uma realidade da qual participamos, que dividimos e que sustentamos diariamente por meio de nossa fala diária, de nossas interações diárias (SILVERSTONE, 2002, p. 27).

Sendo assim, a mídia dá a possibilidade de reforçar as relações cotidianas; as rodas de conversa para discutir a novela das oito ou o crime divulgado pelo jornal da noite. Porque não, então, contribuir para que, através das trocas cotidianas, os indivíduos possam reforçar seus laços com o meio ambiente? A mídia não precisa e não deve ser apenas um espaço de divulgação comercial e mercadológica. Sua função social está vinculada a tudo o que foi dito aqui, a contribuir para construção de novos valores, práticas, comportamentos. Se parece impossível pensar as grandes mídias fora – ou menos dentro – da lógica capitalista, é preciso criar expectativas e esperanças de que isso venha a acontecer. Discutir e divulgar estas possibilidades é, também, resultado desta expectativa de uma mídia – e, de uma sociedade – mais preocupada com as questões socioambientais. Não se pode deixar de lutar por uma mídia mais cidadã. Para Bauman (1997) o século XXI também é um século de uma nova ética, uma ética que pretende curar as cicatrizes deixadas pelo desenvolvimento desenfreado ocorrido nos séculos XIX e XX. Os meios de comunicação devem ser pensados dentro desta nova ética.

5 Dispondo os fios da trama para fazer o tecido: considerações finais

O tecido, urdido, tramado, é como uma obra de arte, confeccionado com diversos fios, de várias tonalidades e espessuras. Ele é obtido através da tecelagem, e pode ser utilizado na confecção de vestes e outros artigos. Os fios aqui utilizados são as teorias, as discussões, as formas de pensar as interações humanas, tramando um tecido

que ainda pode compor outras obras, pois ele não é acabado nem estanque, pode resultar em outros trabalhos; entrelaçado a outros fios e tecidos ele se transforma em outras coisas, assim nunca cessa, nunca termina, sempre se desenvolve e se reordena como acontece nas múltiplas interações sociais que ocorrem na vida cotidiana. Organizando os últimos fios da trama para fazer o tecido sobre a complexa rede de interações socioambientais, acredita-se que devemos nos preocupar com nossa vida como um todo, em nossa relação com os outros e com o mundo. Devemos ver a vida como um sistema complexo e integrado, passando de uma visão mecanicista para uma visão ecológica, que é a concepção sistêmica do mundo. Esta concepção vê o mundo em termos de relações e de integração. Segundo Capra (2006), vivemos hoje num mundo globalmente interligado, no qual os fenômenos biológicos, psicológicos, sociais e ambientais são todos interdependentes. A nova visão da realidade baseia-se na consciência do estado de inter-relação e interdependência essencial de todos os fenômenos. Todas as instituições sociais devem estar conscientes umas das outras e se comunicar e cooperar entre si (CAPRA, 2006). Também é preciso ter ciência de que os problemas ambientais são vistos como uma crise planetária de caráter singular, já que não existiu em toda história do planeta uma crise global, causada por uma só espécie: o homem. Além de global ela é conjuntural, pois os fenômenos ambientais são um conjunto de manifestações ou acontecimentos percebidos em todo planeta, constituindo uma conjuntura de crise na estrutura ambiental do planeta (SOFFIATI, 2005).

Esta complexidade social traduz-se, no plano da vida quotidiana, pela diversidade de interações postas à disposição dos indivíduos (ESTEVES, 2003). Todos se comunicam uns com os outros como numa rede, e toda esta complexidade resulta em intrincados padrões de teias entrelaçadas, teias aninhadas dentro de teias maiores (CAPRA, 2006). Esta é a humanidade envolta pela Terra, que é nossa casa. E, pensar nestas interações é pensar no planeta Terra como nosso lar, nosso espaço, pois “à medida que as áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda superfície da terra” (GIDDENS, 1990 apud HALL, 2006, p. 15). Ninguém quer ver sua casa suja e destruída. É assim que devemos ver e pensar a Terra. Nossas mais variadas interações envolvem também nossa interação com o planeta. Se tratarmos a Terra com decência, ela continuará a nos sustentar por algum tempo. Se nós a ferirmos, ela vai sangrar um

pouco, livrar-se de nós, curar-se e depois seguir cuidando de sua vida em sua própria escala (GOULD, 1993 apud SOFFIATI, 2005).

E, neste cenário todos devem estar engajados, envolvidos, porque todas as esferas sociais são formadas por indivíduos interagentes, responsáveis pela situação atual do planeta, seja no nível local, seja no nível global. A mídia não é uma instância auto-suficiente, uma máquina tecnológica com vida própria, como muitas vezes parece referida; ela é formada por sujeitos sociais, habitantes do planeta Terra, que também sofrem com os problemas socioambientais. Por isso que esta mídia, formada por pessoas que dão vida a esta instância, deve(m) refletir sobre o cenário ambiental atual, utilizando os meios de comunicação como forma de ação, de responsabilidade perante a crise ambiental. Os sujeitos que produzem os conteúdos midiáticos precisam pensar nestas complexas interações entre indivíduos e meio ambiente e trazer para o debate público informações ambientais que possibilitem o debate crítico e a atuação da sociedade em relação à problemática. Neste sentido a mídia pode ser vista como um instrumento de combate à devastação do planeta, pois a vejo como um importante fio nesta trama de vida e de luta. Mas, para pensar e estudar a mídia no seu papel de disseminadora de informações ambientais, e contribuinte para mudanças de atitude, não é possível vê-la a partir de uma visão maniqueísta. Segundo Silverstone (2002, p. 13), devemos “estudá-la como dimensão social e cultural, mas também política e econômica, do mundo moderno. Estudar sua onipresença e sua complexidade. Estudá-la como algo que contribui para nossa variável capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados.” Complemento mais uma vez reforçando que precisamos estudá-la como uma instância social, formada por sujeitos sociais, com uma função importante para a sociedade como um todo, independentemente do contexto em que atua, pois onde quer a mídia esteja, nas grandes metrópoles ou em pequenas cidades (rádios e jornais comunitários) ela acaba se tornando parte importante das comunidades.

Não se pode negar que atualmente as pautas midiáticas em relação às questões ambientais demonstram um cenário que pesa fortemente para o lado dos interesses comerciais dos meios de comunicação e de empresas que trazem o selo da responsabilidade socioambiental. Mas, ao mesmo tempo existem autores, pensadores, ativistas – forças contrárias à lógica dominante e dominadora – discutindo o papel social dos meios de comunicação, o cenário ambiental em geral e a interação entre ambos. Por

esse motivo é contínuo meu interesse em mostrar que a comunicação alicerça os processos de sensibilização e educação ambiental e que mídia é essencial a este projeto reflexivo, como instância produtora e disseminadora de sentidos. Segundo Morin (2003) progressivamente fomos nos dando conta, que o desenvolvimento tecno-industrial determina degradações e poluições múltiplas, e hoje a possibilidade de uma morte de um novo tipo se introduz na esfera da vida da qual faz parte a humanidade. Por isso, é preciso olhar os problemas de forma multidimensional, complexa, integrando todos os campos e esferas sociais na luta pela sensibilização ambiental. A inteligência parcelada, compartimentada, mecanicista, disjuntiva e reducionista rompe o complexo do mundo em fragmentos soltos, fraciona os problemas, separa o que está ligado. Trata-se de uma inteligência cega, que pode se tornar mortífera (MORIN, 2003). A discussão desta problemática na vida cotidiana, partindo das informações trazidas pelos meios de comunicação é parte fundamental e determinante desse cenário.

Penso que esta discussão faz parte de uma nova forma de olhar os outros, o meio ambiente e o mundo como um todo, em interação constante; é uma nova racionalidade, complexa e sistêmica. Segundo Morin (2003) esta racionalidade deve estar aberta e dialogar com o real, pois a razão que ignora os seres, a subjetividade, a afetividade, a vida, é irracional. A verdadeira racionalidade conhece os limites da lógica, do determinismo, do mecanismo. Sendo assim, a racionalidade intrínseca as relações humanas deve pensar no plural, no glocal, no complexo. Só assim é que as várias formas de interagir com os outros e com o mundo contribuirão para conscientizar os sujeitos da problemática ambiental na qual já estão totalmente inseridos. Para isso, é preciso uma mudança radical de hábitos, de uma lógica consumista e de degradação do meio ambiente para uma lógica sustentável e de preservação. Segundo Hardt & Negri (2005), os hábitos são compartilhados e sociais, são produzidos e reproduzidos em interação e comunicação com os outros. Estes hábitos e condutas de conscientização ambiental podem e devem ser reforçados pelos discursos ambientais dos meios de comunicação. Renovar e restaurar a racionalidade é pensar o contexto complexo, é pensar nas interações sociais, é pensar como os sujeitos se apropriam dos conteúdos midiáticos e como os utilizam em suas práticas cotidianas. Para Certeau, muitas são as artes de fazer, onde os indivíduos possuem várias formas de atuar na sociedade. A contemporaneidade exige atitudes em prol do meio ambiente. Estas mudanças surgem a

partir das interações. Estes são os fios multicoloridos da trama que forma o tecido. Tecido este que continua sendo urdido, enredado, num processo longo e laborioso que necessita da colaboração e sensibilização de todos, em um processo interativo e solidário, para que seja formado, como uma obra de arte, um tecido socioambiental.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós-moderna**. São Paulo: Paulus, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1999.
- CAPRA, Fritjof. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Cultrix, 2006.
- CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. IN: Manuel Castells. **A Sociedade em Rede**. Volume I. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano 1**. Artes de fazer. 10 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião: o novo jogo político**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- ESTEVES, João Pissarra. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- GADOTTI, Moacir. **Perspectivas atuais da educação**. Rio de Janeiro: Artmed, 2000.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HARDT, Michael. NEGRI, Antonio. **Multidão: guerra e democracia na era do império**. São Paulo: Record, 2005.
- LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- MAYA, Rousiley. CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spinola (orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MORIN, Edgar. **Terra-Pátria**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RAMOS, Luis Fernando Angerami. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995.

RUBIM, Antonio A. Canelas, O Lugar da Política na Sociabilidade Contemporânea. IN: PRADO, José Luiz Adair e SOVIK, Liv (ORGs.). **Lugar Global e Lugar Nenhum**: Ensaios Sobre Democracia e Globalização. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SIMMEL, Georg. A sociabilidade. IN: Georg Simmel. **Questões fundamentais da sociologia**: individuo e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SOFFIATI, Arthur. Fundamentos filosóficos e históricos para o exercício da ecocidadania e da ecoeducação. IN: BAETA, Anna M^a B., **Educação ambiental**: repensando o espaço da cidadania. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

WATZLAWICK, Paul. BEAVIN, Janet Helmick. JACKSON, Don D. **Pragmática da Comunicação Humana**: estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1973.