# Mídia, Ecologia e Sociedade: Uma Análise do Tencionamento das Racionalidades Estratégica e Consensual no Tema[1]

Claudio SCHUBERT[2]

Universidade Luterana do Brasil – Canoas - RS

**RESUMO**

A sociedade brasileira vive um cruzamento de diferentes racionalidades. São essas que orientam a ação da mídia na elaboração das pautas, na escolha das informações, na cobertura dos fatos, no enfoque dos acontecimentos e na edição das notícias. Entre os diferentes modos de pensar, o presente texto analisa, no tema mídia, ecologia e sociedade, a ação de dois tipos de racionalidades: a estratégica e a que busca a consensualidade. A pesquisa desenvolve-se tendo como referência de análise esses dois modos de pensar, buscando perceber como o tema ecologia é apresentado na sociedade pela mídia a partir de cada racionalidade acima descrita.

**PALAVRAS-CHAVE:** racionalidade estratégica e consensual; sociedade e mídia.

## Localização do assunto

No contexto brasileiro, a mídia tem uma influência crescente na formação da opinião junto à população. Encontra-se em estado crescente a sua influência na divulgação das informações relativas às questões relacionadas à ecologia. Os problemas ambientais tornam-se, de modo acentuado, assunto central para a sociedade e conseqüentemente para a mídia. A escolha da temática meio ambiente pelos noticiários, além de repercutir um assunto central da sociedade – pois trata da sobrevivência e vida do ecossistema – significa uma postura simpática frente à opinião do público. É notório que o discurso sobre o cuidado com a ecologia soa bem e é politicamente correto. A mídia falha, no entanto, na denúncia do próprio Estado que em muitos de seus segmentos polui os rios, somente para citar um exemplo, com diferentes espécies de lixo não tratado[3].

Diante disso, pode-se levantar uma interrogação pertinente: a mídia está tratando da problemática ecológica como uma grandeza integrada na sociedade, ou divulga fatos fragmentários que satisfazem mais aos interesses da racionalidade econômica, produzindo notícias por ser um

[1] Trabalho apresentado no Grupo Temático Mediações e Interfaces Comunicativas, Inovcom do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul

[2] Doutor em Educação pela UFRGS, professor na Universidade Luterana do Brasil – Canoas - RS e na Univates – RS na Graduação e Pós-Graduação. e-mail: claudioschubert@terra.com.br

[3] Conforme os jornais O Globo e Diário Popular, em outubro de 2006 no desastre ecológico que aconteceu no Rio dos Sinos – RS 80 a 87 toneladas de peixes foram mortos "e o que determinou o problema foi a junção dos elementos químicos despejados pelas seis empresas autuadas e a poluição provocada pelas prefeituras da região, que não tratam 95% dos esgotos". www.diariopopular.com.br/27_10_06/editorial.html e /www. oglobo.globo.com/pais/mat/2006/10/16/286122365.asp

assunto de interesse geral? Nesse aspecto Ramos levanta um questionamento interessante quando pergunta

> será que as informações ambientais, na forma como vem sendo veiculadas pelos segmentos mais influentes, estimulam um real engajamento nos processos individuais e coletivos que reivindicam mudanças profundas no comportamento do poder público e dos agentes da sociedade civil em relação ao meio ambiente, ou visam basicamente alimentar apenas mais uma demanda crescente de consumo, que seria a própria informação ambiental? (RAMOS, 1995, p.31).

O desenvolvimento das modernas tecnologias de comunicação, aliado à idéia da globalização, estabelece uma nova relação entre mídia e ecologia. Os acontecimentos de diferentes pontos do globo terrestre chegam até a casa do cidadão comum pela tela televisiva. Isso faz com que as informações sejam alargadas, inclusive aquelas referentes à ecologia. Pode-se perceber que a racionalidade com a qual a mídia opera caracteriza-se como fonte de emissão de valores sociais, "superando nessa função a família, a escola, a igreja, o partido ou o próprio Estado" (COMPARATO, 1999, p.302). Complementando esse pensamento, pode-se dizer que "jamais a humanidade assistiu a tão radical revolução como a que se processou nos últimos cinqüenta anos com o estabelecimento formal do sistema dos meios de comunicação de massa" (BELTRÃO E QUIRINO, 1976, p.119).

Na Revolução Industrial, a máquina torna-se uma aliada importante do homem. É ela que potencializa em dezenas de vezes a força humana. Faz, no entanto, muito mais que isso. É a máquina que imprime a velocidade com a qual o homem deve se movimentar no trabalho[4], com o tempo disponível que terá no seu cotidiano, como irá organizar seu lazer, o que ira ler, assistir e fundamentalmente, no que irá pensar. Por isso Beltrão e Quirino compreendem que a mídia imprime "velocidade, ubiqüidade e penetrabilidade à mensagem, em escalas e níveis jamais alcançados" (BELTRÃO E QUIRINO, 1976, p.119). A sociedade está, assim, mais informada das catástrofes e agressões que acontecem com o meio ambiente.

Outro aspecto que merece ser destacado é o fato de que com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação as pesquisas científicas avançam em áreas e contextos até então desconhecidos, inserindo-se no universo social e tornando-se tema de fácil acesso junto à população

> Nos últimos anos tem-se verificado um aumento significativo de publicações, documentários, campanhas de publicidade sobre o meio ambiente, mas é sobretudo por meio dos jornais e da televisão que as questões ambientais têm chegado ao conhecimento, pela primeira vez, de segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema, já que, até então, essas informações circulavam basicamente em

[4] Filme de Charles Chaplin *Tempos Modernos* exemplifica como a máquina interfere na vida do ser humano.

> espaços restritos, na comunidade científica, em seminários e palestras, em publicações especializadas, revistas técnicas e livros (RAMOS, 1995, p.41).

A relação que se estabelece entre mídia, ecologia e sociedade é, em grande parte, uma experiência ainda por ser construída na direção do bem-estar da totalidade. Diante disso, cabe lembrar que a presença da mídia influencia fortemente a formação de conceitos, paradigmas, valores e verdades junto à população. Conforme Comparato, referindo-se à televisão, diz que "antes de mais nada é preciso lembrar que a televisão forja os costumes sociais, com uma eficácia e rapidez absolutamente novas na história" (COMPARATO, 1999, p.302). Isso quer dizer que o enfoque dado pela mídia na abordagem do tema ecologia será, em grande medida, a leitura que a opinião pública fará sobre o tema. Além do mais, a maioria das informações que grande percentual da população tem acesso são os dados que os meios de comunicação disponibilizam. No caso da sociedade brasileira, os meios de comunicação de massa (MCM) produzem efeitos comportamentais em todos os sentidos e grandezas, isto é, de referências e paradigmas com alguma intencionalidade de valor formativo.

> A condição de educar é própria desses meios, cada vez mais desenvolvidos tecnologicamente, o que lhes permite estar em muitos espaços ao mesmo tempo. Eles ocupam lugar privilegiado no processo educacional, ao lado da escola, da família e de outras agências de socialização. Mostram às pessoas os fatos já editados, redesenhados, como se fossem a 'realidade' (BACCEGA, 2000, p.96).

Essa realidade editada é uma espécie de "janela" que dá acesso ao mundo, pelo menos para grande percentual da sociedade brasileira. José Marques de Melo aprofunda essa idéia quando diz que a mídia é, ao mesmo tempo, um meio de comunicação da elite e das massas. "Como instrumentos mecânicos e eletrônicos que difundem mensagens de acesso potencial a todos os indivíduos da sociedade, eles são meios que atingem as massas, atuando como intermediários entre elas e o mundo" (MELO, 1971, p.12). Mesmo que o grande público que consome os produtos midiáticos seja a massa, o mesmo autor é enfático quando diz que "os meios de comunicação social são meios de elite. Ou seja, controlados pela elite" (MELO, 1971, p.12).

Isso significa que o alcance do espaço público é, em muito, determinado pelos parâmetros que a mídia impõe. O que ela maximiza torna-se importante, o que é minimizado, conseqüentemente, é irrelevante. Assim, a realidade existente no Brasil "começa lá onde chegam as luzes dos holofotes e as objetivas das câmeras; depois prossegue, assim de marcha a ré, passa por nós e nos ultrapassa, terminando às nossas costas, onde se desmancha a luminiscência que sai dos televisores. O resto é escuridão" (BUCCI, 1996, p.11).

Isso significa que aquilo que é invisível para os olhos dos meios de comunicação de massa não faz parte do espaço público brasileiro e, conseqüentemente, não existe como realidade social. Desse modo, aquilo que o sujeito vê, ele identifica como sendo a realidade. Esta mesma "realidade" é percebida por grande percentual da população brasileira e assim se constrói o espaço público, que nem sempre se orienta pelos critérios de cidadania e preocupação com as questões ecológicas.

Numa visão extremamente crítica, e maximizando o potencial de influência da mídia, no caso específico da televisão, Bucci afirma que é

> pela TV que as crianças ingressam no mundo do consumo, aprendendo a desejar mercadorias. É por elas que os adolescentes aprendem a namorar, que as donas-de-casa descobrem como decorar a sala. A televisão consolida, com suas novelas, seus noticiários e seus programas de auditório, os trejeitos e gestos dos apaixonados nas cidades do interior, o modo de vestir, o olhar ou não olhar para o vizinho. Ela também ensina coisas esquisitas, como usar óculos escuros durante a noite (BUCCI, 1996, p.12).

Mesmo constatando a influência da mídia na sociedade contemporânea brasileira, não é mais possível fazer uma análise apocalíptica. O autor, apesar da sua forte crítica à mídia, é lúcido quando afirma que a televisão

> não inventa, não impõe, não condiciona diretamente; ela tem instrumentos para regular o que quer dizer, ela consegue ordenar os hábitos dispersos em códigos reconhecíveis e unificadores...não há um cérebro maquiavélico por trás de cada emissora procurando doutrinar a massa acrítica [...] a massa de telespectadores não obedece irrefletidamente o que vê na tela; o que acontece é que a televisão se apresenta com os mecanismos necessários para integrar expectativas diversas e dispersas, os desejos e as insatisfações difusas, consegue incorporar novidades que se apresentam originalmente fora do espaço que ela ocupa e, em sua dinâmica, vai dando os contornos do grande conjunto, com um tratamento universalizante das tensões (BUCCI, 1996, p.12).

A constatação da influência dos meios de comunicação, especialmente a televisão, na formação cultural, científica e paradigmática brasileira é fundamental diante da reflexão entre mídia, ecologia e sociedade. Constata-se que grande parte dos assuntos tematizados são aqueles colocados pela mídia no palco dos acontecimentos nacionais e internacionais. Sabe-se que na moderna sociedade a interferência do mundo econômico na programação midiática é uma realidade evidente. Assim, a abordagem que a mídia fará do tema ecologia obedecerá, em boa medida, essa orientação financeira e política. O pensamento que prioriza os interesses político-econômicos é a racionalidade estratégica, que visa interesses grupais, pessoais. Outra opção teórica, sem querer

sustentar uma visão dualista, é o pensamento que podemos caracterizar como racionalidade que busca a consensualidade. É sobre esse tema que o próximo item discorrerá[5].

**Mídia e sociedade: a racionalidade estratégica e consensual**

Uma reflexão atualizada sobre a ação da mídia na história ocidental inevitavelmente leva à constatação que a civilização contemporânea está vivendo profundas transformações provocadas pelo desenvolvimento científico, tecnológico e comunicacional. O conceito de que vivemos numa aldeia global, nunca antes esteve tão bem caracterizado. Na mesma medida em que as novas tecnologias de comunicação encurtam distâncias, derrubam barreiras conceituais e minimizam a relevância dos limites fronteiriços, surgem novos problemas no campo da ética para os quais um marco teórico que responda a esses desafios urge ser formulado. Entre esses temas encontra-se o assunto mídia ecologia e sociedade.

Para uma melhor compreensão deste tema é importante buscar a base teórica sobre a qual a sociedade ocidental se fundamenta e perceber, nessa inter-relação, como a mídia se situa nessa discussão. Para tal, busca-se em Habermas, especificamente na Teoria da Ação Comunicativa a base teórica para compreensão do tema presente. Aqui é importante assinalar que as diferentes concepções de ação comunicativa têm implícitas também diferentes racionalidades e, conseqüentemente, diferentes formas de relacionamento entre as pessoas e com o meio.

A sociedade midiatizada ocidental constrói-se, em grande medida, a partir de duas racionalidades: a) a estratégica[6] e; b) a consensual. Mesmo que as modernas tecnologias de comunicação possam ser mais identificadas com a produção técnica oriunda do modo de pensar estratégico, na sua ação encontram-se espaços onde discursividade, característica da racionalidade consensual, pode ser fomentada. Assim, sabe-se que a programação midiática, com a transmissão de seus diferentes conteúdos, é veiculada obedecendo certa intencionalidade de ação comunicativa: a estratégica ou a consensual[7].

Segundo Habermas (1999), a ação comunicativa estratégica apresenta como característica central a execução de regras orientadas ao êxito. Esta racionalidade busca, objetivamente,

[5] Encontra-se a seguir uma breve síntese da racionalidade estratégica e da racionalidade que promove a consensualidade. Busca-se, assim, compreender como cada racionalidade se desdobra no tema mídia, ecologia e sociedade.
[6] Toma-se emprestado de Habermas os termos estratégico e consensual. A racionalidade estratégica é aquela que se identifica com a priorização pelo poder, o convencimento unilateral. É um pensamento que facilmente se reveste de autoritarismos, de unidirecionalidade. Faz sua estratégia (por isso o nome) para alcançar determinados fins, não importando muito o modo utilizado para conseguir esse objetivos. A racionalidade consensual se corporifica pela inter-relação entre os participantes de uma discussão. Ela tem conotação democrática, participativa e cooperativa. Os objetivos a serem alcançados são aqueles que o grupo define como relevantes. Está presente a idéia da discursividade, onde há inter-relação e dialogicidade.
[7] Não se quer restringir a ação da mídia nestas duas racionalidades, mas elas são as mais evidentes e servem de base para a presente análise

determinado resultado a partir de uma idéia previamente estabelecida. Dependendo do caso, os participantes de uma ação estratégica podem até negociar, mas sempre com a finalidade de fazer valer sua intenção inicial, já que buscam determinado êxito. Em virtude disso, o sujeito se isola, pois as ações dos demais participantes são simplesmente meios para a execução de sua própria ação.

Na racionalidade estratégica de ação, o sujeito avalia a ação visando maximizar seu êxito individual. Para tal, os objetivos estão centrados no resultado final, não importa tanto os meios utilizados para alcançar os fins. É sob esse prisma que a ação é planejada, concretizada e avaliada. Esse modelo comunicativo facilmente se caracteriza como utilitarista, pois sua essência é a busca de resultados unilaterais, de interesse pessoal ou grupal. "Na medida em que as relações interpessoais entre os sujeitos que atuam orientando-se ao seu próprio êxito vierem regulamentadas pela interação e poder, a sociedade, como conseqüência, se apresentará como uma ordem instrumental" (HABERMAS, 1997, p. 484).

Numa ação comunicativa que busca a consensualidade, o objetivo primordial é construir uma intencionalidade que se caracterize pela discursividade e o entendimento entre os sujeitos envolvidos num discurso. Os participantes de uma ação que busca o entendimento coordenam mutuamente os acordos em diferentes planos de ação que somente são executados sob as condições que o acordo estabeleceu. Isso quer dizer que eles se caracterizam como ouvintes e falantes simultaneamente. Além do mais, essa ação não isola os participantes, mas, ao contrário, torna-os parceiros numa inter-relação recíproca. Eles dependem das atitudes de afirmação ou negação de todos os integrantes, pois somente podem chegar ao acordo a partir de uma base que tenha sua pretensão de validez reconhecida intersubjetivamente (HABERMAS, 1999).

## A questão ecológica: a racionalidade estratégica e consensual da mídia na sociedade

Quando se busca relacionar o tema ecologia e mídia percebe-se, já no ponto de partida, certa tensão entre as duas realidades, isto é, entre mídia e ecologia. A resolução deste tencionamento é insolúvel a priori, considerando que as modernas tecnologias de comunicação foram desenvolvidas e estão construídas sobre as bases do mercado financeiro-econômico. Este setor privilegia, em grande medida, o capital e o interesse grupal ou particular. Isso tanto é verdade que no atual contexto brasileiro a organização dos MCM, como instituição que tem por excelência sua ação no espaço público, caracteriza-se como um "objeto de oligopólio da classe empresarial, a serviço de seu exclusivo interesse de classe" (COMPARATO, 2000, p.190). Isso significa que a racionalidade estratégica é a base do funcionamento da mídia, idêntico a do mercado financeiro-econômico.

Nas ações estratégicas que a mídia estabelece com a sociedade, todos os meios comunicativos, especialmente a linguagem, são empregados buscando determinados resultados de modo unidirecional. Nesse caso, a idéia da linguagem de consenso participativo não funciona. O que existe são fragmentos da realidade sobre as questões ecológicas que a mídia veicula[8]. Sobre a acanhada ênfase em relação ao tema mídia e ecologia é possível repetir as palavras de Adorno e Horkheimer que em outro contexto elaboraram a pergunta e buscaram "descobrir por que a humanidade, em vez de entrar no estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie" (ADORNO/HORHEIMER, 1991, p.11). A destruição do meio ambiente é, sem dúvidas, uma demonstração de barbárie que a moderna sociedade vem realizando em nome do progresso. Cientificamente sabe-se das implicações destrutivas pelo desrespeito ao meio ambiente causados principalmente por grandes conglomerados que colocam o interesse econômico acima das questões de proteção da natureza. Nesse aspecto, Silva completa e atualiza esse pensamento quando diz que a mídia dá "uma primazia ao pólo emissor, na sua tentativa de influenciar ou conduzir o receptor" (SILVA, 1999, p.173). Nesse caso, o pólo emissor é o grupo social que determina a programação, que é ou se identifica com os complexos econômicos construídos a partir de uma racionalidade estratégica.

Sabe-se que no diálogo que os MCM estabelecem com a sociedade é necessário que pautem temas do interesse coletivo, como às questões relacionadas ao meio ambiente. A crescente conscientização que os MCM auxiliam a promover certamente é louvável, mas ela avança de modo extremamente vagaroso se comparado com as ações de destruição.

> Nos últimos anos temos observado um significativo aumento nas publicações, reportagens e documentários sobre o meio ambiente, e a busca progressiva de várias empresas e instituições de vincular suas imagens à 'defesa do meio ambiente', por meio de campanhas de publicidade e patrocínio de eventos de 'natureza ecológica' (RAMOS, 1995, p.30).

Esta constatação tem como pano-de-fundo uma tese antiga, mas muito atual a de que acontece uma autodestruição do esclarecimento, onde "o pensamento inevitavelmente se converte em mercadoria e a linguagem em seu encarecimento"(ADORNO/HORHEIMER, 1991, p.12). Essa afirmação dos frankfurtianos, na atualidade, deve ser complementada com a constatação de que a "ambigüidade por vezes convive numa mesma rede de televisão, que tanto coloniza o cotidiano de uma sociedade com entretenimentos de mau gosto e telejornalismo tendencioso, quanto proporciona programas de cunho educacional" (SILVA, 1999, p.180).

[8] Via de regra, catástrofes ambientais são bem tematizadas pelos MCM, no entanto, o jornalismo investigativo nem sempre recebe a priorização suficiente para apurar os causadores das diferentes poluições.

Isso quer dizer que, o conteúdo programático veiculado pela mídia, onde a ênfase valorativa é até contraditória num mesmo complexo de comunicação, por exemplo, pode fornecer pistas e abrir espaços que possibilitem aos destinatários formular uma visão crítica dos próprios MCM. Esses espaços criados na programação oferecem condições para o desenvolvimento de uma crítica argumentativa

Nesse aspecto, é interessante a consideração que Ramos faz do interesse da mídia na veiculação de temas relacionados à ecologia. Segundo ele, como ”não há comunicação desinteressada, é possível supor que o receptor possa estar sendo submetido a uma mensagem que visa basicamente alimentar uma demanda crescente de consumo, na qual a informação ambiental é um produto que atrai cada vez mais audiência” (RAMOS, 1995, p.30).

A racionalidade comunicativa que busca o entendimento tem na sua estrutura uma ação dialética, muito mais receptiva às manifestações da sociedade que formam o tecido social. Pelo fato de as ações serem planejadas visando não o interesse político ou econômico primordialmente, mas a reflexão na sua totalidade, as questões ecológicas, pelo menos conceitualmente, encontram aqui maior receptividade. Nesta racionalidade dialética, os fatos e as decisões devem ter no centro de sua função vital a idéia do sujeito social, para, dialogicamente, relacionarem-se uns com os outros. “A exigência de adequação da teoria na sua constituição e do conceito em sua estrutura ao objeto e do objeto ao método por si mesmo só pode tornar-se realidade efetiva dialeticamente” (Habermas, 1997, p.150).

A relação entre mídia e sociedade pelo enfoque da racionalidade que busca a consensualidade é dialógica. As grandezas em interação se inter-relacionam na perspectiva de um acordo a ser alcançado comunicativamente. Habermas entende que

> esse conceito de racionalidade comunicativa leva consigo conotações que em última instância se referem à experiência central da capacidade de reunir sem coações e de fundar um consenso que tem uma fala argumentativa na qual distintos participantes superam a subjetividade inicial de suas concepções e a mercê da comunidade de convicções racionalmente motivadas se asseguram simultaneamente da unidade do mundo objetivo e da intersubjetividade do círculo da vida social no qual se movem (HABERMAS, 1997, P. 506).

No que se refere ao diálogo dos MCM e sociedade é importante a constatação que “a comunicação é, pois, o grande ponto de interseção da vida política, social e econômica da atualidade” (COMPARATO, 1999, p.301). Isso significaria, no caso do Brasil, a mídia deve desenvolver sua grade de programação segundo determina a Constituição Brasileira, onde no Cap. V, art.220, alínea II, diz “estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a

possibilidade de se defenderem de programas [...] bem como da propaganda ...que possam, ser nocivos à saúde". Mais adiante a Carta Constitucional diz que a

> produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; IV – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, Cap. V, art. 221).

Numa análise entre a realidade midiática brasileira e a Carta Constitucional é possível perceber que existe um descompasso bastante evidente em relação à grande parte do conteúdo apresentado. O artigo acima mencionado tem forte conotação dialética, ou seja, se concretiza por uma racionalidade que busca a consensualidade ente mídia e sociedade. Cabe, nesse aspecto, lembrar o pensamento habermasiano que diz que a teoria da ação comunicativa busca, dentro do mundo da razão instrumental, construir uma prática comunicativa com vistas à reconstrução dessa restrição da racionalidade (HABERMAS, 1999).

Sabe-se que o tema ecologia deveria ser abordado por um enfoque científico e multidisciplinar, no entanto, o que prevalece, em muitos momentos, é uma abordagem ideológica e político-partidária que torna as ações em benefício ao meio ambiente limitadas.

> Os problemas ambientais ganharam uma importância internacional incontestável – além da esfera meramente científica, sobretudo por seus reflexos econômicos, políticos e sociais – já que não é mais possível simplesmente ignorá-los, razão pela qual a causa ambiental tem sido debatida e encampada, pelo menos em termos de discurso, pelas mais diferentes correntes político-ideológicas (RAMOS, 1995, p. 97).

O tema ecologia coloca a sociedade numa situação de tencionamento constante em relação ao modelo econômico vigente. A estrutura de desenvolvimento econômico seguidamente dá amostras de agressão à natureza, pois o lucro, em muitas vezes, conflitua com a idéia da preservação. Isso significa que para solucionar ou minimizar esses conflitos – entre a busca econômica e a preservação do meio ambiente - a racionalidade econômica, centrada no lucro, deveria ser repensada. Um redimensionamento do desenvolvimento econômico na idéia de uma convivência salutar com o ecossistema mudaria, inevitavelmente, a base do faturamento financeiro.

E esse é o ponto de tensão e os limites de uma racionalidade estratégica centrada no lucro, onde o investimento ou cuidado com o meio ambiente significam prejuízos. Assim é possível compreender que o descaso com o meio ambiente tem relação direta com as diversas formas de misérias existentes no contexto brasileiro, onde a "a tentativa de dissociar o combate à miséria da

luta pela preservação ambiental mostra-se contraditória, pois ignora completamente a intercausalidade entre miséria e degradação ambiental" (RAMOS, 1995, p. 107). Milhões de pessoas vivem abaixo da linha de miséria em diversos países subdesenvolvidos. Estão sem saneamento básico, alimentação adequada, moradia, atendimento médico, acesso à educação e cultura, tornando-se, assim, parte integrante da degradação do ecossistema.

Sabe-se também que as ênfases dadas às questões da ecologia obedecem, em grande medida, às políticas desenvolvidas pelos governos nacionais e internacionais. A repercussão dada pela mídia aos diversos temas relacionados ao meio ambiente são, assim, pautados intencionalmente de acordo com os interesses do Estado e nem sempre conforme a prescrição da pesquisa científica autônoma. Além disso, o cuidado com o meio ambiente requer o investimento valores financeiros que são considerados altos a partir da lógica do capital, pois o investimento deve retornar com lucros. O investimento no ecossistema não se transforma em lucros imediatistas segundo prescreve a racionalidade estratégica que tem no ganho seu principal objetivo.

> O que se constata é que, dentro da discussão econômica, a preocupação recai apenas sobre os custos econômicos que a preservação ambiental envolve e de onde sairão esses recursos. Não se percebe, em contrapartida, um esforço para avaliar, projetar, ou pelo menos questionar os custos econômicos que a degradação ambiental já vem provocando (RAMOS, 1995, p. 111).

Pode-se perceber que a lógica do tratamento que a racionalidade econômica desenvolve na sociedade em relação ao tema ecologia é abordado de forma restritiva, limitando, desse modo, o alcance que o assunto requer. O que se constata é que desde a Revolução Industrial num movimento crescente a economia pauta as relações sociais e os planos de desenvolvimento econômicos, entre eles a implantação e investimento nas modernas tecnologias midiáticas.

> O progresso surgido a partir da Revolução Industrial, e acentuado nas décadas do após-guerra, cobra seu tributo ao forçar as concentrações urbanas. Não é por acaso que as grandes concentrações urbanas ocorreram com o advento da Revolução Industrial, e o fenômeno se repete em todos os países e regiões que aceleram seu desenvolvimento industrial. O esquema industrial, centrado no maior lucro e não nos maiores benefícios à população, faz a vida das pequenas cidades e do 'interland' aparecer como um atraso sob todos os pontos de vista. São os grandes centros que funcionam como catalisadores das aspirações alimentadas com o progresso: maior chance de ganho; de diversão; de instrução; de assistência no mais amplo sentido da palavra (MOSER, 1984, p.25).

Esta racionalidade estratégica construiu, em grande medida, os desastres ecológicos que são noticiados pelos MCM. Para reverter essa situação, é necessário construir uma nova base de racionalidade que não compreenda a natureza como antagônica ao progresso, mas integrado no

sistema social. Diante disso, é fundamental perceber a contradição em que se constitui o "progresso" Ocidental. A busca pela dominação da natureza e do semelhante não é progresso, mas uma mentalidade ultrapassada "o problema não se prende nem a ciência, nem a tecnologia, mas a um sistema que traz no seu bojo miséria, fome, destruição" (MOSER, 1984, p. 27). Pode-se constatar que está amplamente equivocada a compreensão de que o homem domina a natureza. Esse equívoco tem ainda outro desdobramento perverso: a idéia de que um homem possa dominar seu semelhante.

A constatação de que o homem tem uma tendência de dominar outro homem foi teorizada muito anteriormente por Thomas Hobbes[9]. A tese de Hobbes de que o "homem é o lobo do próprio homem" pode nos auxiliar a compreensão o ímpeto de dominação do ser humano em relação à natureza. Para Hobbes, os homens são egoístas e individualistas por natureza. Devido a essa natureza perversa, a tendência é a existência de guerras e conflitos acentuados. Uma saída para a convivência civilizada que o pensador encontrou foi a construção de um *Contrato Social*. Esse acordo entre os cidadãos deve ter leis rigorosas para garantir a paz (ARANHA, 1993).

A tese de Hobbes pode nos auxiliar a compreender as atitudes comportamentais da atual civilização em relação à ecologia. Percebe-se que a racionalidade estratégica se identifica com a compreensão de natureza humana que Hobbes descreveu. A realidade produzida pela racionalidade estratégica e seus desdobramentos no ecossistema caracteriza-se pelo ímpeto dominador, e por isso destrutivo, o que é evidente na contemporaneidade. Desta forma, a existência de leis rigorosas que normatizem a relação da sociedade com a ecologia coloca-se como uma questão central. A questão da educação ambiental é um fato que deve ser tematizado conjuntamente, especialmente no intuito de formar as gerações presentes e futuras com uma visão integrada ao ecossistema no equilíbrio com outras grandezas como a economia, política de desenvolvimento, mídia, etc.

Nesse aspecto Kant (1996) pode nos auxiliar na percepção da relevância da educação para a humanização da sociedade na direção de uma vida virtuosa com o contexto social. Para ele, o ser humano não nasce um ser moral, ou seja, não é mau ou bom por natureza, mas sua vida moral é desenvolvida no seu contexto vivencial. O homem tem capacidade racional, no entanto, necessita de uma formação que possa pautar sua conduta segundo a moralidade existente, a fim de que o sujeito não pratique selvageria, mas viva em liberdade (KANT, 1996). Viver em liberdade, segundo Kant, é exercitar uma relação de respeitabilidade com o mundo social. O desdobramento do pensamento kantiano para a moralidade pessoal e social é amplo. Fundamentalmente trata-se de viver como

[9] Thomas Hobbes nasceu na Inglaterra (1588 – 1679)

homem livre, que tem como característica central uma relação de respeitabilidade, no caso do presente enfoque temático, em relação à ecologia.

A partir de Kant é possível compreender que a prática da selvageria se identifica com o ímpeto de dominação e destruição do semelhante e do ecossistema. O selvagem é estimulado por uma atitude estratégica na qual busca seu interesse de modo individualista. É por isso que Kant diz que o animal age por instinto e o ser humano pela razão. É, segundo o mesmo filósofo, a disciplina que "transforma a animalidade em humanidade" (KANT, 1996, p.11). Para ter capacidade de viver em liberdade, a disciplina se faz necessária, pois "a disciplina impede o homem de desviar-se do seu destino, de desviar-se da sua humanidade, através das suas inclinações animais" (KANT, 1996, p.12). São as atitudes animalescas, segundo Kant, que promovem a destruição do outro e de si mesmo.

Isso significa que a existência destrutiva presente no ser humano deve ser modificada, buscando um processo educacional centrado na razão, controlando, dessa forma, o próprio instinto. A disciplina é fundamental para controlar a selvageria do homem. A educação disciplina e, com isso, tira do ser humano o senso de desumanidade, atitude hostil à sociedade e à ecologia como um todo.

**Concluindo**

Na medida em que o presente texto busca aproximar o tema "Mídia, ecologia e sociedade" do paradigma habermasiano constata-se uma multiplicidade de ações que apontam para uma possível convergência e outras tantas que são divergentes. A questão relevante aqui é a constatação de que a sociedade brasileira, em termos de mídia e ecologia, opera com as duas formas de racionalidade, fundamentalmente. São essas racionalidades, que no presente texto denominamos estratégica e consensual, que servem como base para o desenvolvimento da lógica social.

É, no entanto, necessário sublinhar que na contemporaneidade, no universo da análise midiática, dificilmente é sustentável a leitura que identifica a ação dos MCM somente com uma linguagem estratégica. Mesmo que essa seja a ação predominante, existem outras tentativas que poderiam ser, de certo modo, sinalizadoras da existência de temas fundamentalmente ligados à racionalidade consensual. Essa é a tensão presente nas coberturas que a mídia faz do tema ecologia. É necessário informar, mas as denúncias inevitavelmente acontecem num pequeno espaço que a racionalidade estratégica possibilita, pois a questão financeira coloca limites para a própria mídia que é sustentada pela mesma lógica do capital que é negligente com a ecologia em muitas situações.

A presente análise não quer ser determinista, pois como foi tematizado acima, os espaços para o ensaio de consensos existem. A pergunta que surge é se esses espaços e do modo como são

ocupados pela mídia são suficientes para reverter o pouco cuidado que a sociedade brasileira tem com a ecologia?

## Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos.* Tradução de Guido A. de Almeida. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor,1991.

ARANHA, Maria Lúcia; MARTINS, Maria Helena. *Filosofando: introdução à filosofia.* 2. ed. São Paulo: Moderna, 1993.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: aproximações. In: BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário.* São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

BELTRÃO, Luiz e QUIRINO Newton O. *Subsídios para uma teoria de comunicação de massa.* São Paulo: Summus, 1986

BORDONI, Thereza Cristina. *Uma postura interdisciplinar*. www.forumeducacao.hpg.ig.com.br/ textos/textos/didat_7.htm

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de tv.* São Paulo: Boitempo Editorial, 1996.

COMPARATO, Fábio Konder. É possível democratizar a televisão? In: NOVAES, Adauto(org.). *Rede imaginária: televisão e democracia.* 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1999.

_____. A democratização dos meios de comunicação de massa. In: BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário.* São Paulo, Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

CONSTITUIÇÃO FEDERATIVA DO BRASIL. Departamento de Imprensa oficial do Estado. Brasília. 1988.

DORNELLES, Beatriz. Um caso de dignidade. In: LIMA, Edvaldo P. (org). *Econautas*. Canoas: Ed. Ulbra, 1996.

FAZENDA, Ivani C. *Interdisciplinaridade: Um projeto em parceria*. São Paulo: Loyola, 1993.

HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos.* Tradução de Manuel J. Redondo. 3. ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 1997.

_____. *Teoria de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalização social*. Tradução de Manuel J. Redondo. 4. ed. Madrid: Taurus, 1999.

_____. *Teoria de la acción comunicativa II. Critica de la razón funcionalista.* Tradução de Manuel J. Redondo. 4. ed. Madrid: Taurus, 1999.

KANT, Immanuel. *Sobre a Pedagogia*. Tradução de Francisco C. Fontanella. Piracicaba: Unimep, 1996.

MELO, José Marques de. *Comunicação, opinião, desenvolvimento.* São Paulo: Vozes, 1971.

MOSER, Antonio. *O problema ecológico e suas implicações éticas.* 2ª Ed.Rio de Janeiro: Vozes, 1984.

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

SILVA, Luiz Martins da. A teoria da ação comunicativa e o ensino de comunicação. In: Jürgen Habermas: 70 anos. *Revista Tempo Brasileiro*, jul.-set., nº 138, Rio de Janeiro, p.173 – 190, 1999.