



Meio ambiente e corrupção: uma possível explicação para o noticiário ambiental¹

Larissa Bortoluzzi RIGO²
Cláudia Herte de MORAES³
UFSM/Cesnors

RESUMO

O artigo analisa a relação entre meio ambiente, corrupção e cobertura ambiental. Foram pesquisados diferentes veículos, como revista, sites, programa de televisão e telejornal, demonstrando a visibilidade que o assunto tem e as formas de tratamento diferenciadas, de acordo com a linha de cada um destes produtos de comunicação. Conclui-se que a cobertura ambiental é questão complexa, mas que fica evidente a existência de interesses políticos e econômicos de grande porte que, combinados com uma atuação precária da imprensa, colaboram para que a corrupção influencie o conhecimento dos grandes desafios da comunicação ambiental, eticamente assegurada pelo papel social destinado aos meios de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação e política; corrupção e mídia; cobertura ambiental.

1 INTRODUÇÃO

A corrupção atinge o meio político, bem como o meio ambiente e dificulta a sua preservação. Inclusive está ligada a perversidades, como a continuidade da exploração do trabalho escravo e da destruição da floresta amazônica. A corrupção e a questão ambiental estão intimamente entrelaçadas, uma vez que o dinheiro que seria para o saneamento básico é desviado, ao mesmo tempo em que as fábricas poluem, porém não são punidas. E o que a mídia cobre a respeito disso?

É esta a questão que o presente artigo busca tratar. Para esta análise, vamos dar um breve passeio por diferentes meios de comunicação, como a revista Super Interessante (em sua edição especial de dezembro de 2007), as notícias e informações do site da Organização Não-Governamental Greenpeace, os sites especializados e os programas da Rede Globo, Jornal Nacional e Fantástico.

Muitas vezes, a mídia apenas informa as pessoas. Porém para contribuir com o meio ambiente é preciso promover a conscientização. Verificamos que há temas não

¹ Trabalho apresentado como Iniciação Científica ao GT de Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Iniciacom, evento componente do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

² Acadêmica do 3º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: lary_rigo@yahoo.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora Cláudia Herte de Moraes, jornalista, mestre em Ciências da Comunicação, professora do curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors. E-mail: chmoraes@smail.ufsm.br.



tocados pelo jornalismo, e que poderiam contribuir para que a tomada de consciência ocorresse.

Em jornais da Rede Globo, como Jornal Nacional (que é assistido pela maioria dos brasileiros) verifica-se que o mesmo não faz seu “papel” para com o meio ambiente. O Fantástico apresenta reportagens completas, todavia os políticos juntamente com os meios de comunicação de massa não se mobilizam.

Acontecem desmatamentos dentro de áreas que são do governo, até mesmo de órgãos de fiscalização ambiental, como do Ibama, e nem assim há divulgação por parte da mídia para que a população possa cobrar de seus governantes.

A corrupção está intimamente unida com a política. Quantas fábricas poluem mais do que deveriam, e não há fiscalização? A falta de fiscalização depende de políticos capacitados para defender algo que é um bem comum. Aqui estamos apontando para a necessidade de uma ética pública, a qual se relaciona diretamente à ética política. A política e a comunicação, bem como a ética e a política estão em constante mobilização na sociedade. Por isso, para que as pessoas possam cobrar o bem comum na atuação dos governos, a comunicação é fator essencial neste processo social.

2 A IMPRENSA NO CENTRO DA ESFERA PÚBLICA

Para refinar um pouco mais nossa análise, é preciso destacar que partimos, como inúmeros projetos, pesquisas e artigos da área da comunicação, para uma análise em que o conceito de esfera pública e opinião pública, discutidos por Habermas desde a década de 60, são aportes teóricos essenciais. Na atualização deste conceito, o pressuposto é entender o impacto midiático na formação da opinião pública como uma vertente elucidativa para o que se convencionou chamar de despolitização, pelo tratamento desavisado, vulgar, sensacional ou simplesmente simplório dos temas candentes de nossa sociedade.

(...) a argumentação racional que deveria guiar a razão política e a escolha eleitoral do cidadão estaria sendo substituída pela adesão afetivo-emocional estimulada por apelos publicitários, redundando, deste modo, no empobrecimento ou mesmo na eliminação do debate político na cena democrática contemporânea. (Azevedo: 1998, p.3)

Embora mais aplicado às análises da comunicação política ou pública, aqui estabelecemos este conceito para delimitar que as possibilidades de debate social estão ainda bastante reguladas pelo o que os meios de comunicação massiva nos apresentam.



Por outro lado, entende-se a comunicação posicionada no centro da esfera pública, pode-se relacionar o jogo político ao que os meios disponibilizam. A partir disso, a questão é: do que os políticos precisam? A resposta é clara, necessitam de publicidade, precisam da mídia. A mídia exerce assim uma força social não apenas no chamado agendamento social de pessoas comuns, como no agendamento dos políticos, de seus projetos e ações.

Analisando a interdependência da comunicação e da política, e destas com a ética pública, pode-se acrescentar neste artigo o conceito de visibilidade, tal qual aponta Gomes (2000, p.5): “A teoria ética da arte política deve ser capaz de revelar o horizonte normativo da ‘publicidade’, o campo dos valores que normatizam a esfera pública.” Isso significa dar maior relevância e responsabilidade ao que é publicizado, tanto por parte de governantes, quanto pelos demais atores sociais que atuam em função do meio ambiente. Sem contar, obviamente, o papel de mediação operado pela mídia, especialmente pelo jornalismo.

Entretanto, a cultura dos jornais, no Brasil, geralmente não cultiva o hábito de se aprofundar em assuntos considerados mais difíceis, difíceis de entender. Muitas vezes, os jornais se utilizam de temas “água-com-açúcar”, com notícias leves e que misturam entretenimento à informação. Assim, é preciso lembrar também da influência cada vez maior da televisão sobre a agenda, ou seja, sobre os temas que devem ser discutidos e considerados importantes e que partem do enquadramento dado pelos programas de televisão. (Bourdieu, 1996).

Por outro lado, há leitores e espectadores que esperam por mais qualidade informativa, que, de certa forma “evoluíram”. E passam a cobrar, mesmo que ainda de forma tímida, um posicionamento dos meios de comunicação mais adequada.

Cabe ainda salientar o papel do jornalista não é servir ao poder, mas sim ao conteúdo informativo, por isso a obsessão pela informação precisa e objetiva. Muitas vezes, no contexto do “pacote” da informação encontra-se a exigência de notícias rápidas, leves, que não sejam de difícil digestão. Recentemente, o âncora e editor do Jornal Nacional, jornalista William Bonner, apontou que as escolhas editoriais estariam voltadas a um homem de inteligência bastante discutível, como o personagem animado Homer Simpson, famoso por seus preconceitos, falta de informação e ignorância a respeito de várias regras sociais e até mesmo éticas. Isso faz alimentar ainda mais a corrente crítica ao formato espetáculo, pois quanto mais as pessoas permanecerem



seduzidas, mais as idéias já formatadas e estereótipos são sedimentados, e menor é a problematização entre a sociedade.

Ultimamente, o assunto meio ambiente está sendo mais veiculado na imprensa, pois o problema chegou no “bolso da população”. Alertas sérios começaram a ser veiculados como, por exemplo, numa reportagem do Fantástico, em março de 2007, sobre o perigo do aquecimento global e o aumento do nível do mar, que causou grande impacto nas pessoas. Mas isso será suficiente para entender o problema? E, para além disso, de que serve o jornalismo sobre meio ambiente, afinal?

É preciso lembrar que a comunicação deve ser entendida como uma instância de realização discursiva e social, já que a partir da difusão de idéias se constitui um espaço comum, no qual os atores sociais se inter-relacionam. Por isso, seu papel fundamental nas questões realmente importantes à população.

3 BREVE COMENTÁRIO SOBRE O AQUECIMENTO GLOBAL

O modo de vida atual é, direta ou indiretamente, fruto das transformações trazidas pela tecnologia industrial. A indústria foi responsável pelas grandes transformações urbanas, pela multiplicação de diversos ramos de serviços que caracterizam a cidade moderna e pelo desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação, que, nacional e mundialmente, interligam as regiões. Foi responsável também pela maior produtividade, pela conseqüente elevação da produção agrícola e pelo êxodo rural. Além disso, introduziu um novo modo de vida e novos hábitos de consumo, criou novas profissões, promoveu uma nova estratificação da sociedade e uma nova relação desta com a natureza, provocando, dentre outros, a poluição.

Uns dos principais agentes poluidores da atmosfera são as indústrias. As chaminés das fábricas, as queimadas que estão constantemente lançando no ar grandes quantidades de substâncias prejudiciais à saúde. A poluição atmosférica, nas regiões urbanas, tem aumentado devido à crescente atividade industrial. A qualidade do ar urbano tem causado sérios problemas às condições de vida das pessoas, das plantas e dos animais que vivem nas cidades e arredores.

As refinarias de petróleo, indústrias químicas e siderúrgicas, fábricas de papel e cimento emitem enxofre, chumbo e outros metais pesados, e diversos resíduos sólidos. Muitas indústrias e fábricas lançam para o ar, através de suas chaminés, uma variedade de substâncias tóxicas (poluentes químicos) prejudiciais às plantas e animais, como o dióxido de enxofre (SO₂). Num ar úmido, este gás forma com a água um ácido. Quando



respirado, ataca o nariz e os pulmões. As plantas reagem mais intensamente que o homem. O dióxido de enxofre prejudica principalmente a fotossíntese, por destruir a clorofila.

Atualmente a imprensa — os jornais, principalmente — cobre o que os países tratam a respeito dos protocolos internacionais, porém não somente com o intuito de ser vantajoso para população em geral, mas sim, porque o país que não quer assinar o maior tratado é aquele que justamente mais polui, os Estados Unidos.

A defesa da camada de ozônio pode não implicar grandes alterações nas relações políticas e econômicas. Acredita-se que mudanças tecnológicas a partir da pesquisa de produtos de substituição, ecológicos, sejam mais apropriadas que uma reviravolta política. Este fato estaria incentivando indiretamente a reciclagem tecnológica, pois proporciona negócios em escala global, beneficiando empresas sediadas nos países desenvolvidos. Neste cenário, os ricos e poderosos não saem perdendo.

Quanto à questão do aquecimento global, a realidade é diferente, pois ameaça alguns dos fundamentos nos modelos socioeconômicos dos países desenvolvidos, como o elevado consumo energético. Aqui, os danos não se restringem à espécie humana. Toda a natureza é afetada. O nível tóxico do ar ocasiona destruição de florestas, fortes chuvas que provocam a erosão do solo e o entupimento dos rios.

Segundo o site Brasil Escola (2008):

Calcula-se que a poluição do ar tenha provocado um crescimento do teor de gás carbônico na atmosfera, que teria sofrido um aumento de 14% entre 1830 e 1930. Hoje em dia esse aumento é de aproximadamente de 0,3% ao ano. Os desmatamentos contribuem bastante para isso, pois a queima das florestas produz grande quantidade de gás carbônico. Como o gás carbônico tem a propriedade de absorver calor, pelo chamado "efeito estufa", um aumento da proporção desse gás na atmosfera pode ocasionar um aquecimento da superfície terrestre, o chamado aquecimento global.

Como se vê, o aquecimento global, bem como as demais temáticas ambientais, são extremamente complexas. Daí a dificuldade do jornalismo, no modelo que conhecemos na atualidade, em lidar com temas que precisam de maior reflexão, tempo e paciência para serem explicados. Porém, o tratamento dado ao meio ambiente é certamente decorrente de uma cadeia de interesses econômicos e políticos, aos quais o trabalho do jornalista se transforma em um trabalho de “formiguinha”.



4 A COBERTURA MIDIÁTICA DOS PROBLEMAS AMBIENTAIS

Pela primeira vez em toda história da revista Super Interessante, a edição de dezembro de 2007 modificou a tradicional moldura de capa, antes vermelha e na ocasião, verde. A revista escolheu fazer esta capa agora, pois acredita que é um momento decisivo para a preservação da espécie. Além disso, janeiro é o mês de férias, em que todo mundo relaxa, o mês que a conta de luz sobe devido aos ventiladores, aos banhos demorados, e à energia desperdiçada.

Quem acha que o inofensivo fio dental, o óleo de cozinha que é jogado pelo ralo da pia, — sendo que um litro equivale à poluição de um milhão de litros de água —, a água sanitária, a poeira que sai dos cômodos das casas parecerem ser inofensivos, depois de ler a reportagem da Super acabou de informar-se. Um dos maiores problemas é este: a falta de conhecimento. Esta ausência é decorrente do campo da comunicação, podendo-se afirmar que os meios não estão fazendo seu papel em “passar” a informação.

A temperatura aumentou consideravelmente nas últimas décadas, e isso aconteceu, pois as árvores estão sumindo, principalmente das grandes metrópoles. Quem passeia por cidades como São Paulo, enxerga somente prédios e casas. E as árvores? Isso é luxo para quem mora em metrópoles. Além de refrescar, as árvores são grandes “seqüestradores de carbono” uma vez que, na fase de crescimento, utilizam uma grande quantidade do elemento do ar, diminuindo assim a poluição.

Outra questão que a mídia poderia abordar é como saber se um papel é reciclado. Sobre este assunto, não se aprende nas escolas, e as pessoas leigas no assunto, mesmo se quisessem ajudar na preservação do meio ambiente não conseguiriam.

A revista analisada mostra também que o milho pode ser usado de forma saudável para ser combustível (sem poluir) e ao mesmo tempo ajudar aos obesos a diminuir o peso, uma vez que, ele é usado na forma de amido, maisena, batata frita e salgadinhos.

Assuntos relativamente simples, que todos deveriam saber, são pouco falados. Outro exemplo, a descarga desperdiça 12 litros de água de potável, o carro que polui menos é o híbrido (movido à combustão ou à energia elétrica), ao contrário do que normalmente se possa pensar em relação ao *flex* (movido à álcool ou à gasolina); mínimas atitudes que fariam a diferença.

A revista Super mostra dez dicas com um personagem polêmico: João Gordo. Ele mostra que a moda agora é ser “eticamente correto”.



Se o aquecimento global permanecer, o que poderá advir? Ficar sem água, isso o Fantástico alertou, porém há um agravante maior, pois se as geleiras derreterem, a agricultura do hemisfério norte entrar em colapso, causando assim o caos humano e guerras territoriais por sobrevivência.

E foi a partir disso que o programa Fantástico começou a alertar as pessoas, falando não apenas em comprometimento das próximas gerações (pois isso não atinge o poder aquisitivo ou modo de vida de países ricos), mas de catástrofes mundiais. A partir do momento que se fala em caos e guerras, as pessoas começam a entender que o que está sendo dito é realmente grave e se a situação permanecer isso acontecerá. O argumento do programa foi a utilização dos discursos de especialistas que “comprovam” a tese do alerta geral a todo o mundo. Este tipo de reportagem induz ao medo, mas ao certo não se sabe do real impacto junto à população em geral.

No ano de 2006, na campanha da fraternidade, a Igreja Católica teve como tema a água, porém os meios de comunicação de massa não fizeram coberturas a respeito do que a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) estava promovendo. A publicidade feita em relação ao tema restringiu-se aos fiéis e aos padres que falavam sobre o assunto. Existiu um silêncio sobre tema vital.

Já sobre o aniversário de nove anos de Sasha, filha da apresentadora “global” Xuxa, mostrou-se seu manifesto “ambientalista”. De acordo com publicações em *weblogs* na internet:

A lembrancinha de Sasha aos convidados é uma muda de ipê com um bilhete escrito pela aniversariante que incentiva o plantio de árvores. "Eu quero plantar uma árvore todo final de semana, e você??? Plante também. Só a gente pode mudar o mundo", dizia o bilhete.

Porém, por se tratar de uma celebridade como Xuxa, a “lembrancinha” de Sasha não teve repercussão. O que mais teve holofotes foi a música escolhida pela aniversariante, um *funk*. Com este exemplo, a sociedade pode começar a refletir sobre o conceito de visibilidade. Até que ponto o que é visível está relacionado ao essencial em nossa sociedade?

Em contrapartida, a televisão aberta não mostra que, com todo esse caos no meio ambiente, há quem esteja saindo no lucro com as “desgraças”. Muitas empresas poluem, outras sequer sabem dos princípios básicos e de sua responsabilidade. Mas é possível contar apenas uma dezena de reportagens na televisão aberta mostrando a falta de compromisso de certos meios empresariais.



Entre os sites sobre meio ambiente, o mais popular é o Greenpeace. Porém para fazer parte da causa mundial há excesso de burocracia e um valor mensal, além das causas serem muito divulgadas pela imprensa e não atingirem o principal objetivo que é a causa ambiental. Se as pessoas não ajudam a cuidar nem quando não há pagamento, pagando então... Mas é uma estratégia que visa especialmente causar impacto na população, como um elemento que pode chamar a atenção e despertar o interesse.

Sites especializados, como Planeta Sustentável, mostram notícias de meio ambiente aliado a grandes investidores, como é o caso do Banco Real:

Há oito anos, quando o Banco Real alinhou os conceitos de sustentabilidade à prática, pouco se falava sobre o tema. Hoje, sua marca é referência, ou melhor, quase um sinônimo. Tanto é que, quando a notícia de sua compra pelo consórcio do qual faz parte o espanhol Santander foi confirmada, em setembro, a primeira reação do mercado foi de apreensão. Afinal, uma trajetória tão inovadora, baseada no desenvolvimento sustentável, seria simplesmente ignorada ou absorvida?

Também no site do Banco Real notícias sobre um plano criado para que cada funcionário fosse monitorado em suas emissões de gases poluentes. A divulgação empresarial detalha as ações ambientais:

Agora, a empresa está colocando em prática um plano para redução da PAG, que foi de 2,02 toneladas de CO₂e em 2005 e de 1,89 tonelada de CO₂e em 2006. A meta é que, em cinco anos, a quantidade de emissões caia para uma tonelada ou menos por funcionário. (...)

Sobre as queimadas, um dos principais problemas ambientais do Brasil e da Amazônia, os meios de comunicação fazem muito pouco ou nada para que a população tome conhecimento de como isso ocorre. Os noticiários se limitam a informar apenas onde são as queimadas e quando o fogo cessará. Os políticos de suas regiões nada fazem para que as queimadas (que liberam ainda mais CO² no ar) não aconteçam.

Programas como Fantástico, que exibiu durante 2007 algumas reportagens ambientais como: a casa totalmente ecológica (todavia, a casa ecológica serviria para pessoas de alto poder aquisitivo, o que não é o caso da maioria dos brasileiros), a série “Planeta Água” (esta que foi a série que mais repercutiu, pois tocou o coração dos brasileiros, mostrando crianças em países pobres sem água), caos no clima (mostrando o que cada um deve fazer para melhorar a atual situação), na minissérie Amazônia (onde os artistas dão depoimentos emocionados de como a situação do “pulmão do mundo”



está devastada), os assuntos com relatórios de cientistas do mundo inteiro (o único jornal da Rede Globo que mostra maiores impactos provocados), as conseqüências do aquecimento (como afeta cada pessoa individualmente), dentre outras reportagens que se mostram mais completas e podem auxiliar a conscientização da população.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maior contribuição que um veículo jornalístico pode fazer é estimular o debate, fazendo com que as pessoas sintam vontade de fazer circular as idéias, visto como isso ajuda na conscientização.

A revolução para o meio ambiente está em conseguir tecnologias para produção sem agredir o meio ambiente. Desde os anos 90, quanto a tecnologia já não evoluiu? Então agora está o desafio em fazer mais para deixar o meio ambiente, inteiro.

Uma suposta solução seria criar regras e estas serem cumpridas, assim os políticos fariam o seu papel no cumprimento de leis e os meios de comunicação auxiliariam em divulgá-las.

Não adianta somente ter órgãos como Sivam, que é responsável pela proteção da floresta Amazônica, há falta de políticas ambientais que ofereçam alternativas, e o que existe não é discutido.

Projetos de reflorestamento em que a riqueza de biodiversidade permita pesquisas com possibilidades econômicas e geração de dinheiro. O desenvolvimento do turismo ambiental, a compra de produtos extraídos por nativos em áreas protegidas, podem ser possibilidades perfeitamente combinadas entre si, e foram tratadas pela revista Super Interessante.

Voltando à análise da não existência de espaços na mídia para os problemas e questões ambientais, podemos concluir que há um grau de complexidade enorme envolvendo o tema. Porém, é fácil perceber que existem interesses políticos e econômicos de grande porte que, combinados com uma atuação precária da imprensa, colaboram para que a corrupção influencie o pouco conhecimento que temos dos grandes desafios da comunicação ambiental, eticamente assegurada pelo papel social destinado aos meios de comunicação.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Fernando. **Espaço público, mídia e modernização das campanhas eleitorais no Brasil**. GT Comunicação e Política. VII Encontro Anual da Compós. PUC-SP, 1998.



BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. RJ: Jorge Zahar Editor, 1996.

CASTRO, J. **Biblioteca Digital**. Poluição da atmosfera. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/biologia/poluicao-atmosferica.htm>> . Acesso em 20 jan. 2008.

CORDEIRO, T. **Biblioteca Digital**. **Água**: um bem comum. Disponível em: <www.globo.com/fantastico>. Acesso em 20 jan. 2008

GOMES, W. **Pressupostos ético-políticos da questão da democratização da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/etica/txts/democratizacao.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2008.

LEROY, JP. **Ecologia, economia e ética**. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=19&id=207>>. Acesso em 28 dez. 2007.

MACHADO, M. **Biblioteca Digital**. Edição extra, o Aniversário de Sasha Ou os falsos Burros Ecologistas. Disponível em: < <http://mzepelin.blogspot.com/2007/08/edio-extra-o-aniversario-de-sasha-ou-os.html> > . Acesso em 27 dez. 2007.

NUNES, M. **Biblioteca Digital**. A sustentabilidade, na prática. Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo_264909.shtml >. Acesso em 27 dez. 2007.

TOLEDANO, P. **Biblioteca Digital**. Energia boa. Disponível em: <www.superinteressante.com.br >. Acesso em 20 jan. de 2008

ZIRACH, B. **Biblioteca Digital**. Venha Participar das oficinas de sustentabilidade. Disponível em: < <http://www.bancoreal.com.br/sustentabilidade/> >. Acesso em 28 dez. 2007.