



## **Uma análise crítica da repercussão midiática de temáticas relacionadas ao Meio Ambiente<sup>1</sup>**

Roseli Pereira NUNES<sup>2</sup>

Cláudia Santos de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Matheus Pereira Matos FELIZOLA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

### **RESUMO**

A proposta deste artigo é contribuir para uma discussão acerca das relações da mídia com o meio ambiente, a partir de uma breve revisão literária. Embasar-se-á na perspectiva crítica, segundo a qual, os meios de comunicação, como integrantes de uma complexa rede industrial, atuam em função da produção de lucro e, conseqüentemente, reprodução do sistema capitalista. Neste contexto, o artigo visa relatar a abordagem da mídia com relação às temáticas ambientais. Assunto que vem ganhando importância mundial, mas que ainda está aquém dos parâmetros considerados ideais. É preciso despertar o pensamento crítico e reflexivo mediante as informações ambientais repassadas pelos canais midiáticos, assim como preparar o leitor para a cobrança quanto à destinação adequada dos recursos, preservação e conservação do meio ambiente.

**Palavras-chave:** Meio ambiente; Mídia; Informação; Consciência Ambiental.

### **Introdução**

As sociedades contemporâneas são formadas por complexos sistemas humanos que se concentram majoritariamente em ambientes urbanos, coexistindo com um grande fluxo de energia, entrada de materiais, aumento do consumo e saída de resíduos, gerando uma intensa instabilidade no meio ambiente. Neste contexto, Porto-Gonçalves (2006) ressalta as freqüentes preocupações com as características destas sociedades em harmonia com o ambiente e com os interesses capitalistas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 7 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do Curso de Jornalismo da UFS, email: [roseli.aju@gmail.com](mailto:roseli.aju@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudantes de graduação do Curso de Jornalismo da UFS, email: [claudinhaoliveira@hotmail.com](mailto:claudinhaoliveira@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS, email: [matheusfelizola@infonet.com.br](mailto:matheusfelizola@infonet.com.br)



De acordo com o autor supracitado, a espécie humana utiliza da natureza de maneira degradante alterando constantemente o meio ambiente<sup>5</sup>, haja vista que “o fundamento da relação da sociedade com a natureza sob o capitalismo está baseada na separação, o mais radical possível, entre os homens, de um lado, e a natureza de outro” (PORTO-GONÇALVES, p.288, 2006). A este panorama, o autor acrescenta a capacidade de inventar máquinas, a geração de grandes quantidades de resíduos poluentes e o conseqüente aumento no consumo.

No que se refere aos estudos sobre impacto ambiental, dados do IBGE mostram que nas últimas duas décadas, a degradação ambiental começou a ter caráter de grande importância em escala mundial. O que, segundo Berna (2008), foi motivado pelos crescentes impactos e mudanças ambientais que levaram o homem a sentir tais conseqüências com maior frequência e intensidade.

Ainda neste íterim, Berna (2008) ressalta que as problemáticas ambientais têm estado no foco de atenção das sociedades contemporâneas, que vivem um momento desafiador, em função do acirramento de crises ambientais de grande amplitude. As conseqüências da degradação ambiental estão paulatinamente mais notáveis, ameaçadoras e crescentes.

Neste contexto, destaca-se o impasse que vem se instaurando no campo das ciências e da própria sobrevivência da espécie humana, pois, alcançar um modelo de desenvolvimento mais sustentável, oriundo de reflexões e mudanças comportamentais tornou-se primordial para a existência humana.

Tendo em vista a amplitude de alcance e a heterogeneidade de público dos meios de comunicação de massa, que historicamente desempenham um papel primordial enquanto fontes de informação, e conseqüentes mediadores nos processos de formação de opinião sobre as mais diversas temáticas, e a notória necessidade de maior exposição sobre as questões ambientais, pode-se inferir que, mediante a influência<sup>6</sup> deles, é possível levar ao grande público informações acerca dos problemas sócio-ambientais,

---

<sup>5</sup> Em concordância com esta perspectiva, Porto-Gonçalves (2006) explana que a separação homem e natureza não é somente uma questão de paradigma, uma vez que ela se inscreve como foco das relações sociais e de poder nas sociedades capitalistas. ‘Enfrentar o desafio ambiental é, assim, mais do que mudanças de paradigma.

<sup>6</sup> No contexto do presente artigo, o termo não é utilizado no sentido dos “apocalípticos”, para os quais os conteúdos midiáticos eram responsáveis pela apatia e passividade das sociedades frente à determinadas questões sociais.



suscitando discussões sobre os modelos de desenvolvimento e de atuação no meio ambiente.

A temática meio ambiente, atualmente, é utilizada como um modismo. A mídia está preocupada com grandes desastres ambientais e conseqüentemente só os veicula. O que faz com que a sociedade não se atente para as problemáticas que acontecem diariamente, como a falta de saneamento em determinadas localidades, a falta de um planejamento demográfico, que resulta em um crescimento urbano desordenado, o qual prejudica todo o equilíbrio da fauna, flora, recursos hídricos e energéticos de uma localidade.

Outra problemática esquecida é dos ensinamentos de conservação e preservação do meio ambiente que podem ser desenvolvidos no dia-a-dia de todos (não deixar a torneira ligada, fazer xixi ao tomar banho, comprar produtos fabricados por empresas que respeitem e tenham uma preocupação ambiental, etc). Estes ensinamentos podem ser repassados, facilmente, por matérias ou especiais de mídia audiovisual ou impressa. Tal ação agrega valor quanto a importância da utilização dos recursos ambientais, que são finitos, além de preservar espécies animais e vegetais.

No entanto, apesar de uma maior incidência do tema meio ambiente nos meios de comunicação de massa, esta função de auxiliar na construção do conhecimento e sua interface com a educação ambiental, ainda não vem acompanhando as reais necessidades da sociedade e do meio ambiente, uma vez que o seu interesse voltado para os assuntos ambientais é, invariavelmente, determinado por circunstâncias trágicas: vazamentos de óleo, enchentes, estiagens, queimadas, furacões, terremotos, etc.

Desta maneira, conforme Branco (1997) é preciso enfatizar que ainda não há nas mídias de massa, a abertura de um espaço para novas pautas que cumpram o objetivo de tratar da problemática sócio-ambiental de maneira interdisciplinar e de fato geradora de conhecimento.

Neste sentido faz-se necessário a destinação de pautas no que tange preocupações ambientais corriqueiras e que possam informar aos seus usuários sobre formas de preservar e conservar o meio ambiente. A exemplo de implantar coleta seletiva e realizar destinação correta dos insumos, utilizar água e energia apenas quando



necessário, utilizar produtos de limpeza e higiene pessoal biodegradáveis, utilizar determinados tipos de alimentos como adubo orgânico em plantas domésticas, dentre outras ações que melhorem o equilíbrio homem/meio ambiente.

### **Breve panorama sobre a ascensão das questões ambientais na imprensa mundial e nacional**

Sánchez (1999) menciona a década de 60 como marco inicial para um perceptivo interesse dos meios de comunicação, em nível mundial, pelas causas ambientais. Momento em que os ambientalistas passaram a apostar em protestos criativos, que davam origem a imagens e notícias novas. “A população se mobilizava até com o auto-sacrifício de pessoas que arriscavam a própria vida em longas viagens pelo oceano ou que abraçavam árvores para que estas não fossem cortadas (p.36).

Em função do caráter de luta pelo bem comum, o movimento ambientalista ganhou uma perspectiva ética muito forte e tornou-se uma fonte de notícias para os meios de comunicação. É na década de 70 que a temática assume um caráter mais social, uma vez que o aumento da degradação ambiental passa a ser divulgado em maior escala, ocorrendo uma maior abertura de espaço para notícias que refletissem estas preocupações, já que parte significativa da população ansiava por mais esclarecimentos acerca dos impactos ambientais.

Outro fator relevante neste processo, ressalta Sánchez (1999), ocorrido na década de 90, foi o chamado “ambientalismo empresarial”, segundo o qual, as grandes indústrias começaram a perceber que poderiam ganhar dinheiro fazendo aquilo que os ecologistas já vinham dizendo há mais de duas décadas: evitar o desperdício e investir em tecnologias limpas, adequando as indústrias para uma questão de sobrevivência no mercado globalizado.

Conforme Boff (1999), no Brasil, o debate ecológico chegou à imprensa com quase dez anos de atraso em relação à Europa e aos Estados Unidos, e as reivindicações acerca das questões ambientais despertavam a atenção do público dos meios de comunicação de massa, e a imprensa não podia deixar de noticiar a ocorrência dos fatos que tornavam-se relevantes à sociedade.



A problemática ambiental só começou a ser abordada pela mídia nacional no final dos anos 60 e início dos anos 70, quando a população ainda começava a perceber a importância acerca do tema, sendo poucos os jornais que trabalhavam com meio ambiente.

De acordo com Mattos (2001), o período da ditadura militar foi favorável ao surgimento da mídia ambiental no Brasil, pois, na época em que a censura era um empecilho, as pautas ambientais tornaram-se uma das formas alternativas dos veículos de comunicação protestarem.

Com o advento da democracia, o movimento ambientalista no Brasil começou a questionar o modelo de desenvolvimento instituído pela Industrialização. O interesse por formas alternativas que prezavam pelo desenvolvimento sustentável emergiu com bases sólidas e passou a ter diversos simpatizantes pelo país (MATTOS, 2001, p.46).

Contudo, Sánchez (1999) ressalta que a disseminação das “novas” idéias ambientalistas, passou a representar perigo aos interesses comerciais e econômicos da elite, e desta forma, o espaço para a temática meio ambiente na mídia, a partir da década de 80 começou a encolher consideravelmente, voltando ao foco no início dos anos 90, quando ampliou-se o conceito de desenvolvimento sustentável<sup>7</sup>.

A realização da Eco 92<sup>8</sup> no Rio de Janeiro, despertou ainda mais o interesse de jornalistas para o meio ambiente, levando muitos jornais a criarem editorias e cadernos especializados, inserindo na imprensa a abordagem de temas ambientais como nunca havia sido abordado até então. O evento abriu um espaço imenso para as pautas ambientais em diversos veículos. Estas passaram a ser mais explicativas e menos pontuais, como acontecia até então.

Para Mattos (2001), não é difícil de justificar tamanho empenho, pois, mais de 160 nações trouxeram seus representantes para a Eco 92, portanto, a projeção de um encontro daquela magnitude era global. A disposição para a cobertura era advinda da

---

<sup>7</sup> Segundo a declaração da Conferência da ONU sobre o Meio Ambiente e desenvolvimento do Rio de Janeiro, realizada em 1992, o conceito de desenvolvimento sustentável, diz ser este o direito ao desenvolvimento exercido de tal forma que responda equitativamente, às necessidades do desenvolvimento ambiental das gerações presentes e futuras.

<sup>8</sup> Evento que reuniu líderes de 160 países no qual foram definidas medidas a serem sacramentadas na Agenda 21, um documento fruto da preocupação com o planeta como um todo, e que buscava ser independente das questões de fronteiras nacionais.



movimentação e especulação que o evento gerava no mundo, aumentando o interesse pelo tema por parte de um público formador de opinião.

Entretanto, com o término da Eco 92, a rotina das empresas de comunicação voltou ao normal, e a diminuição das matérias sobre meio ambiente foi drástica. O espaço encolheu, as abordagens voltaram a ser esporádicas e preponderantemente relacionadas aos problemas pontuais e de grande impacto.

A inclusão das problemáticas ambientais, quando trabalhada pela grande mídia, não costuma ter o tratamento adequado, o que provocava um desvio da informação correta, responsável e respaldada sobre o que ocorria com o meio ambiente. Era comum que se encontrassem – como até os dias atuais - casos de notícias sobre meio ambiente expostas de modo desconexo e desprovida das inter-relações com a esfera sócio-político-econômica.

Cabe então ressaltar que a maior parte dos veículos de comunicação são empresas comerciais voltadas para o lucro, trabalhando seu espaço físico em função de anúncios e subjugando o seu conteúdo em função da publicidade, o que dificulta o desenvolvimento da cultura do jornalismo investigativo na área ambiental.

Como os temas ambientais costumam ser complexos e demandam algum conhecimento científico prévio, fica complicado trabalhar o assunto dentro de uma notícia de maneira rápida e superficial. A partir deste paradigma, o grande dilema que se instaura na divulgação acerca do meio ambiente na mídia, é como produzir e divulgar conteúdos de profundidade sem que se atinjam os grandes anunciantes, e que cheguem, de fato, ao grande público.

### **Mídia e Meio Ambiente: uma interação necessária**

De maneira geral, os meios de comunicação podem ser utilizados para três finalidades: informar, entreter e educar. A informação sobre os diferentes acontecimentos é essencial para que as sociedades fiquem atentas e se relacionem com a realidade que as cerca, possibilitando um entendimento acerca da influência determinados fatos têm em suas existências.



A mídia, constituindo-se paradoxalmente enquanto meio de elite e de massas, atuando como instrumento difusor de mensagens de acesso potencial a todos os indivíduos da sociedade, indiferente às classes sociais e níveis de instrução, consolida-se, desta forma, como elemento essencial para a construção de caminhos que levem ao alcance de uma visão interdisciplinar do meio ambiente.

É notório que nas últimas décadas, através da mídia, houve um aumento significativo de publicações, documentários, campanhas de publicidade e inserções em programas de grande público, como as telenovelas, por exemplo, sobre a temática meio ambiente.

Segundo Fernandes (2001), se pode inferir que a influência dos meios de comunicação leva a humanidade a tomar conhecimento dos problemas ambientais e a procurar rediscutir os seus modelos de desenvolvimentos e de atuação no meio ambiente. Pois, é por meio dos jornais e, principalmente, da televisão, as questões ambientais têm chegado ao conhecimento, pela primeira vez, de segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema, uma vez que estas informações circulavam basicamente em espaços restritos (comunidade científica, seminários, palestras e publicações especializadas).

No entanto, para Trigueiro (2003), apesar de estarmos na chamada “Era da Informação”, na qual os meios de comunicação são importantes fontes de informação, e os profissionais que deles participam são enquadrados no “Quarto Poder”, as temáticas acerca do meio ambiente ainda representam questões periféricas, uma vez que ainda não alcançou o seu sentido mais amplo, que extrapola as noções e definições de fauna e flora.

Ainda de acordo com Trigueiro (2003), o fato de reduzir o meio ambiente à fauna e flora, é definitivamente, um erro de grandes proporções a ser destacado na área de comunicação, pois, na maioria das vezes, fragmentam os conteúdos sem comunicá-los de fato. A discussão ambiental visa trazer a nova visão através de um sentido holístico e com caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, induzindo há uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado e correlacionado.

A interpretação de vários gêneros de matérias jornalísticas, diferentes enfoques dados à mesma informação cotidianamente veiculados pela mídia impressa e eletrônica



proporciona ao público conhecer a qualidade de vida do cidadão na sociedade. Neste sentido, observa-se que a mídia vem dando importância aos programas sobre o meio ambiente, especialmente, àqueles que se voltam para a Educação Ambiental.

Uma das premissas do jornalismo ambiental é perceber a realidade que nos cerca de um ângulo mais abrangente, privilegiando a qualidade de vida no planeta e do planeta. Esse foi um dos legados da Conferência Mundial da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio-92, uma cúpula sem precedentes na História, seja pelos assuntos discutidos, seja pelo gigantismo do encontro. (TRIGUEIRO. 2003. p. 81).

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

Nesta perspectiva, acredita-se que para haver maior pressão social e política em torno da temática meio ambiente, será necessário garantir as sociedades, através da mídia, acesso à informação para a compreensão dos aspectos técnicos, institucionais e sociais. No entanto, a chamada grande imprensa não tem desempenhado uma função continuada neste âmbito. Assim como em outros setores da sociedade civil, a mídia também pode ser capacitada para tratar das questões ambientais numa perspectiva de sustentabilidade.

### **O papel da mídia na conscientização ambiental**

Por meio dos jornais e, principalmente, da televisão, as questões ambientais têm chegado ao conhecimento, pela primeira vez, de segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema, uma vez que estas informações circulavam basicamente em espaços restritos (comunidade científica, seminários, palestras e publicações especializadas).

Para Trigueiro (2003), os meios de comunicação são capazes de retirar as questões ambientais do gueto em que estão colocadas (fazendo de conta que são isoladas) e levar a sociedade a entender que todas as ações humanas têm impacto sobre o concreto - a



água, o solo, o ar, os seres vivos. Sendo assim, o autor enfatiza que tudo aquilo que se relaciona com o meio ambiente precisa permear as discussões nas áreas econômica, política, social, cultural – enfim, todas as áreas.

Em conformidade com Trigueiro (2003), embora admitindo que os meios de comunicação de massa não tenham procurado ao longo dos anos, traduzir a associação do homem com o meio em que vive, Cunha (2008) destaca que a comunicação é essencial para a conscientização pública de segmentos da sociedade sobre como agir para a promoção do desenvolvimento sustentável.

O referido autor enfatiza também, que todos têm direito à informação e que a imprensa é a forma de democratizar a informação científica e tecnológica embutida nas questões ambientais. Para ele, “a mídia deve expressar a pluralidade de opiniões em matérias controversas e proporcionar um retrato não fragmentado da realidade” (CUNHA. p.117. 2008).

Conforme o pensamento de Ferrés (1996) há elementos importantes para a reflexão acerca da importância dos meios de comunicação para a educação ambiental, pois, por um lado, destacam o reconhecimento do papel mobilizador dos meios e da necessidade de qualificar a informação para que ela funcione como instrumento de pressão, e por outro, defendem a afirmação de um direito inalienável do homem, que é o de ter/receber informações de natureza plural e não fragmentada.

Desta maneira, se os meios de comunicação, em especial a televisão que é a principal fonte de informação da maioria dos brasileiros, o conteúdo veiculado deve ser discutido com criticidade, tendo em vista ressaltar as perspectivas e os interesses do veículo.

É nesse contexto que Fernandes (2001, p. 197), explana que a mídia, expressa através de veículos massivos (televisão, rádio, jornais, revista e Internet), pode ser considerada uma aliada poderosa junto à educação, pois tem importante papel nas sociedades contemporâneas, uma vez que com o advento das novas tecnologias, a sociedade moderna habituou-se a adquirir informações e conhecimentos por meio destes veículos.

Para Branco (1997), pode ser atribuída, enquanto função social da mídia, explicar com clareza e objetividade os desafios que as sociedades contemporâneas estão enfrentando em relação à temas ambientais como o aquecimento global e a desertificação do solo,



entre outros, além de sinalizar rumos e perspectivas para a sociedade, dando visibilidade a exemplos de que é possível construir um projeto de desenvolvimento com menor impacto ao meio ambiente.

Segundo entendimento acerca das teorizações de Cunha (2008), o que a sociedade necessita da mídia, é a produção de mensagens que abordem: a versão integradora e completa da problemática ambiental, refletindo interesses coletivos, desenvolvendo um discurso que avance a mera constatação e atravessando as fronteiras estruturais, onde interesses políticos e econômicos se organizam.

Neste íterim, vale ressaltar o “dispositivo pedagógico” da mídia, especialmente a televisiva, como sendo um grande fator de análise. Desta maneira, os meios de informação e comunicação serão compreendidos enquanto construtores de significados, capazes de atuar de maneira ativa na formação dos sujeitos.

Destarte, é importante compreender a comunicação atentando para as estratégias de linguagem da mídia, e a educação a partir da máxima da constituição do sujeito, de sua produção e formação, a partir do consumo diário e contínuo de produtos midiáticos.

### **Considerações Finais**

A degradação ambiental é resultante de um complexo interativo de fatores políticos, econômicos, tecnológicos e culturais que tem como a base estrutural a dinâmica capitalista. Neste sentido, a ação de meio ambiente tende a ser mais eficiente se incorporada às práticas democráticas e ao exercício da cidadania plena e ecológica dos indivíduos.

O atual sistema de produção e consumo, orientado pelas lógicas capitalistas, prega a manutenção da ordem vigente, conforme a qual, o aumento da produção gera um conseqüente aumento do consumo, e vice versa. Lógica esta que mantém grandes meios e veículos de comunicação, mantidos pelos anúncios publicitários destes mesmos bens produzidos em larga escala.

Nesta perspectiva, os meios de comunicação de massa têm um papel importante na função de levar ao grande público informações, notícias e conhecimentos a cerca da



temática ambiental num contexto que perpassasse os pontuais relatos de catástrofes ou “profecias” futuras, desconexas de um conceito mais amplo.

É imprescindível observamos ainda, que através da análise crítica do papel da mídia na construção do conhecimento e sua interface com a educação ambiental, os meios de comunicação devem levar leitores e telespectadores a ter condições de, além de interpretar, incorporar valores da consciência ambiental ao seu cotidiano ou mesmo subsidiá-los com as próprias decisões.

Quando usados de forma ética, os meios de comunicação podem ser entendidos enquanto importantes instrumentos para a criação e manutenção do sentido de cidadania entre os sujeitos. Eles podem auxiliar também na formação de uma sociedade mais consciente e cidadã com relação aos problemas enfrentados pela humanidade, sejam estes de ordem econômica, política, ambiental ou cultural.

A utilização consciente, e não apenas com finalidade econômica, dos meios de comunicação de massa, pode ser indubitavelmente uma ferramenta essencial no desenvolvimento de cidadãos capazes de conviver em equilíbrio com os demais, com as sociedades e com o meio social e natural em que estão inseridos, o meio ambiente.

### **Referências bibliográficas**

BELTRÃO, L; QUIRINO, N. de O. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus Editorial, 1986;

BERNA, V. **Pela democratização da informação ambiental**. Disponível em: <[www.jornalismoambiental.jor.br/avilmar.htm](http://www.jornalismoambiental.jor.br/avilmar.htm)>.

BOFF, L. **Saber Cuidar. Ética do humano: compaixão pela Terra**. Petrópolis: Vozes, 1999.

BRANCO, Samuel Murgel. **O meio ambiente em debate**. São Paulo: Moderna, 1997.

CUNHA, Sandra Baptista da & GUERRA, Antonio José Teixeira (org.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.



FERNANDES, Francisco A. Martins. **O papel da mídia na defesa do meio ambiente.** Universidade de Taubaté, 2001.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação.** São Paulo: Artes Médicas (Artmed), 1996.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil; 50 anos de história (1950-2000).** Salvador, Editora PAS/Inamá, 2001.

MORAN, José Manuel. **Leituras dos Meios de Comunicação.** São Paulo, Ed. Pancast, 1993.

\_\_\_\_\_. **Como ver Televisão.** São Paulo, Ed. Paulinas, 1991.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. **A globalização da natureza e a natureza da globalização.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

SÁNCHEZ, Francisco Martinez. **Os meios de comunicação e a sociedade.** In: *Mediatamente! Televisão, cultura e educação.* Secretaria de Educação a Distância. Brasília: Ministério da Educação, SEED, 1999.

TRIGUEIRO, André. **Meio Ambiente na idade média.** In: *Meio Ambiente no século 21.* Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI.** Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

VERNIER, Jacques. **O meio ambiente.** Campinas: Papyrus, 1994.

