

As várias faces da relação entre televisão e ambiente: o inusitado, a curiosidade científica, o consumo sustentável e as relações do cotidiano¹

Antonio Teixeira de Barros²
Maria Érica de Oliveira Lima³

Resumo

Analisa a mediatização ambiental televisiva, iniciada com os aspectos pitorescos da natureza, associada à divulgação científica espetacular, ampliada a partir da Rio 92, com as retóricas da sustentabilidade. O objetivo é examinar os fatores que explicam a hegemonia da TV e sua eficácia simbólica na inserção e encaixe da agenda ambiental nas relações sociais do cotidiano. Conclui que apesar das críticas à TV no que se refere à fragmentação e superficialidade, há uma inegável contribuição para a formação de uma opinião pública mais esclarecida sobre o assunto, a diversificação dos atores ambientais e a permanência do assunto na agenda midiática. O que é discutível é a configuração de espetáculo/entretenimento e o deslocamento da cobertura da produção para o consumo, com suas implicações socioculturais. Pesquisa qualitativa, histórico-descritiva com técnicas bibliográficas.

Palavras-chave: Televisão e ambiente. Mediatização ambiental. Ambiente, sociedade e cultura. Ciência, ambiente e televisão.

1 INTRODUÇÃO

A televisão se consolidou como uma das principais formas de expressão cultural no Brasil, a partir da segunda metade do século XX, o que se explica principalmente pela força da oralidade dos gêneros televisivos e pela assimilação de elementos e características das culturas populares, além da formação socioeconômica de base agrária, com populações iletradas oriundas do campo, sem contar com o perfil de pouca escolaridade na periferia das cidades. Por se tratar de um veículo dinâmico, a televisão conseguiu adaptar-se às mudanças sociais desencadeadas, provocar ela própria mudanças culturais e incluir em seu repertório os temas, linguagens, enquadramentos e abordagens em consonância com os anseios de seus diferentes públicos e anunciantes. Uma variedade de gêneros de programação, especialmente a teledramaturgia e os programas populares, auxiliou nesta tarefa. Além disso, essa “máquina de narciso” consegue “irradiar o social” (Muniz Sodré, 1990; 1992), sem abolir as contradições locais, regionais e nacionais, típicas dos fluxos e hibridações culturais contemporâneos (HANNERZ, 1997).

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação do Centro de Formação da Câmara dos Deputados (CEFOR), e-mail: antonibarros@gmail.com

³ Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: merical@uol.com.br

Tanto em seus aspectos econômicos quanto políticos, a indústria televisiva constitui uma instituição essencial na configuração das modernas sociedades. Além disso, a centralidade desse veículo como opção cultural para extensas camadas populacionais não pode ser desconsiderada, especialmente nas sociedades latino-americanas. Como afirma Martín-Barbero, “a televisão converteu-se no centro cultural de nossas sociedades, criou uma família mundial, novas formas de solidariedade e diversos cenários para o entendimento público e a construção do multicultural” (2002, p.329).

A escolha da mediatização ambiental pela televisão como objeto de estudo justifica-se pela força cultural que esse veículo exerce no cenário sociocultural contemporâneo, opinião corroborada por Schmidt (2003) e Pereira Rosa (2006). O primeiro ressalta as teorias relacionadas aos poderes e ao triunfo dos *medias* na sociedade, especialmente a afirmação da televisão como *media* de referência no contexto contemporâneo, na perspectiva da Sociologia da Comunicação. Ao se referir especificamente ao papel da TV no campo ambiental, Schmidt (2003) ressalta que, a televisão foi uma das chaves

para se aceder o longo e complexo processo de socialização (...) em matéria ambiental e perceber muitos dos lapsos de conhecimento, das confusões de conceitos, bem como de atitudes e práticas públicas que derivam de certos quadros culturais. Ela [a TV] contribui para o conhecimento do passado e para dar continuidade à nossa percepção presente, constituindo também um fio condutor para decifrar situações de mutação mais ou menos rápidas – reações intempestivas ou inexpressivas – sobre diversos assuntos (p.27).

Diante desse escopo mais amplo, o objetivo específico deste texto é examinar as configurações e reconfigurações do processo de mediatização ambiental pela TV, do ponto de vista histórico e processual. Isso implica discutir as seguintes questões: (a) que fatores explicam a hegemonia da TV no contexto atual? (b) O que contribuiu para tal relevância no campo ambiental? Como a TV inseriu nas pautas culturais mais abrangentes as temáticas ecológicas? Que fatores explicam o atual estágio de mediatização ambiental pela televisão?

Antes da discussão sobre o cenário atual, o texto apresenta uma breve contextualização sobre os antecedentes da mediatização ambiental e como a TV construiu suas redes simbólicas de interação com os atores ecológicos institucionais e com o público, resultando na inserção e no encaixe das pautas culturais e das relações sociais cotidianas.

3 A TRAJETÓRIA DA MEDIATIZAÇÃO AMBIENTAL PELA TV

Diversos são os estudos sobre o papel da mediatização no contexto contemporâneo, o que levou à *perspectiva* denominada *mediacêntrica*, que reúne as teorias relacionadas aos poderes e ao triunfo dos *medias* na sociedade. Na perspectiva da sociologia da comunicação

destacam-se Bourdieu (1997), Thompson (1995), Sartori (1998), Sodré (1983), Ortiz (1991), Schmidt (2003), Pereira Rosa (2006), entre outros. Para a compreensão do contexto brasileiro, trata-se de uma abordagem emblemática, devido ao papel que a mídia exerceu no letramento cultural, informacional e científico, atuando como agência simbólica de produção de sentidos, um eficiente mecanismo de socialização e instância de poder simbólico (BOURDIEU, 1989; 1997). Além disso, cabe ressaltar que a mídia atua na difusão de ideias e valores que se encaixam na perspectiva da educação difusa, com elevado nível de eficácia simbólica, às vezes até mais expressiva do que a escola (PETITAT, 2011).

A atuação da TV na disseminação das temáticas ecológicas, inclusive na programação não noticiosa, é expressiva para a compreensão do papel atual dos *media* na sociedade brasileira. Sodré (1983) identifica nas revistas ilustradas um dos relevantes antecedentes da mediatização do ambiente no Brasil, especialmente em função de grandes reportagens sobre a vida de povos indígenas e de curiosidades sobre a fauna e a flora amazônicas. Entre essas revistas destacam-se *O Cruzeiro* (1928-1975), *Manchete* (1952-2000) e *Realidade* (1966-1968) que exploravam “assuntos de atualidade”, com vasto material fotográfico. No *ranking* das temáticas dessas revistas apresentado pelo autor, em segundo lugar (depois de artes e literatura)⁴, está o conjunto de temas “natureza, paisagem e aventuras”, com a divulgação de fotos e de grandes reportagens sobre temas que envolviam natureza, embora ainda não houvesse o enquadramento no sentido estrito do termo.⁵

A grande audiência das telenovelas contribuiu para torná-las um produto televisivo por excelência e consolidar a TV como veículo de maior alcance de público e uma vitrine para a divulgação de cenários da natureza e de paisagens exuberantes, mesmo quando ainda não havia o apelo explícito da agenda ambiental. A hegemonia mediática da televisão consolidou-se devido ao aparato tecnológico, mas também em função da relação construída com o público, de modo a se consolidar uma cultura de visibilidade social em que os assuntos, para se tornarem relevantes, devem ser contemplados pela programação

⁴ No inventário realizado pelo autor, a seqüência completa das categorias temáticas é a seguinte: 1) Artes e literatura; 2) Natureza, paisagem e aventuras; 3) Personalidades e nobreza; 4) Ciência; 5) Esportes (Sodré, 1983, p.48).

⁵ BARROS (1999) e CARVALHO (2001) ressaltam o aspecto plural das manifestações e organizações ambientais e seus discursos, atores e sujeitos. Nessa visão há três termos que se destacam no repertório conceitual, do ponto de vista histórico e epistemológico: conservacionismo, ecologismo e ambientalismo. O primeiro remete às primeiras manifestações biocêntricas, com base em estudos das ciências naturais, e tiveram influências nas políticas de patrimonialização da natureza. O segundo abrange os movimentos de inspiração ideológica e política de cariz marxista (ecopolítica) com pautas de debates sobre os efeitos nefastos do capitalismo na natureza e na sociedade. O terceiro assumiu o discurso oriundo das retóricas conciliadoras entre produção e sustentabilidade. Para pormenores consultar Carvalho, 2001.

televisiva, apesar de perspectivas analíticas de que a TV empobrece a cultura e simplifica os processos socioculturais e políticos.⁶ Por outro lado, devido a seu poder de penetração e de sedução, a TV continua a ser uma das principais fontes de informação e de representações sobre os mais variados temas, inclusive meio ambiente, a ponto de ser considerada uma das protagonistas na formação de uma opinião pública voltada para o desenvolvimento sustentável (CRESPO, 2005; SCHMIDT, 2003).

Tal processo é avaliado pela eficácia simbólica da mediatização (BRAGA, 2006), ao potencializar a constituição de redes operantes de sentidos e confluências de perspectivas do ponto de vista dos meios, do contexto social e do cotidiano dos públicos. Essa articulação de fatores favorece tanto a mediação quanto a educação difusa. Afinal, tanto o fenômeno cultural da centralidade mediática como o relevo social e político das ideias ecológicas no contexto contemporâneo resultam da confluência de múltiplas variáveis do ponto de vista de suas pautas culturais e dinâmicas sociais. Os *media* passaram a ser regidos pela lógica da sociedade em rede e da perspectiva denominada *intermedia* (SCHMIDT, 2003), o que significa conexão, intercâmbio e influência de um meio de comunicação sobre os outros, resultando no efeito de consonância de agenda (WOLF, 1995), que se manifesta numa cobertura similar entre os veículos concorrentes, com destaques para os mesmos temas, fontes e enquadramentos. Trata-se de um processo inerente à própria mediatização. Schmidt (2003, p.71) põe em relevo o processo de *intermedia*, ou seja, a ação de um veículo sobre os demais, “segundo o qual os *media* confiam e remetem uns para os outros, repetindo e fixando frases e ideias, gerando nuvens noticiosas em torno dos acontecimentos”. Além disso, a mediatização não deve ser estudada como um fenômeno que resulta exclusivamente da ação dos *media* na sociedade, de modo unilateral, mas de uma confluência multifatorial (SOUSA, 2000). Trata-se, na realidade, de um fenômeno com múltiplos vetores, inclusive das interferências da sociedade sobre os *media* e também na própria configuração endógena dos meios.

Nesse processo de *intermedia* a televisão exerceu um papel crucial. Como ressalta Schmidt (2003), a trajetória da emergência do ambiente como tema de debate público é indissociável da mediatização e de sua eficácia simbólica na constituição de pautas culturais com ampla repercussão na educação difusa, a exemplo conteúdos sobre variados temas da

⁶ Várias são as publicações brasileiras que criticam a TV e a mídia de modo geral, inspiradas nas ideias apocalípticas da Escola de Frankfurt, com maior ou menor teor radical. Aqui não há espaço para um levantamento abrangente, mas a título de exemplo estão os estudos de Sérgio Miceli (*A Noite da Madrinha*), Renato Ortiz (*A Moderna Tradição Brasileira*), Ciro Marcondes Filho (*O Capital da Notícia*), Sérgio Caparelli (*Televisão e Capitalismo no Brasil*), Cremilda Medina (Notícia, um produto à venda), entre outros.

agenda ambiental, tais como reciclagem, reuso da água, cultivo de hortas caseiras com aproveitamento do lixo orgânico como adubo, medidas simples do cotidiano para economizar água e energia elétrica, entre outros assuntos que se tornaram costumeiros até nos programas diários de televisão considerados de variedades, de entretenimento e os *talk shows*. A divulgação desses conteúdos e a interação do público por meio de telefone, chats, e-mail e *twitter* são considerados por Eco (2010) e Bauman (2011), mecanismos emblemáticos da eficiência da mídia como agente de educação difusa. Em concepção segue o raciocínio das convergências sociomediáticas como manifestação complexa do ponto de vista cultural, social, político e educativo (MORIN, 2002; LEFF, 2002).

Em suma, a partir da década de 1990, com a extraordinária repercussão da Cúpula da Terra (Rio 92), o ambientalismo consolidou-se como um fenômeno mediatizado. A mediatização, segundo Braga (2006), tornou-se um processo social de referência no mundo contemporâneo. Trata-se de um processo interacional de referência, porque sua lógica passou a servir de parâmetro para as principais instâncias de sociabilidade, de vinculação social e de construção de representações sociais, inclusive sobre ambiente. “Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais de interação mediatizada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam” (BRAGA, 2006, p.2). Isso explica o poder da mediatização e seu potencial cultural e formador de mentalidades, consequência da educação difusa. Tal potencial é que proporcionou a reconfiguração da mediatização, como veremos a seguir.

4 RECONFIGURAÇÕES DA MEDIATIZAÇÃO AMBIENTAL PELA TV

A mediatização ambiental pela TV apresenta diferentes formas e configurações ao longo da curta história desse veículo, mas com fortes ondulações do ponto de vista cultural. Mesmo sem pretender elaborar um mapeamento completo e sofisticado, destacamos alguns aspectos que exerceram função de culminância sociocultural, ou seja: jornalismo e dramaturgia; divulgação científica na área ambiental; e a inserção nas relações sociais do cotidiano.

4.1 Jornalismo e dramaturgia

O jornalismo e a dramaturgia foram as duas portas políticas de entrada das temáticas ambientais nas pautas culturais brasileiras, ao mesmo tempo em que também funcionaram como pontes simbólicas para garantir a eficácia da mediatização ambiental. No caso do

jornalismo, como já foi destacado, o carro-chefe foram as revistas ilustradas, mas também houve um programa de TV nas décadas de 1960 e 1970 que contribuiu para a visibilidade da agenda verde, embora de conotação conservadora e ufanista (ANDRADE, 2003). Trata-se do programa Amarel Neto, que apresentava a natureza, como “esse outro lado a inda a ser explorado” (SILVA, 2004, p.207). Entretanto, tal produção abriu espaço para outras a exemplo do *Globo Ecologia*, iniciado na década de 1990, no momento em que o Brasil se preparava para sediar a Rio 92.

A grande audiência das telenovelas contribuiu para torná-las um produto televisivo por excelência e consolidar a TV como veículo de maior alcance de público. As produções de época foram decisivas para inserir a paisagem do campo no repertório de imagens da televisão. Os cenários rurais das produções de época remetem aos tempos de opulência da casa-grande, das fazendas de café e dos engenhos de cana-de-açúcar. Nessas produções, as imagens satisfazem a nostalgia dos públicos urbanos pelo primitivismo da vida no campo. O principal objeto material da mediatização é o próprio cenário campesino, com suas paisagens que se tornam ainda mais belas pelo primoroso tratamento estético e fotográfico.

A esse objeto material associa-se o poder simbólico da nostalgia. O ambiente rural é representado sem as dores e o sofrimento do trabalho e do labor. O “suor do rosto” fica reservado apenas às cenas de trabalho escravo nas lavouras de café, cacau e cana-de-açúcar. Entretanto, esse sofrimento perde a força dramática, pois os trabalhadores estão relegados ao reino da invisibilidade pública. São apenas “figurantes” integrados ao cenário de *glamour* do campo. As representações sobre os trabalhadores são construídas de forma a destituí-los de sua humanidade. Eles são transformados em “maquetes humanas”, peças do cenário da cidade cenográfica a céu aberto. Apenas as tramas amorosas adquirem sentido nessa dramaturgia despolitizada, que usa a natureza como apelo estético e visual. São várias as novelas que se enquadram nessa perspectiva nas décadas de 1960 e 1970: *A Moreninha*, *Escrava Isaura*, *Sinhá Moça*, *Cabocla*, *Gabriela*, *Irmãos Coragem*, *Meu Pé de Laranja Lima*, *Á Sombra dos Laranjais*, *Meu Pedacinho de Chão*, *Fogo Sobre Terra e Saramandaia*.

A partir da década de 1980, as telenovelas passaram por um processo de redefinição e surgiram tramas com teor político, tais como *Roque Santeiro*, *O Rei do Gado* e *Renascer*. Na década de 1990, houve um híbrido com as duas tendências, o que perdura até hoje, com novelas consideradas avançadas do ponto de vista da representação do ambiente e outras conservadoras, mas que agradam o público, visto que os índices de audiência são elevados.

Entre as telenovelas mais recentes da primeira tendência estão: *Coração de Estudante*, *Paraíso Tropical*, *Beleza Pura* e o seriado *Amazônia: de Galvez a Chico Mendes*. Entretanto, outras produções televisivas igualmente recentes mantiveram a linha de representação da natureza como ornamento e entretenimento, a exemplo de *Uga Uga*, *Terra Nostra*, *Esperança*, *Força de um Desejo* e o remake de *Cabocla*. Assim, o que se observa é que as telenovelas de temáticas rurais apresentam enquadramentos interpretativos que correspondem a dois tipos de cenário de representação ambiental, com características distintas, porém complementares, como foi possível observar com as breves considerações acima apresentadas.

Com o passar do tempo, as telenovelas abriram espaço para os conteúdos jornalísticos. Assim, a partir da década de 1980, foram criados vários programas televisivos e levados ao público, os quais apresentavam conteúdo ecológico. Entre eles destacam-se *Globo Rural*, *Globo Ciência* e *Globo Ecologia*. O primeiro foi lançado em janeiro de 1980, no auge da expansão da fronteira agrícola em direção ao Cerrado. O segundo foi posto no ar em 1984, com temas científicos gerais, inclusive ecologia. O terceiro estreou em novembro de 1990, como iniciativa da Fundação Roberto Marinho destinada a preparar o público para a Conferência Mundial das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Rio 92).

Merece destaque também o programa jornalístico semanal *Globo Repórter*, da Rede Globo de Televisão. Segundo levantamento apresentado por André Trigueiro (2005), desde a primeira edição, em 1973 até o ano de 2003, foram exibidos mais de cem edições sobre a temática vida selvagem, em horário nobre:

Esses programas mantiveram a emissora com boa margem de audiência sobre as demais, e com um detalhe interessante: dos 30 programas de maior audiência exibidos pelo Globo Repórter nos anos de 2000 a 2001, mais da metade mostrava a exuberância da fauna e da flora. Os programas do gênero na linha jornalística ou de documentário [...] contribuem de forma extraordinária para a disseminação de uma cultura preservacionista, fazendo soar o alarme contra a destruição da fauna e da flora. Curiosamente, esses programas parecem forçar, involuntariamente, a ideia de que meio ambiente é sinônimo de fauna e flora (p.76).

A relação entre ambiente, TV e opinião pública também é analisada por Schmidt (2003). Conforme a estudiosa, habitualmente são considerados três níveis para enquadrar o debate sobre essa articulação:

1. O primeiro diz respeito à função dos media na institucionalização/popularização dos problemas ambientais através da sua entrada na agenda como tema dominante: a perspectiva da *agenda-setting* e dos estudos sobre a tematização;
2. O segundo considera que os problemas ambientais são acima de tudo uma construção dos *media*, sublinhando, nos processos de comunicação, a importância

do contexto sociocultural e histórico – as ‘ressonâncias culturais’ – em que essa preocupação é produzida e o modo diferenciado como germina, privilegiando uns assuntos em detrimento de outros: a perspectiva construtivista;

3. Um terceiro nível trata da interação entre os diversos agentes de produção mediática – fontes, jornalistas, programadores, arena institucional mais vasta – e a respectiva intervenção em todo o complexo e longo processo comunicativo de formação da opinião pública: a perspectiva interacionista (p.65).

Sartori (1998) reforça que o processo de formação da opinião pública na atualidade é essencialmente influenciado pela TV. Para ele, a produção da notícia televisionada, dependente essencialmente de imagens – por uma auto-imposição – e resulta em supervalorização da imagem em detrimento da informação – em especial informações que podem resultar em esclarecimento sobre problemas de interesse comum – do que qualquer outro (Sartori, 1998, p. 4). Conforme sua análise, “a redução-restrição é gigantesca: e o que desaparece é o enfoque do problema a que se referem as imagens. Porque a imagem é inimiga da abstração, e explicar é um discurso abstrato.” (SARTORI, 1998, p. 5).

4.2 Divulgação científica sobre ambiente

Um dos aspectos relevantes da mediatização ambiental passa pela divulgação científica, iniciada pelos aspectos espetaculares e inusitados, nos quais, muitas vezes, encontra-se o discurso ambiental (BARROS; SOUSA, 2010). Outro enfoque é a apresentação de “(...) uma franca tendência a apresentar a informação científica como unívoca e incontestável” (RONDELLI, 2004, p. 139). Geralmente, a informação científica é divulgada pela TV como sendo a única correta, determinando a lógica positivista. Para Rondelli (2004, p. 140) a divulgação de ciência não estabelece uma aproximação convincente entre o cidadão telespectador e o mundo acadêmico; nas matérias que verificou, constatou-se que a ênfase ficou na capacidade da ciência influenciar o cotidiano, porém de maneira superficial, sem evidenciar pontos importantes como as relações entre o campo científico e as esferas política e econômica. Essa mesma tendência se aplica ao campo ambiental.

Para Alberguini (2007), há uma influência nos telejornais exercida pela presença e/ou ausência de eventos e pautas que são gerados nas assessorias de comunicação de organizações ligadas à ciência e tecnologia. Para a autora, a formatação não define, a princípio, a qualidade da informação, mas “(...) aponta o investimento da empresa jornalística na temática e indica possibilidades de aprofundamento/contextualização do fato” (ALBERGUINI, 2007, p. 272). No resultado geral da pesquisa, a maioria das matérias

consideradas contextualizadas era de reportagens. Ainda merece destaque que foram consideradas também algumas notas, tanto registros simples (sem imagens do fato) quanto “notas cobertas” (imagens do fato exibidas simultaneamente à narrativa do apresentador). Por aspectos como menor tangibilidade, maior flutuação empírica de seus objetos, cronologia mais recente, essas ciências possuíam estatuto científico inferior às demais.

Por outro lado, observa a pesquisadora que há disparidades na distribuição das matérias por áreas do conhecimento científico. A tendência no período pesquisado “(...) foi de divulgar, em maior número, pesquisas das áreas de Ciências Exatas e da Terra (17, das 44 matérias da amostra) e das Ciências Biológicas, Ambientais e da Saúde (11 matérias)” (ALBERGUINI, 2007, p. 272). O silêncio em torno das Ciências Humanas e Sociais nos sugestionam para o ideal positivista. Além disso, Alberguini (2007, p. 273) encontrou outro silenciamento: às origens das pesquisas científicas. Nas análises que fez a maioria das instituições em questão eram de âmbito público. Um ponto positivo registrado foi a predominância na divulgação de ciência, tecnologia e inovação produzida no Brasil (ALBERGUINI, 2007, p. 273). Contudo, nota-se a concentração das matérias no eixo Rio-SP, sendo que as demais regiões do país pouco aparecem.

Se há predominância das matérias sobre CT&I em âmbito de pesquisas nacionais, a sede das instituições responsáveis revela, significativamente, o desequilíbrio entre as regiões brasileiras. Com exceção das nove pesquisas realizadas pelo IBGE em âmbito nacional, as reportagens analisadas são de institutos públicos de pesquisa e Universidades do Sudeste do País (São Paulo e Rio de Janeiro). No caso das Universidades públicas, há destaque para Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e da Universidade de São Paulo (USP). Tal concentração nos mostra a presença marcante do eixo e um pouco de descaso dos telejornais investigados em relação a pesquisas de outras regiões brasileiras (apenas uma matéria tratou de pesquisa realizada na região Norte) e/ou a falta de profissionalização das assessorias de comunicação dessas instituições. (ALBERGUINI, 2007, p. 273). Enfim, a pesquisadora finaliza que a visão proposta nas matérias que analisou ressaltava “(...) as características positivas, ligadas ao avanço, aos benefícios sociais, econômicos, ambientais, entre outros (...)” (ALBERGUINI, 2007, p. 274). Para a autora, a imagem de ciência analisada no discurso midiático era “elogiativa”, mas equilibrada (sem enaltecer ou depreciar).

Esse é o foco privilegiado dos principais programas tanto na TV aberta como na TV fechada. Além das emissoras de abrangência nacional, que exibem programas específicos

sobre o assunto, a exemplo de Globo Ecologia e Repórter Eco (TV Brasil), as emissoras regionais, universitárias, comunitárias e de interesse público também seguiram a mesma tendência. No caso da TV a cabo, um exemplo emblemático é *Cidades e Soluções* (*Globo News*), cuja marca é pautar coberturas de conotação positiva, com ênfase para soluções que possam ser utilizadas como modelo, paradigma ou estímulo a outras iniciativas similares. Em todos eles, a ciência, a tecnologia e a inovação são vistas como instrumentos para soluções ambientalmente valorizadas. A mesma abordagem predomina nos demais programas e gêneros, incluindo as variedades, as revistas semanais e os programas sobre moda, comportamento, cultura e cotidiano.

4.3 A inserção das pautas ambientais nas relações sociais do cotidiano

Como se observa na análise apontada acima, as temáticas ambientais passaram a ser inseridas e ramificadas em todos os gêneros televisivos. Essa tornou-se uma tendência dominante na mediatização ambiental no contexto recente, com amplos espaços nos programas televisivos, tanto na TV aberta como na TV a cabo, em todos os gêneros e formatos. Trata-se de uma tematização difusa e não mais concentrada, ou seja, as pautas ambientais são encaixadas nos mais variados assuntos, desde moda, culinária, jardinagem, cuidados com a casa e a família, viagens e turismo, música, cinema, literatura, programação infantil, comportamento, entre outros temas do cotidiano. Além da inserção difusa, a abordagem passou a ser regida pelas retóricas conciliadoras e otimistas da sustentabilidade, decorrentes das reconfigurações do capitalismo verde que deslocou o eixo ambiental da produção para o consumo (BARROS, 2012).

Esse deslocamento produziu o efeito da transversalidade, levando as pautas ambientais e seus enquadramentos para agendas até então tratadas sem cariz ecológico ou até mesmo socialmente conotadas como anti-ecológicas. Trata-se de uma estratégia de reconfiguração social para “ambientalizar” espaços da programação que estavam fora do espectro da cultura ecológica. De um lado, a mediatização ambiental nessa dimensão transversal e ramificada tornou-se uma espécie de educação cívica difusa, ou seja, um modo de transformar a cultura fora do espaço escolar (PETITAT, 2011), com reflexos na conversação civil (ECO, 2010). Mas por outro lado, ocorre a supervalorização da esfera individual, como se o cidadão sozinho, com suas condutas e rotinas do cotidiano pudesse “salvar” o Planeta, sem necessidade de transformações estruturais no modo de produção industrial.

Independentemente de suas várias facetas,⁷ o fenômeno contemporâneo da mediatização da ecologia e do meio ambiente pela televisão aberta e paga deve ser analisado como uma modalidade de dinâmica de renovação cultural, que busca desenvolver feições próprias da cultura nacional, internacional e também regional. Nesse contexto, deve-se privilegiar o exame da diversidade de expressões ecológicas, propiciando uma mudança substancial nas formas em que tradicionalmente se pensava o meio ambiente. Inúmeros fatores, relativamente recentes, de componente econômico, sócio-cultural, político e, sobretudo, tecno-comunicacional tem contribuído cada vez mais para expansão do tema. Nesse sentido, o fenômeno, pela sua relevância e pertinência atuais, justifica amplamente seu estudo, principalmente numa perspectiva sociomidiática.

Os campos simbólicos gerados pela mediatização televisiva na ordem do meio ambiente, apresentam suas significações em disputas de sentidos justamente por permitir visibilidade pública ao implantar-se concorrencialmente hoje nos desafios impostos pela “ordem da midiatização”. Esse confronto se dar pelo discurso especializado com os fenômenos da vida cotidiana (PISSARRA ESTEVES, 1998), já que o sentido de um programa de Televisão, rádio ou cinema não acaba com a emissão, ao contrário, o sentido da informação e da comunicação prossegue sua circulação autorizando apropriação nos discursos e interações da comunidade.

O campo dos *medias* é instituição de mediação que compreende os dispositivos, formal ou informal, organizados e com regras próprias. É uma instituição fluida e difundida pelo conjunto do tecido social moderno, com legalidade determinada resultante da autonomização de parte das funções de mediação dos outros campos sociais (DUARTE RODRIGUES, 2001). Portanto, nessa compreensão da comunicação de massas, é a mídia como instituição a que produz e faz circular significados na sociedade, mediante práticas culturais inter-relacionadas.

Todavia, o campo dos *medias* possui função essencial de mediação social. Pode-se argumentar que ele não somente mediatiza; não apenas se constitui em “lugares de oferta” de sentido, mas também (re)organiza e (re)constrói realidades. A TV ao se apropriar de cenas empíricas da realidade cotidiana exerce um trabalho político de reconfiguração social do mundo, mediante diversos gêneros discursivos e enfeixamento das tramas simbólicas que se tornam como faróis hermenêuticos para a sociedade (BARROS; Sousa, 2010). Para o

⁷ Apesar de reconhecer as várias faces da mediatização televisiva, nos limitamos ao seu escopo mais abrangente, devido à limitação de espaço para o exame minucioso de suas derivações e ramificações

público, contudo, a televisão apresenta-se se como máquina capaz de retratar a vida social, enfatizando seus dispositivos tecnológicos. Com isso, o fator da técnica no atual contexto, “passou de ser tida como um mero instrumento para converter-se em razão fundamental, em uma dimensão constitutiva de nossas culturas e de nossas sociedades” (MARTIN-BARBERO, 2003).

Neste sentido, os receptores, os públicos, não acolhem tudo passivamente. Essa realidade que foi mediatizada é reconfigurada e (re)interpretada conforme os padrões da experiência cotidiana. As mediações socioculturais, nas quais se inserem a tecnicidade, conforme o modelo *barberiano*, são espaços articuladores entre os processos de comunicação e as diferentes dinâmicas socioculturais que organizam a sociedade. Conforme as mediações, a mídia adquire caráter institucional, volume e densidade cultural. As mediações por si mesmas são variadas e constituem um campo amplo e rico de negociação de significados e sentidos.

Não obstante, pensar o discurso do meio ambiente mediatizado e construído pela televisão, cujos conteúdos são intensificados pela aliança simbólica com o mundo vivido, exige refletir sobre as mediações comunicativas da cultura. Isso implica repensar o lugar dos fluxos desta cultura na sociedade, à luz dos ‘novos modos de percepção e de linguagens, das novas sensibilidades e escrituras’, das novas formas de produção de sentido que remetem às mutações sociotecnológicas da comunicação contemporânea (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 225). No caso específico da cultura ambiental importa analisar os fluxos de renovação cultural, a partir das consequências dessas mutações, escrituras e textualizações, com suas implicações nas relações sociais e nas práticas culturais do campo experiencial do cotidiano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das conhecidas críticas à TV, especialmente no que se refere à espetacularização, fragmentação e superficialidade, no caso das questões ambientais, é inegável a sua contribuição para incluir e manter o tema na agenda pública. Portanto, há que se ressaltar alguns dos aspectos positivos em relação à difusão de conteúdos ecológicos em suas variadas conotações de letramento informacional, cultural e científico. O primeiro deles é a contribuição da TV para a formação de uma opinião pública mais esclarecida sobre o assunto. Por se tratar do veículo de maior penetração social e de maior poder de sedução do público brasileiro, a cobertura da TV ofereceu esse legado, apesar das conhecidas críticas às limitações

da mediatização televisiva.

Outro aspecto relevante foi a diversificação dos atores ambientais e a agenda temática. Antes da Rio 92 as notícias de TV sobre ambiente limitavam-se ao mero registro de acidentes, catástrofes, desastres, espécies em extinção, poluição, curiosidades científicas e alguns feitos governamentais. Com o passar do tempo. Aos poucos outros atores sociais, científicos e políticos foram sendo incorporados como fontes e protagonistas dos fatos ambientais, a exemplos das organizações ambientais e instituições científicas. Isso permitiu a diversificação da agenda e dos enquadramentos. Com a participação da TV, os temas ambientais conquistaram espaço nobre e passaram a abordar um leque maior de visões, evoluindo do conservacionismo como cenário simbólico ermo e longínquo da vida social para a sustentabilidade inserida e encaixada no mundo vivido e no campo experiencial das relações sociais do cotidiano.

Em suma, esse conjunto de fatores contribuiu para que o ambientalismo rompesse as barreiras da descontinuidade na agenda dos *media* de forma geral, uma vez que a TV se tornou um meio cada vez mais expressivo na sociedade brasileira. Apesar de não haver análises exaustivas e globais sobre as causas, fatores e atores que contribuíram para romper as barreiras da descontinuidade da agenda ambiental nos *media*, é possível tecer algumas inferências, com base na combinação de diferentes explicações. Schmidt (2003) enfatiza o próprio papel dos *media*, sobretudo da televisão:

Os problemas ambientais – enquanto factos reais, globais e complexos – alteram e constroem o comportamento humano. Mas, ao serem mediatizados, ganham dimensões que não tinham antes. Essas novas dimensões passam a fazer parte da realidade do problema, pois integram o efeito retroativo e desdobrado da sua própria divulgação. O que leva a afirmar que eles são tanto problemas do foro biofísico como do foro do conhecimento público sobre eles. É isso que lhes dá a dimensão social da sua existência (SCHMIDT, 2003, p.20)

O fato é que a eficácia da mediatização ambiental atualmente é uma constatação inequívoca. O que é discutível é a configuração de espetáculo de entretenimento, além do deslocamento da cobertura do eixo da produção e do capital para o eixo do consumo, do trabalho e da sociabilidade como experiência cada vez particularizada. O consumo sempre foi o alvo da programação televisiva, mas com as retóricas da sustentabilidade, houve uma reconfiguração da relação da TV com o campo do consumo, que foi “ambientalizado” e socialmente reconotado. Nesse cenário de redefinição, se o produto é reciclado, se a empresa financiou um projeto de reflorestamento, o consumo deixa de ser imputado como deletério e passa a ser divulgado como “ecologicamente correto” e “amigo da natureza”.

Assim, a televisão abre espaço, inclusive, para anunciantes de produtos e serviços que se enquadram nesse escopo, com muita eficácia simbólica, pois tais práticas de consumo e de publicidade já estão inseridas, encaixadas e ramificadas nas relações sociais e nas práticas culturais contemporâneas.

REFERÊNCIAS

- ALBERGUINI, A. C. *A ciência nos telejornais brasileiros: o papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação da UMESP- Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo (SP), 2007.
- BARROS, A. T. de. *Atores e discursos ecológicos no Brasil: Ciência, Estado e Imprensa (1972-1992)*. Tese de doutoramento. Brasília: Universidade de Brasília, 1999.
- BARROS, A. T. de; Sousa, J. P. *Jornalismo e ambiente: análise de investigações realizadas no Brasil e em Portugal*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2010.
- BARROS, Antonio T. de; Sousa, Jorge P.; LIMA, Maria Érica de O. Periodização da agenda ambiental nos estudos de jornalismo no Brasil e em Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-erica-meio-ambiente.pdf>. Acessado em 14 de maio de 2012.
- BARROS, A. T. de. Dimensão filosófica e política do pensamento ambiental contemporâneo. *Veritas*, Porto Alegre, v. 57, n.1, jan./abr, p.92-111, 2012.
- BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. Texto apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). São Paulo, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. *Café Filosófico: Zygmunt Bauman e a pós-modernidade*. Episódio da série “Café Filosófico” exibido pela TV Cultura de São Paulo, em 23/07/11. Disponível em: <http://www.cpfcultura.com.br/2011/08/16/dialogos-com-zygmunt-bauman/>. Consultado em 03/05/12.
- CARVALHO, I. C. M. *A invenção do sujeito ecológico: sentidos e trajetórias em educação ambiental*. Tese (Doutorado em Educação) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001 403f.
- CRESPO, S. Uma visão sobre a evolução da consciência ambiental no Brasil nos anos 1990. In: TRIGUEIRO, A. (Org). *Meio ambiente no século XXI*. Campinas: Autores Associados, 2005, p.59-74.
- DUARTE RODRIGUES, A. *Estratégias da Comunicação. Questão comunicacional e Formas de Sociabilidade*. 3ª edição. Lisboa : Editorial Presença, 2001.
- ECO, U. *Cinco escritos morais*. São Paulo: Record, 2010.
- HANNERZ, U. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, abril, 1997, p.7-39.
- LEFF, E. *Epistemologia ambiental*. São Paulo: Cortez, 2002.
- MORIN, E. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- _____. Lección inaugural en la apertura del segundo semestre del 2003 en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Bogotá (Colombia), 2003.
- _____. Ofício de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- PEREIRA ROSA, G. *A Quercus nas Notícias*. Porto: Porto Editora, 2006.
- PETITAT, A. Educação difusa e relação social. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 36, n. 2, maio/ago., 2011, p.365-376.
- PISSARRA ESTEVES, J. A formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna. A Ética da Comunicação e os media modernos. Lisboa: Fundação Calouse Gulbenkian, 1998.
- RONDELLI, Daniela R. R. *A ciência no picadeiro: uma análise das reportagens sobre ciência no programa Fantástico*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação da UMESP- Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo (SP), 2004.

- SANTOS, Boaventura de S. *Um discurso sobre a ciência*. São Paulo: Cortez Editora, 2003.
- SARTORI, G. *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Aguilar, 1998
- SCHMIDT, L. *Ambiente no Ecrã: emissões e demissões no serviço público televisivo*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003.
- SILVA, Telma D. da. Natureza e ecologia na televisão brasileira. *Ambiente & sociedade*, v.7, n.2, p.206-210, 2004.
- SODRÉ, M. *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1983.
- _____. *O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia*. Rio de Janeiro: Cortez, 1990.
- _____. *A máquina de Narciso: Televisão, poder e indivíduo*. Rio de Janeiro: Cortez, 1992.
- SOUSA, J. P. *As notícias e seus efeitos: as teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos medias jornalísticos*. Coimbra: Minerva-Coimbra, 2000.
- XAVIER, I. *Sertão Mar: Glauber Rocha e a estética da fome*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- WOLF, M. *Teorias da comunicação*. (1995). Lisboa: Presença. Da sociologia dos emissores ao newsmaking, p.159-230.