

RESUMO

A falta de informações cria pelo menos três grandes problemas para o meio ambiente. Em primeiro lugar, transforma o cidadão num predador, por ignorância de causas e conseqüências. Em segundo lugar, dificulta o exercício da cidadania, por desconhecimento dos direitos individuais e coletivos. Finalmente, acaba determinando o isolamento das organizações governamentais e não-governamentais da área, que não contam com canais adequados para construir uma base de apoio na opinião pública.

A forma como as questões de meio ambiente são tratada pelos meios de comunicação reflete o modo como estão colocadas na sociedade. No Brasil, onde o tema não é prioridade de governos e que, portanto, não exige do setor privado maiores responsabilidades na área ambiental, não chega a ser surpreendente que a cobertura seja pontual e praticamente limitada aos grandes desastres ecológicos.

Num País desinformado sobre a questão ambiental, os jornalistas não são exceção. Como em qualquer área fora das Ciências Biológicas, os estudantes de Comunicação não recebem sequer noções básicas de Ecologia. Mais ainda, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros que tem como referência a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, não aborda os temas ambientais inseridos em dezenas de outras Declarações e Cartas de âmbito planetário, desconhecidas dos profissionais e, conseqüentemente, do público.

Para suprir esta lacuna, surgiu um "Código de Ética para Jornalistas Ambientais", criado pela International Federation of Environmental Journalists, ainda menos conhecido.

1. O problema no Brasil

A falta de informações sobre assuntos de meio ambiente nos meios de comunicação de massa dificulta enormemente a implementação de qualquer política de educação ambiental dentro das diretrizes estabelecidas pela resolução nº 02/85 do Conselho Nacional de Meio Ambiente:

1. desenvolvimento de consciência crítica sobre a problemática ambiental, compreendendo-se como crítica a capacidade de captar a gênese e a evolução

dos problemas ambientais, tanto em relação a seus aspectos biofísicos quanto sociais, políticos, econômicos e culturais;

2. desenvolvimento de habilidades e instrumentos tecnológicos necessários à solução dos problemas ambientais;

3. desenvolvimento de atitudes que levem à participação das comunidades na preservação do equilíbrio ambiental.

Como será possível capacitar a sociedade para "captar a gênese e a evolução dos problemas ambientais, tanto em relação a seus aspectos biofísicos quanto sociais, políticos, econômicos e culturais" se a principal fonte de formação da opinião pública - os meios de comunicação - trata do tema de forma fragmentada, pontual e isolada? Para a maioria da população, ecologia "é coisa de VEADINHO. E de macaquinho, de leãozinho, de elefantinho..." como diz uma bem humorada frase de pára-choque de caminhão, que pode ser vista com freqüência nas estradas brasileiras.

Essa desinformação contribui para formar, no cidadão comum, a idéia de que ecologia é assunto distante, coisa do mato, da Amazônia, do alto mar, em nada semelhante ao esgoto a céu aberto diante de sua casa, ao lixo jogado no terreno baldio ou na praia, às emanações imperceptíveis da fabriqueta do bairro, à erosão da lavoura, ao agrotóxico mal aplicado etc..Por isto, embora exista um sentimento coletivo favorável à proteção do meio ambiente, ainda está bem pouco associado à mudança de hábitos e atitudes de cada um ou à luta organizada de todos.

Um fator que agrava esse quadro é relacionamento irregular das instituições públicas e das ONGs com a mídia, resultando na falta de informações periódicas à população sobre as questões ambientais regionais.

De modo geral, as instituições públicas aparecem na mídia quando chamadas à responsabilidade, na condição de réu, ou quando aderem ao marketing verde. As organizações não governamentais ambientalistas são a voz "do contra", andando sempre a poucos milímetros da linha que separa a informação objetiva do proselitismo. As instituições de ensino e pesquisa são excessivamente cautelosas ao avaliar fatos concretos.

Diante disso, ao consumidor da informação sobram poucas ou nenhuma saída: crédulo, acredita no marketing verde; desconfiado, pende para o lado das ONGs; desentendido, ignora o jargão científico.

2. O "jornalismo ambiental"

David B. Sachsman (1) , professor da Universidade de Tennessee, desenvolve, em sua dissertação de Mestrado - Influência das Relações Públicas na

Cobertura de Meio Ambiente - uma interessante análise sobre o surgimento do chamado "jornalismo ambiental" nos Estados Unidos. Para Sachsman, a valorização do tema na cobertura jornalística dos anos 60, nos Estados Unidos, coincide com a posição firme do presidente Lindon B. Johnson de apontar a poluição industrial como um problema nacional que deveria ser enfrentado por toda a sociedade. Em sua mensagem ao Congresso americano, em 1965, Johnson afirmou que "a primeira meta nacional deve ser um meio ambiente que seja agradável aos sentidos e saudável para viver. Nosso governo está pronto para fazer muito nesse campo. Tivemos muitos progressos mas muito mais precisa ser feito."

Até então, diz Sachsman, "a imprensa raramente ouvia as más notícias sobre a poluição industrial mas freqüentemente recebia releases a respeito do controle da poluição industrial e dos muitos benefícios oferecidos à comunidade pela indústrias locais".

A iniciativa presidencial desencadeou, prontamente, uma enxurrada de iniciativas de instituições públicas e de organizações não-governamentais, ampliando e regionalizando denúncias de problemas ambientais. Ao mesmo tempo, a constatação dos políticos de que as questões ambientais passavam a ser um "tema seguro", apoiado pela administração nacional, abriu novas frentes de notícias, ampliando a cobertura.

A necessidade de resposta das grandes corporações deu início ao que Sachsman chama de "Grande Guerra da Comunicação Ecológica" na qual setores de relações públicas das empresas se empenhavam em ganhar espaço, substituindo o velho release promocionais por informações mais adequadas. Richard Darrow (2), então presidente da Hill and Knowlton, uma grande empresa americana de relações públicas, defendia a necessidade de maior controle da poluição industrial e de um esforço concentrado de informar essa nova posição à opinião pública: "o público precisa nos entender e agradecer pelo que nós somos e fazemos em vez de pedir nossos espalpos".

Nessa guerra, com certeza quem ganhou foi a opinião pública americana, que passou a contar com um enorme volume de informações sobre os problemas ambientais.

De fato, a análise de Sachsman permite concluir que, em parte, o surgimento e o fortalecimento do "jornalismo ambiental" se deve a uma ação de governo que, por sua vez, resulta no fortalecimento da presença da opinião de políticos e das organizações da sociedade na mídia e, conseqüentemente, em maior pressão para uma comunicação responsável por parte do setor de relações públicas das empresas.

No Brasil, a cobertura jornalística de assuntos relacionados a meio ambiente percorreu caminhos distintos, assentados principalmente no esforço "pessoal e isolado" de profissionais interessados pelo tema. O jornalista Roberto Villar (3), no artigo *Jornalismo Ambiental - Evolução e Perspectivas*, disponível na Internet, afirma que "a imprensa brasileira dificilmente trata dos problemas ambientais com profundidade na pauta das discussões públicas. As exceções são fruto de um esforço pessoal e isolado. O meio ambiente é manchete e ganha espaço e tempo na cobertura diária quando acontecem desastres, ou quando os assuntos repercutem no exterior, como a morte de um ecologista famoso, as queimadas e os desmatamentos na Amazônia e na Mata Atlântica. A pauta ambiental ainda vem das agências internacionais.

A grande imprensa não desvenda a promiscuidade que existe entre os órgãos ambientais e as indústrias. Também evita debater temas brasileiros, como a falta de saneamento no país."

Essas características determinaram o isolamento do assunto que, de modo geral, não permeia a cobertura diária e fica restrito às páginas do "noticiário geral ou de cidades", raramente freqüentando as seções de economia e política, onde realmente as decisões são tomadas.

O envolvimento pessoal do jornalista também fragiliza a cobertura, uma vez que o assunto passa a ser do "verdinho da redação" liberando os demais profissionais de qualquer compromisso de inserir o viés ambiental em reportagens de economia, finanças, saúde, administração pública etc.. Pior ainda, quando não existe um "verdinho de plantão", os temas ambientais somente entram em pauta quando ocorre um desastre de grandes proporções.

Vale a pena lembrar que essa segmentação da cobertura não é uma particularidade do jornalismo, apenas reflete a crônica separação do conhecimento que tem origem na universidade e transpassa a administração pública.

Além disso, quando não existe uma política governamental firme e anunciada, a abordagem das questões ambientais fica à mercê de interesses específicos e o pequeno espaço disponível é ocupado pelos releases empresariais e corporativos, geralmente mais bem recebidos pelas redações do que as comunicações oficiais ou aquelas apaixonadas e até desesperadas das ONGs ambientalistas.

3. O que fazer?

Os esforços para modificar esse quadro apontam muitas vezes para a melhor qualificação dos jornalistas nos temas ambientais, mas essa proposta deve ser tratada com prudência por duas razões fundamentais. A primeira delas é que um

jornalista deve estar qualificado para abordar adequadamente qualquer assunto e dispor de ferramentas auxiliares (da pauta até material de consulta) que permitam oferecer ao público a informação clara e concisa de que necessita para formar opinião e mudar de conduta.

A segunda razão é que uma formação complementar poderá resultar em novo isolamento dos "especialistas" na área.

As deficiências na formação do profissional, com certeza contribuem para agravar o problema. Nessa linha, a jornalista Eliana de Souza Lima (4) identifica vários fatores, " freqüentes e de maior impacto : 1) Má formação humanística e falta de cultura geral dos formados em cursos de comunicação social; 2) Informação incorreta das fontes; 3) Auto-censura da informação científica. Ressalta, porém, que melhores resultados, nessa área, que não dependem " exclusivamente do jornalista, mas também de suas fontes de informação, e principalmente, dos que geram a informação científica."

A solução, neste campo, passa necessariamente pela inclusão de cadeiras específicas da área biológica na graduação, com um enfoque inter e multidisciplinar e pelo esforço das fontes geradoras de informações sobre meio ambiente - incluindo aí governos, ONGs ambientalistas, universidades e instituições de pesquisa - de oferecer ao profissional conhecimento organizado e acessível, pensando sobretudo no público ao qual se destina essa informação.

A prática da inter e multidisciplinaridade nas instituições de ensino pode suprir, ainda que informalmente, essas limitações. O debate sobre as grandes diretrizes planetárias e sobre questões éticas modernas, realizado de modo a integrar diferentes áreas de conhecimento, poderiam preparar futuros profissionais e futuras fontes para um convívio mais adequado.

A Carta da Terra, documento em processo de discussão em todo o Planeta, oferece amplas possibilidades para uma discussão moderna sobre o tema. Uma rápida análise de seus itens principais mostra o enorme potencial de integração de conhecimento que oferece e que poderia ser bem utilizado na formação de novos profissionais, em todas as áreas.

1. RESPEITAR E CUIDAR DA COMUNIDADE DA VIDA • Respeitar a Terra e a vida em toda sua diversidade. • Cuidar da comunidade da vida com compreensão, compaixão e amor. • Construir sociedades democráticas que sejam justas, participativas, sustentáveis e pacíficas. • Garantir as dádivas e a beleza da Terra para as atuais e as futuras gerações.

2. INTEGRIDADE ECOLÓGICA • Proteger e restaurar a integridade dos sistemas ecológicos da Terra, com especial preocupação pela diversidade biológica e pelos processos naturais que sustentam a vida. • Prevenir o dano ao ambiente como o melhor método de proteção ambiental e, quando o conhecimento for limitado, assumir uma postura de precaução. • Adotar padrões de produção, consumo e reprodução que protejam as capacidades regenerativas da Terra, os direitos humanos e o bem-estar comunitário. • Avançar o estudo da sustentabilidade ecológica e promover a troca aberta e a ampla aplicação do conhecimento adquirido.

3. JUSTIÇA SOCIAL E ECONÓMICA • Erradicar a pobreza como um imperativo ético, social e ambiental. • Garantir que as atividades e instituições econômicas em todos os níveis promovam o desenvolvimento humano de forma equitativa e sustentável. • Afirmar a igualdade e a equidade de gênero como pré-requisitos para o desenvolvimento sustentável e assegurar o acesso universal à educação, assistência de saúde e às oportunidades econômicas. • Defender, sem discriminação, os direitos de todas as pessoas a um ambiente natural e social, capaz de assegurar a dignidade humana, a saúde corporal e o bem-estar espiritual, concedendo especial atenção aos direitos dos povos indígenas e minorias.

4. DEMOCRACIA, NÃO-VIOLÊNCIA E PAZ • Fortalecer as instituições democráticas em todos os níveis e proporcionar-lhes transparência e prestação de contas no exercício do governo, participação inclusiva na tomada de decisões, e acesso à justiça. • Integrar, na educação formal e na aprendizagem ao longo da vida, os conhecimentos, valores e habilidades necessárias para um modo de vida sustentável. • Tratar todos os seres vivos com respeito e consideração. • Promover uma cultura de tolerância, não violência e paz. (5)

Mais especializado, o Código de Ética para Jornalistas Ambientais oferece uma possibilidade de aprofundamento nas questões ambientais e poderia fazer parte do conteúdo de disciplinas já existentes. Considerando o direito a um meio ambiente limpo e ao desenvolvimento sustentável como fundamental, esse Código estabelece, de forma resumida, que:

1. O jornalista deve informar o público sobre as ameaças ao ambiente;
2. O jornalista deve esforçar-se para relatar diversos aspectos e assuntos relacionados com o meio-ambiente;

3. O jornalista desempenha um papel vital, permitindo às pessoas recorrer à ação para proteger o meio-ambiente;
4. O dever do jornalista está não somente em alertar as pessoas sobre os perigos que a cercam, mas também de acompanhar tais ameaças e em mantê-las informadas sobre as ações tomadas para resolver os problemas;
5. O jornalista deve também tentar realizar reportagens que apresentem soluções possíveis aos problemas ambientais.
6. O jornalista não deve ser influenciado por interesses comerciais, políticos, governamentais ou não governamental, dando espaço para todos os lados envolvidos em todas as controvérsias ambientais que estiver cobrindo;
7. O jornalista deve manter o máximo de isenção possível, citar as fontes da informação e evitar o comentário especulativo ou alarmista, bem como a reportagem tendenciosa.
8. O jornalista deve promover a igualdade no acesso à informação e ajudar organizações e indivíduos a recebê-la.
9. O jornalista deve respeitar o direito à privacidade dos indivíduos que foram afetados por catástrofes ambientais, por desastres naturais e também quando assim desejarem, em qualquer caso.
10. O jornalista não deve hesitar em corrigir uma informação que acreditava estar correta e na verdade estava errada, ou tentar mudar a opinião pública através de análises à luz de acontecimentos futuros.(6)

Outras estratégias propostas consideram a necessidade de ganhar espaço para o tema "nas formas alternativas de comunicação existentes nas universidades, instituições de pesquisa, escolas, museus, entidades sindicais e civis, associações de bairros, todas elas precisam fazer parte desta cadeia de informação pela preservação ambiental." (7)

De qualquer modo, para não cobrar dos jornalistas um papel que excede os limites de sua função, é preciso considerar outros aspectos. O mais importante deles está em considerar a necessidade de ampliar os esforços governamentais e não-governamentais no sentido de implantar um sistema permanente de educação

ambiental, dentro do conceito acima exposto, acessível e amplo, para criar na sociedade novas demandas por informações e ações na área de meio ambiente. Só assim será possível combater da mídia um novo olhar sobre a questão.

• Teresa Urban é jornalista

NOTAS

(1) David S. Schasman - An Early History of Environmental Reporting and Public Relations, SEJournal - www.sej.org/pub/index2.

(2) Ver nota 1

(3) Roberto Villar. Jornalismo Ambiental - Evolução e Perspectivas. www.ecoagencia.com.br

(4) Eliana de Souza Lima. A importância da mídia na conscientização ambiental. www.comtexto.com.br

(5) Carta da Terra - Um ethos pra salvar a Terra. Leonardo Boff. www.pvceara.org.br

(6) www.dhnet.org.br

(7) Graça Caldas. Jornalistas e Cientistas: uma relação de parceria www.comtexto.com.br

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.