



Jornalismo ambiental e cidadania: uma análise do programa Cidades e Soluções¹

Isabelle Azevedo FERREIRA²
Marcia Vidal NUNES³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A crise ambiental que vivenciamos hoje é também uma crise de valores éticos e cidadãos. O jornalismo, em especial o jornalismo ambiental pode contribuir para as mudanças paradigmáticas necessárias a constituição de uma cidadania ambiental capaz de superar a crise, na construção de uma sociedade justa e ambientalmente sustentável. Ao analisar o programa “Cidades e Soluções”, o trabalho apresentado procura investigar de que forma o jornalismo consegue construir a cidadania ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: cidadania, jornalismo, meio ambiente

A crise ambiental planetária que afeta a população não está ligada somente a uma crise econômica. É também uma crise de valores, das relações éticas e sociais e, sobretudo, do paradigma estabelecido pela modernidade, no saber que orienta as relações paradigmáticas ocidentais.

O paradigma cartesiano, baseado no pensamento de René Descartes e aprimorado através dos postulados de Newton, estabeleceu uma visão mecanicista do conhecimento, produzindo inúmeras separações: ciências humanas e ciências exatas, corpo e mente, interioridade e exterioridade, sujeito e objeto, humanidade e natureza. Cada uma destas separações provocou efeitos na sociedade, contribuindo para o estabelecimento de um modelo econômico, tanto capitalista quanto socialista, no qual predomina uma racionalidade econômica que banuiu a natureza da esfera de produção.

Além dos processos econômicos, a racionalidade econômica incide ainda sobre os aspectos sociais. Para Tavolaro (2001, p.55), foi a “a monetarização da vida” que gerou nos indivíduos processos como o consumismo, o individualismo possessivo e o processo de competitividade. Para ele, isso decorre da expansão do sistema econômico para além de suas fronteiras, para além de seus âmbitos de ação, que passam a sujeitar a seus imperativos esferas da vida social nas quais se dão os processos de reprodução

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Graduada em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará, email: isabelle.azevedo@gmail.com

³ Orientadora, professora-doutora do Curso de Comunicação Social da UFC email: marciavn@hotmail.com



cultural, integração social e socialização. A racionalização econômica permitiu ainda que fossem moldadas diversas esferas sociais tais como a tecnologia, as esferas produtivas, a burocracia e, sobretudo, o aparelho ideológico do estado (LEFF, 2008). Resultou ainda em uma divisão das funções sociais do ser: consumidor, cidadão, educador, político, entre outros.

Leff (2008, p.29) aponta a cidadania como uma alternativa para romper com a racionalidade econômica. Contudo, o grande desafio posto em questão está na necessidade de incorporar, a esta alternativa um valor ambiental. Para Sanchez (2000), a problemática ambiental coloca, pois, novas questões para a sociedade contemporânea. Abre-se um campo para a construção de uma cidadania coletiva: um novo exercício de cidadania, que vai além das limitações da cidadania construída no marco liberal. Assim sendo, a revisão do entendimento da relação homem- natureza coloca-se como uma prioridade para a construção de uma nova cidadania.

Neste artigo, pretende-se analisar como a comunicação, em especial o jornalismo ambiental, pode contribuir para a construção da cidadania ambiental. Para isso, analisaremos sete programas do “Cidades e soluções”, da Globo News. Com duração média de 21 minutos, o programa apresenta soluções ambientais para as cidades.

1. Cidadania e globalização

A cidadania surgiu na Grécia clássica nos séculos V e VI a.C, atrelado ao modelo de democracia vigente, no qual era possível contribuir com o governo através das assembleias para tomada de decisões coletivas. Nascia assim, a tradição da cidadania política, associada à cultura política da sociedade ideal e justa (Gohn, 2005).

O liberalismo, predominante nos países industrializados, foi a teoria que norteou os princípios da cidadania. Os direitos civis nasceram com o advento do liberalismo, passando a incorporar a cidadania como uma questão social. Para Gohn (2005), a concepção liberal tratava-se de ordens de direitos naturais e imprescritíveis ao ser humano: liberdade de pensamento e de expressão; igualdade perante a lei e direito à propriedade; e os direitos à nação. A proclamação da Declaração do Homem, de 1789, estabelece a propriedade como um direito supremo. “Com isso, nasceu o sujeito político burguês, o cidadão, que deveria ser um proprietário.”(GONH, 2005, p.21).

Várias críticas foram estabelecidas à concepção liberal de direitos. As mais importantes delas estão relacionadas à crítica social-democrata, à crítica comunitarista e



à crítica feminista. A principal crítica estabelecida pelo comunitarismo ao liberalismo está no fato de que este proporcionou uma acentuada atomização dos indivíduos. A crítica comunitária propõe a noção de coletividade. Com isso, a cidadania deixa de ser um acessório, como acontece na teoria liberal, e passa a status de virtude.

Já a crítica da teoria social-democrata está na ênfase ao direito de participação que não há na concepção liberal. Nesta perspectiva, o cidadão é o indivíduo participante da comunidade. Outra crítica importante feita à teoria liberal é feita pelo movimento feminista. Para esta teoria, as mulheres ainda são consideradas cidadãs de segunda classe que estão fora da esfera pública racional e masculina.

A ampliação e a consolidação do processo de globalização vão instaurar novos princípios e “fenômenos” ao conceito de cidadania, reconfigurando o cidadão na esfera da pós-modernidade. De fato, há muito a globalização deixou de estar associada apenas a aspectos econômicos. Ela está inerentemente ligada aos aspectos sociais e culturais da sociedade.

A globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. (MCGREW apud HALL, 2006, p.67)

O aumento de uma integração entre o local e o global tem impacto na política. A globalização acaba por fragmentar as identidades nacionais e a enfraquecer o Estado-nação, já que este fica submetido a um poder de decisão restrito, deixando de defender direitos básicos na esfera da cidadania. Hall (2006) aponta que as identidades nacionais sofrem três consequências: desintegração destas identidades; identidades reforçadas pela resistência à globalização e o hibridismo identitário. Com isso, a noção de cidadania passa a estar dissociada de uma identidade que faz da nacionalidade a premissa para ser cidadão.

Assim como a cidadania foi historicamente estendida aos não-proprietários, aos trabalhadores, às mulheres, aos jovens, não há razão para negar hoje sua extensão aos estrangeiros residentes no país, e até mesmo sua extensão à natureza e ao meio ambiente. (VIEIRA 2001, p. 240).

A comunicação foi um grande instrumento para consolidar o projeto político-econômico estabelecido com a globalização, intensificando a influência espaço-tempo e gerando impactos nas relações de consumo e cidadania. O surgimento de um sistema de



transmissão de mensagens, ainda no século XIX, permitiu que a informação pudesse chegar a um número maior de lugares, fato ampliado a cada surgimento das tecnologias.

O consumo exacerbado de produtos e bens simbólicos parece se tornar a principal característica da sociedade contemporânea, uma vez que a sociedade produz carências e desejos (materiais e simbólicos) incessantemente e numa velocidade incrível. A comunicação estabelece um fator importante dentro deste contexto. São os meios que fazem, a todo o momento, a mediação com a população, incentivando-os a comprar e determinando o que faz o indivíduo ser reconhecido socialmente, sem que isso seja estabelecido por um marco legal.

As funções do Estado passam a ser substituídas por instituições privadas, transformando, dessa forma, os cidadãos em meros consumidores (CANCLINI, 2008). Para sentir-se cidadão é necessário adquirir os últimos lançamentos do mercado, publicizados a todo momento pelos meios de comunicação. O processo de socialização vai se transformado a partir da mudança dos lugares que pregam novos estilos de vida. Essa função mediadora acaba sendo realizada pelos meios de comunicação de massa.

Nem a família, nem a escola – velhos redutos da ideologia – são o espaço-chave da socialização, ‘os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade’, que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma “metamorfose dos aspectos morais mais profundos. (BARBERO, 2006, p.66)

É através dos meios que os cidadãos vão encontrar a ajuda para exercer a cidadania, substituindo assim as instâncias que legitimam o cidadão. O rádio e a televisão, por exemplo, torna-se o lugar para expor problemas e tentar solucioná-los rapidamente. Os meios de comunicação vão, dessa maneira, fazendo a mediação entre os cidadãos e a cidadania.

As perguntas próprias aos cidadãos, sobre como obtermos informações e quem representa nossos interesses, são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas (CANCLINI, 2008, p.14).

A identidade que define o cidadão é a das práticas de consumo, entendido aqui não apenas como a necessidade de comprar bens materiais, mas também de adquirir bens simbólicos. Canclini entende o consumo como sendo :

O conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como



costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado. Na perspectiva desta definição, o consumo é compreendido, sobretudo, pela sua racionalidade econômica. (CANCLINI, 2008, p.60-61)

O consumo não deve ser reduzido ao sinônimo de necessidade de comprar futilidades ou coisas supérfluas. É algo complexo. Ao analisar o conceito de consumo na perspectiva de Canclini, Jobim (2005) afirma que “Ao consumir, o sujeito também pensa, escolhe, pondera, reorganiza o seu mundo e reflete-se naquilo que o circunda. Enfim, o consumo pode se constituir em uma nova maneira de se exercer a cidadania” (p.62). Contudo, faz-se necessário um enorme esforço para romper com a racionalidade econômica que ressignificou as formas de consumo, inserindo novas possibilidades de exercício da cidadania, que afastam os cidadãos – de vez – das instâncias legítimas.

O consumo é pensado em uma perspectiva de positividade, deixando de ser entendido como poder de compra e sendo instrumentalizado para o benefício da cidadania e ordenador político de cada sociedade. O consumo deixa de ser condenado por todos os males sociais para ser encarado de forma menos utópica e mais realista, como um aliado capaz de suplantando os meandros da racionalidade econômica.

O processo de globalização fez surgir novas concepções como a cidadania coletiva, a cidadania cosmopolita, cidadania multicultural e a cidadania planetária. Esta última teoria exemplifica bem a fragmentação da identidade. A cidadania planetária surge dissociada de uma identidade determinada, mas em valores universais do ser humano (GOHN, 2005). Desta forma, se incorporam perspectivas como a defesa pelo meio ambiente, direitos humanos, educação, entre outros.

Com a incorporação de novos atores sociais ao processo de mobilização e participação social, a sociedade civil ganha novo ânimo para buscar reivindicar na esfera pública novas formas de cidadania, rompendo com os princípios dos direitos liberais. Dentre os novos grupos está os Novos Movimentos Sociais (NMS) como, por exemplo, o movimento feminista e o ambientalista, que emergiram no final dos anos 70.

A luta dos NMS estava condicionada a novos direitos que não estão necessariamente atrelados à uma intervenção do Estado. Referem-se à defesa de valores universais do ser humano e do ambiente – como os princípios estabelecidos na Carta da Terra, declaração de princípios éticos para uma sociedade justa e sustentável. Os novos movimentos buscavam ainda reconhecer não apenas a igualdade, mas também a



diferença. Nesse sentido, as lutas dos NMS geram uma infinidade de reivindicações, na qual a cidadania precisa atender a todos.

São incorporados a cidadania a premissa do direito a ter direitos. Dessa forma, os direitos passam a ser estabelecidos não apenas pelo caráter normativo, mas também, atendendo a lutas específicas. Assim, é possível falar em cidadania cultural, cidadania racial, cidadania de gênero ou ainda cidadania ambiental (CANCLINI, 2008, p.37).

Apenas recentemente a cidadania ambiental ingressou no temário de interesse de grupos, povos e classes sociais. Seu surgimento é tão recente quanto a própria questão ambiental, que passou a reivindicar as atenções da sociedade global, apenas nas últimas décadas do século XX. A construção de uma cidadania ambiental faz parte de um amplo processo que envolve os mais diversos atores da sociedade civil capazes de se envolver e participar das decisões políticas ambientais, seja através da inserção nos espaços de controle social, seja através de decisões individuais de sujeitos sensibilizados com a causa ambiental, mas que atuam em vários níveis dessa sensibilização.

Waldman (*apud* Sousa, 2006, p.10) afirma em sua proposta de cidadania ambiental que “o grande desafio do século 21 é da mudança do sistema de valores que está por trás da economia global, de modo a torná-lo compatível com as exigências da dignidade humana e da sustentabilidade ecológica”. Para o autor, o desafio em questão está no movimento de remodelação da globalização que já começou, estimulado, em grande parte, pelo movimento ambientalista.

2. Jornalismo ambiental e cidadania: o programa Cidades e Soluções

O Jornalismo, enquanto mediador da construção da cidadania, atua diferentemente quando o assunto é meio ambiente. As discussões propostas pelo movimento ambiental introduziram na mídia, desde os anos 1980, uma gama de assuntos relacionados ao tema ambiental. As catástrofes naturais, as conferências, as lutas pela soberania dos povos, os relatórios científicos ganharam destaque, abrindo caminho para a instituição de um jornalismo específico destinado a cobrir pautas ambientais.

A perspectiva da construção desse jornalismo dá-se notadamente a partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Planeta, em 1992. Foi logo após ao evento que surgiu um grande número de publicações e programas sobre a temática ambiental. Nos anos seguintes o que perceberemos é a constituição de um jornalismo com características marcantes e mais próximo das dinâmicas sociais pelo qual o mundo enfrentou nos últimos anos.



O jornalismo ambiental não está apenas no “olho da notícia”, mas também na construção e transformação das realidades sociais. Dessa forma, o jornalismo ambiental é definido por Bacchetta (2000, p.1) como “um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sobre sua forma de vida na Terra, para assumir definitivamente sua cidadania planetária”.⁴ Para Tautz (In BOAS, 2004 p.150), o jornalismo ambiental significa “uma tentativa de recuperar valores éticos, humanos e sociais do jornalismo estritamente comercial dos conglomerados da informação”. Como ressaltam Villar e Tosi (2001, p.1), esse é um tipo de jornalismo que está “menos preocupado com o fato e mais preocupado com a tradução e interpretação do fato para o público leigo, e não apenas para o gueto dos ecologistas”.

Além do jornalismo ambiental introduzir o tema meio ambiente como questão chave para que seja necessária para a implantação de sociedades sustentáveis e a formação de cidadãos ambientais, são atribuídas algumas funções a este jornalismo.

A **função informativa** preenche a necessidade que os cidadãos têm de estar em dia com os principais temas que abrangem a questão ambiental, considerando o impacto que determinadas posturas (hábitos de consumo, por exemplo), processos (efeito estufa, poluição do ar e água, contaminação por agrotóxicos, destruição da biodiversidade, etc.) e modelos (como o que privilegia o desenvolvimento a qualquer custo) tem sobre o meio ambiente e, por extensão, sobre a sua qualidade de vida. A **função pedagógica** diz respeito à explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos (que incluem necessariamente a participação dos cidadãos) para a superação dos problemas ambientais. A **função política** (aqui entendida em seu sentido mais amplo e não obviamente restrita à sua instância meramente político-partidária) tem a ver com a mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental [grifos do autor] . (BUENO, 2007, P.35)

Estas funções são importantes para emponderar o jornalismo ambiental como estratégico na construção de sociedades sustentáveis, tornando-o diferente do jornalismo tradicional. Há uma visão baseada na premissa de que há uma teia interligada de conexões na qual os assuntos são interligados. Para que isso ocorra, trabalha-se não apenas com a divulgação da informação, mas também com a socialização de saberes necessários ao entendimento das relações tecidas.

A consolidação desse tipo de jornalismo fez com que surgissem boas safras de programas, revistas e sites voltados para a questão ambiental. Um desses programas é o “Cidades e soluções”, exibido pela primeira vez em 2004, como um especial da Globo

⁴ Tradução livre da autora



News, o programa faz parte da “nova safra”, voltada exclusivamente para tratar da temática ambiental. Analisaremos sete edições do programa, exibidas entre os meses de julho e agosto de 2009⁵. Em quase 200 edições, já foram apresentadas soluções para assuntos ligados à reciclagem, educação, infra-estrutura das cidades, energia, construções. Com uma duração média de 22 minutos, são apresentados os problemas e as soluções para superar o modelo ambiental atual.

O programa vai indicando, numa linguagem acessível, os caminhos para o estabelecimento de novos paradigmas que possam nortear a construção de um novo modelo social. Para isso, “Cidades e soluções” estabelece uma transversalidade, ao levar a questão ambiental para os mais variados assuntos como moda, comércio e design de objetos, conectando o mundo através de vários saberes, numa visão holística.

(...) O entedimento de meio ambiente no sentido literal somos nós, os meios que nos cercam e as relações e interações que estabelecemos com o nosso meio. Isso alcança todas as editoriais: política, economia, relações internacionais, turismo, moda, futebol, todas. Tem que perder um pouco isso de que meio ambiente é verde. Não é verde. Também são todas as coisas (TRIGUEIRO, 23/07/2009)⁶

O espaço urbano é o *locus* de assunto para análise do programa e a cidade é o ponto de referência. A cidade se apresenta como o espaço de conflitos na qual a questão ambiental emerge com urgência. O estereótipo urbano, presente no imaginário coletivo, é quebrado ao se considerar a cidade como uma metrópole caótica e insustentável. A informação torna-se uma grande aliada da mudança de paradigmas, ganhando força não só a nível do local, mas também do global, já que o ambiente é visto como um grande sistema, não limitando-se a relacionar a visão do ambiente com a ecologia.

2.2 Produzindo cidadania a partir da subjetivação

Se a cidade representa o lugar dos problemas, as soluções são mostradas a partir dos cidadãos. No intuito de mostrar a possibilidade da execução do que está sendo apresentado, “Cidades e soluções” investe em mostrar histórias, diversificando os lugares e valorizando os principais atores das transformações em curso. Com isso, há uma tentativa de recuperar o processo de subjetividade perdido com o paradigma cartesiano, restituindo a relação existente entre humanidade e ambiente, estabelecendo assim a idéia de que um está condicionado ao outro.

⁵As reportagens estão disponibilizadas gratuitamente no site Mundo Sustentável - www.mundosustentavel.com.br

⁶ Entrevista concedida a autora durante o VI Fórum Brasileira de Educação Ambiental no dia 23/07/2009



No programa “Cidades e soluções”, podemos perceber que ocorre um processo de construção dos sujeitos e subjetividades, na medida em que o programa produz imagens e significações, “saberes que de alguma forma se dirigem à 'educação' das pessoas ensinando-lhes modos de ser e estar na cultura em que vivem” (FISCHER, 2002, p. 2).

Isso pode ser verificado a começar pela proposta do programa que mais do que informar, socializa saberes para que sejam incorporados ao cotidiano das pessoas, como ocorre no programa “Telhados ecológicos, exibido em 12 de julho de 2009. “Cidades e Soluções” mostra exemplos de tecnologias simples para diminuir os bolsões de calor das grandes cidades.

09:50 - Repórter Renata Ribeiro – Creta, Mikolos, Santorino: ilhas de luz no azul mediterrâneo. Os gregos sabiam mesmo das coisas. O branco das casas e ruas, mistura de cal e barro, era uma solução simples para as altas temperaturas da Grécia. Bombaim, Rio de Janeiro e São Paulo: manchas escuras na imagem de satélite. As grandes cidades funcionam como verdadeiras ilhas de calor. Isso porque 60% dos espaços urbanos são feitos de pavimentação e coberturas quase sempre escuras. Aqui temos uma boa mostra de telhados de casas. (Ao fundo imagem de telhados) Os pretos absorvem 90% do calor. Os cerâmicos bastante usados aqui no Brasil, absorvem 50%. Se nessa área, todos os telhados fossem pintados de branco, a temperatura poderia cair até um grau, o que representaria uma economia de até 20% de energia. (CIDADES E SOLUÇÕES, 2009)⁷

Fisher (2002) afirma ainda que essa formação de subjetividades e saberes está relacionada diretamente à forma como a mídia opera, utilizando-se do que a autora conceitua como “dispositivo pedagógico da mídia”. Tomando como base os conceitos de Michael Foucault sobre sujeito, subjetividade e subjetivação, a autora lembra que os processos de subjetivação da mídia transita por caminhos de sujeitos que ainda estão por se fazer, numa relação de poder e formas de subjetivação. Através de técnicas e estratégias próprias, os meios de comunicação, em especial a televisão,

“afirma-se como um lugar especial de educar, de fazer justiça, de promover a verdadeira investigação dos fatos (relativos a violências, crimes de todos os tipos) e ainda de concretamente 'ensinar como fazer' determinadas tarefas cotidianas (...)” (FISHER, 2002, p. 5).

⁷TELHADOS ECOLÓGICOS. Cidades e Soluções. Rio de Janeiro, Globo News, 09 de agosto de 2009. Programa de TV. Disponível em <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1079510-7823-CONHECA+SOLUCOES+SUSTENTAVEIS+QUE+FAZEM+DIFERENCA+SE+USADAS+NAS+CIDADES,00.html>



Waldman (2003), lembra da forte influência da mídia na percepção ambiental das crianças. Os animais oriundos dos países temperados do Norte, por exemplo, estão bastante presentes no imaginário infantil.

O povoamento da reserva imaginária do natural inicia-se com os bichos de pelúcia. Exemplificando, estes raramente representam exemplares do patrimônio faunístico nacional. São ursos, raposas, renas, focas, elefantes, águias, girafas e outros tantos animais cujo *habitat* situa-se a milhares de quilômetros de distância do nosso país, sendo o contato com ele facultado apenas por meio dos zoológico ou pelas imagens veiculadas na mídia (...). (WALDMAN, 2003, p. 548)

Embora Fisher (2002) utilize o termo “dispositivo pedagógico da mídia” na perspectiva de midiaticização, apontando espetacularizações midiáticas que levam à segregação de gênero e etnia, por exemplo, neste trabalho utilizamos o termo partindo do pressuposto de que “Cidades e soluções” se configura como um exemplo de bom uso social da mídia, podendo contribuir para a formação do que consideramos cidadãos ambientais ou por sujeitos ecológicos, “capaz de encarnar os dilemas societários, éticos e estéticos configurados pela crise societária em sua tradução contracultural; tributário de um projeto de sociedade socialmente emancipada e ambientalmente sustentável”. (CARVALHO in SATO E CARVALHO, 2005, p. 55). Cabe, a este sujeito, portanto, construir novas formas de cidadania, em que o fator ambiental esteja presente. Dessa forma, a valorização do sujeito torna-se um elemento importante na realização destas perspectivas e na constituição da cidadania ambiental.

A) Valorização da informação

Embora as práticas liberais tenham deixado para o jornalismo a simples função de informar – e com isso o legado da imparcialidade que insiste em isentar a mídia de qualquer processo de interação comunicacional – o jornalismo acaba assumindo uma função pedagógica importante na sociedade, ao moldar os processos culturais.

O jornalismo ambiental exerce essa função pedagógica ao fazer com que o indivíduo seja conduzido a descobrir as “causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos (que incluem necessariamente a participação dos cidadãos) para a superação dos problemas ambientais” (BUENO, 2007, P.35). Ao seguir essa fórmula, “Cidades e soluções”, coloca o telespectador para pensar a resolver



os problemas das cidades, como no exemplo a seguir, exibido no programa “Telhados ecológicos”.

André Trigueiro (Apresentador) - Você talvez nunca tenha parado para pensar como um simples telhado pode se transformar em um importante aliado do meio ambiente e do conforto de quem está aqui embaixo. No programa de hoje você vai conhecer três soluções sustentáveis que já podem fazer a diferença nas cidades (CIDADES E SOLUÇÕES, 2009)⁸

Para criar a informação pedagógica, o programa leva em consideração a importância de mostrar ao telespectador uma visão sistêmica dos problemas apresentados. Dessa forma, o programa tenta dar uma dimensão inter e multidisciplinar das questões que estão sendo apresentadas. Essa questão pode ser observada no programa sobre reciclagem de automóveis onde os vidros dos para-brisas são aproveitados na fabricação de garrafas de cervejas onde são feitas inferências entre as dimensões ambientais e econômicas.

Reportér (narração em off) A utilização de vidros recicláveis é bem vindo para o meio ambiente e para as contas das fábricas.

Diretor da Fábrica (sonora) - Se eu deixar de usar 100% matéria-prima e usar só caco, a tendência é essa, no mundial, é uma economia de 40%. É uma economia fantástica de energia, porque, não há mais necessidade do calor de elaboração das matérias-primas necessárias para a fusão do vidro. É só o calor para se elevar de 25 a 1600 graus, então por isso essa economia. (CIDADES E SOLUÇÕES, 2009)⁹

Essa tentativa de conduzir o telespectador a visão dos fatos é importante para que ele possa perceber a natureza multidimensional ao qual ele está inserida enquanto sujeito histórico que age e que deve propor transformações. “Unidades complexas, como o ser humano ou a sociedade, são multidimensionais: dessa forma, o ser humano é ao mesmo tempo biológico, psíquico, social, afetivo e racional” (MORIN, 2000, p. 38).

Embora a notícia televisiva tenha a característica de ser fragmentada por conta de fatores como tempo e imagem, ao atribuir um tema a cada edição do programa, “Cidades e soluções” consegue contornar, em parte, o problema desta fragmentação da informação, já que consegue ganhar mais tempo para expor o que se deseja. Com isso,

⁸TELHADOS ECOLÓGICOS. Cidades e Soluções. Rio de Janeiro, Globo News, 09 de agosto de 2009. Programa de TV. Disponível em <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1079510-7823-CONHECA+SOLUCOES+SUSTENTAVEIS+QUE+FAZEM+DIFERENCA+SE+USADAS+NAS+CIDADES,00.html>

⁹RECICLAGEM DE AUTOMÓVEIS. Cidades e Soluções. Rio de Janeiro, Globo News, 19 de julho de 2009. Programa de TV. Disponível em <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1084518-7823-RECICLAGEM+DE+AUTOMOVEIS+E+MERCADO+PROMISSOR+NO+BRASIL,00.html>



o programa passa a utilizar-se de recursos como o infográfico para explicar melhor os assuntos ou ainda de animações.

A preocupação com a linguagem é um outro fator observado no programa. Há um cuidado no emprego de palavras como agrotóxicos, defensivos agrícolas, conservação, preservação, lixo, resíduos sólidos. Esse cuidado é importante, já que estas palavras carregam uma carga ideológica e econômica que está diretamente ligada ao modelo ambiental que se pretende construir. A utilização constante destes termos acaba levando o telespectador a incorporar os temas no cotidiano e a mostrar na prática o quão estes termos são diferentes.

Além disso, há uma preocupação em “traduzir” para o telespectador a fala de especialistas ou ainda palavras desconhecidas da grande maioria da população. Podemos perceber isso no programa intitulado “Reciclagem de automóveis”, exibido em 19 de julho de 2009, quando a repórter mostra que as partes dos veículos podem ser recicladas, passando antes por um processo de trituração.

Repórter - Aqui é até difícil identificar alguma parte de automóvel. Você pode mostrar para a gente?

Engenheiro - É difícil porque a granulometria é muito pequena.

Repórter - O que é granulometria?

Engenheiro (mostrando a peça de carro) - É o tamanho que ela fica. Isso certamente é uma peça de automóvel que ela triturou.(...) Se você jogar um carro inteiro em uma máquina ele fica em pedacinhos. Desse tamanho. (CIDADES E SOLUÇÕES, 2009)¹⁰

O que está em vigor é a troca e a socialização de saberes de quem detém um maior conhecimento sobre determinado assunto. Essa socialização de saberes – ao invés de simplesmente dar a informação – é importante para aproximar o telespectador ao programa. Contudo, essa troca de saberes é feita basicamente a partir de especialistas, já que grande parte das fontes ouvidas pelo programa são engenheiros, gestores ambientais, educadores ambientais. O cidadão é ouvido quando o problema está diretamente ligado a ele. Na maioria das vezes, ele é apresentado como personagem para legitimar que as soluções dão resultados. Isso demonstra ainda que a responsabilidade ambiental não cabe apenas ao poder público, mas também a ações individuais.

Nos programas estudados, verificou-se a ausência dos movimentos ambientais como fontes de informação. As fontes do chamado terceiro setor estão representadas, na grande maioria, pelas organizações não-governamentais que estão ligadas às questões

¹⁰Idem, ibidem.



ambientais ou de responsabilidade social. A ausência dos movimentos é sentida já que, dentro da história das relações mídia e meio ambiente, esses grupos são responsáveis por dar visibilidade à causa ambiental e incluir a temática na agenda da sociedade.

A acção de grupos organizados de cidadãos (e às vezes de indivíduos) e de organizações não-governamentais ecologistas também promove a inscrição das temáticas ambientais nas agendas mediáticas e, através destas, nas agendas públicas e políticas (SOUSA, 2008, p. 23)

Os elementos aqui apresentados como a linguagem, as fontes e a inserção de visões inter e multidisciplinar da sociedade ajudam a valorização da informação em “Cidades e soluções”, fortalecendo o processo de constituição da cidadania ambiental através dos sujeitos. A informação ganha uma dimensão mais ampla do que simplesmente informar: ganha o papel de também formar os sujeitos ecológicos e a incorporar os princípios de uma alfabetização ecológica.

Como já dito anteriormente, os meios de comunicação exercem uma grande capacidade de criar valores, conceitos, concepções e representações na sociedade. A comunicação passou, inclusive, a fazer parte da vida política dos telespectadores que substituíram a participação nas esferas políticas pelo espaço midiático. Os meios de comunicação passam a atuar como espaço de debate, constituindo-se como um novo espaço público contemporâneo.

A televisão tem um papel fundamental e estratégico já que está acessível a maioria da população. Aliada ao forte alcance da televisão está também o fascínio que a imagem apresenta. É a tevê quem mostra as brigas políticas, emociona a população com histórias imprevisíveis ou ajuda a construir campanhas de solidariedade através de novelas e programas de auditório. Na esfera ambiental, a televisão permite que as agendas públicas ambientais tenham grande repercussão, já que este veículo se utiliza largamente de elementos como a repetição e o espetáculo para criar o processo de agendamento.

A televisão cumpre um papel importante, já que passa a atuar fortemente como um veículo de promoção dos atores sociais envolvidos nos processos políticos da contemporaneidade, “apresentando-se como denunciador dos problemas sociais e, igualmente, como fonte das soluções possíveis; em suma: como um lugar do bem” (FISCHER, 2002, p. 6). Desta forma, “Cidades e soluções” apresenta-se como o denunciador dos problemas ambientais e, sobretudo, como o proponente de soluções viáveis para a sustentabilidade.



CONSIDERAÇÕES

A ênfase em exemplificações positivas de como agregar a sustentabilidade as novas formas de cidadania demonstra em “Cidades e soluções” que há alternativas para a resignificação do consumo de bens privados, levando a um bom uso social da mídia.

Ao refutar estratégias midiáticas como a sedução mercadológica dos produtos e a espetacularização da notícia, o programa ambiental vai consolidando uma nova postura no fazer jornalístico que se aproxima de uma antrope-ética, ou seja, a ética propriamente humana (MORIN, 2000).

Ao convocar os telespectadores a assumirem as condições planetárias vigentes, o programa reconhece os sujeitos em suas condições históricas e sociais, reaproximando-se, assim, dos processos de subjetivação que vão enfim constituir a cidadania planetária.

Ainda que haja fatores políticos e econômicos que influenciem a produção dos programas, é necessário enfatizar que a televisão e os meios de comunicação ainda são instrumentos eficazes para mediar transformações sociais como as que devem ser empregadas e se consolidar como o lugar do bem citado por Fischer (2002). Basta apenas que sejam criadas condições favoráveis e necessárias para que isso aconteça.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. Desenvolvimento e Meio Ambiente*. N°15, Curitiba: Editora UFPR.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2008.

CARVALHO, Isabel Cristina Moura. A invenção do sujeito ecológico: identidades e subjetividade na formação dos educadores ambientais. IN: SATO, Michele; CARVALHO, Isabel. *Educação Ambiental: pesquisa e desafios*. Porto Alegre: Artmed, 2005.

[FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na \(e pela\) TV. Educ. Pesqui., São Paulo, v. 28, n. 1, jun. 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 07 nov. 2009. doi: 10.1590/S1517-97022002000100011.](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100011&lng=pt&nrm=iso)

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

GOHN, Maria da Glória. *O protagonismo da sociedade civil: Movimentos sociais, ONGs e redes solidárias*. São Paulo: Cortez, 2005.



Mídia, terceiro setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo. Petrópolis – RJ: Vozes, 2000.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade e poder.** 6° ed, Petrópolis- RJ: Vozes, 2008.

MORIN, Edgar. **Sete saberes necessários a educação do futuro.** São Paulo: Cortez, Brasília: Unesco, 2000.

TAVOLARO, Sergio Barreira de Faria. **Movimento, ambientalista e modernidade.** São Paulo: Annablume, 2001.

TAUTZ, Carlos. Oxigênio para a energia. IN: BOAS, Sergio Vilas. **Formação e Informação Ambiental: jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus Editora, 2004.

SANCHÉZ, Solange S. Silva, **Cidadania Ambiental: novos direitos no Brasil.** São Paulo, Editora Annablume, 2000. Versão on-line disponível em <http://www.esnips.com/doc/56e4e999-347d-4abb-9a25-59ee2bcff45c/Cidadania-Ambiental---Novos-Direitos-no-Brasil>. Acesso em 30/11/2008

SOUSA, Jorge Pedro. **A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental.** Lisboa: Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media e Jornalismo, 2008. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>. Acesso em 10/10/2009.

VIEIRA, Litz. **Os Argonautas da Cidadania – Desafios da sociedade na globalização.** São Paulo: Editora Record, 2001.

WALDMAN, M. Natureza e sociedade como espaço de cidadania. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **História da Cidadania.** São Paulo: Contexto, 2003.