

63ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência

10 a 15 de junho de 2011 – UFG – Goiânia, Goiás.

**Comunicação, Ciência e Conservação do Cerrado: Mídia e Jornalismo na conscientização e educação ambiental**

Profª Drª Greicy Mara França (UFMS)

Como os meios de comunicação podem atuar na conservação ambiental e dos biomas?

Há alguns anos temos estudado no grupo de pesquisa Mídias Ambientais (CNPq) de que maneira e em que quantidade as pautas ambientais e de ciência e tecnologia se apresentam nos *media* localizados próximos ou em regiões de preservação.

No caso de Mato Grosso do Sul, onde atuamos na graduação em Jornalismo e no Mestrado em Comunicação da Universidade Federal, realizamos nossas atividades de ensino, pesquisa e extensão, sobre os biomas da região.

Três biomas em especial tem chamado nossa atenção, considerando que formam o quadro geral regional: o Pantanal, o Cerrado e os chamados Campos de Vacarias. Três formações que reúnem fauna e flora específicas e que, permitiram o desenvolvimento econômico e de manifestações culturais únicas.

Além disso, há a presença de áreas de preservação como a Serra da Bodoquena, na região de Bonito, e grande parte do Aquífero Guaraní.

As convergências e formações culturais circundando os biomas são evidentes e facilmente identificadas.

Na região pantaneira, abrangendo municípios como Aquidauana, Miranda, Ladário e Corumbá, a população estabelece fortes relações com a pesca e com a presença dinâmica das águas na planície, inclusive em interação simbólica, nas festas religiosas, danças e mitos.

Na região sul do estado, Dourados, Itaporã e Ponta Porã, já possuem características mais ligadas ao campo, com tradições e manifestações culturais que valorizam as características do bioma campeiro.

Apesar destas evidências durante as pesquisas, chegou-se a um questionamento inquietante: e quanto ao Cerrado? Onde está a representação do bioma na região?

Em 2008 a Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Campo Grande, em parceria com outras instituições, inclusive com a participação de professores da UFMS, realizou uma exposição fotográfica de paisagens naturais da capital sul-mato-grossense, localizada em pleno Cerrado.

Fotos belíssimas de ypês, e troncos que pareciam artisticamente retorcidos dividiam a exposição com imagens de aves da cidade, e outros animais típicos. O que surpreendeu a todos era a reação das pessoas (crianças e adultos) que apontavam em todas as imagens e diziam “olha o Pantanal!”.

A população que nasceu e cresceu vendo as belezas e as características do bioma dentro de sua própria cidade, não conseguia estabelecer em seu imaginário e em seu entendimento, minimamente, a presença do cerrado nas paisagens.

Num primeiro momento podia-se supor: isto se deve a extensa propaganda e exploração midiática das imagens do Pantanal.

Mas será que de fato isso acontecia? E se acontecia, por que a mensagem, neste caso certamente absorvida pelos receptores, não instituíra o sentimento de pertencimento e de educação ambiental do próprio Pantanal?

Decidimos analisar os jornais impressos de maior audiência do estado, considerando tiragem e circulação, para quantificar e estudar os conteúdos dos discursos ambientais e sobre o Pantanal, a fim de tentar entender se de fato, há a presença constante do bioma na mídia, atuando na construção do imaginário da população.

A pesquisa resultou em três artigos, nos quais descobrimos que ao contrário do que se esperava, o bioma Pantaneiro ocupava apenas 0,32% de um universo de cerca de duas mil notícias, em 15 dias metodologicamente analisados.

Desses 0,32%, nenhuma notícia trazia informações com foco na preservação, conservação, educação ambiental ou qualquer elemento que permitisse o entendimento da região como parte da cultura e da população de maneira direta e indireta.

Tudo bem. Nas mídias impressas, é errôneo dizer então, que há campanha ou presença real de informações sobre o pantanal, exceto, quando, num acaso, o caderno de agronegócio traz alguma informação sobre a exploração da pecuária extensiva na região.

Fez-se necessária então uma nova abordagem. Decidimos pesquisar qualitativamente, através da análise do discurso da Escola de Paris, os discursos presentes nos cadernos de ecologia.

A pesquisa mostrou que há a ausência da educação ambiental e de pautas de preservação e conservação, ou ainda de valorização ambiental nos cadernos de ecologia. Conforme Patrick Charaudeau, “a ausência do discurso, é o discurso”.

As matérias sempre levavam a narrativas poéticas de visão idealizada da natureza, como elemento distante e intocável pelo homem. Como algo distante das cidades e das pessoas. Traziam sempre curiosidades sobre animais e plantas de florestas tropicais de outras regiões do planeta. Caracterizava-se como um caderno de fuga da urbanidade.

Nessas evidências, preocupamo-nos ainda mais. Se quanto ao Pantanal, que em tese, é o bioma mais conhecido, não há informação ou preocupação com o tratamento da questão ambiental de maneira contextualizada nos aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais e; quanto ao discurso ambiental de maneira geral, acontece a idealização e distanciamento do meio ambiente da população, então... que sobriria ao Cerrado?

Dois acadêmicos do grupo de pesquisa (Lairtes Chaves Rodrigues Filho e Mayara da Quinta), que apresentaram um pôster neste evento sobre esse estudo, analisaram nos moldes da primeira pesquisa relacionada a inserção e presença do Pantanal nos veículos impressos do estado, a representatividade do Cerrado nas mídias.

O estudo partiu do seguinte questionamento: considerando que no estado de Mato Grosso do Sul, a vegetação de Cerrado cobre cerca de 30% de sua área e praticamente metade de seus municípios, com que constância e de que forma o bioma ganha visibilidade nos jornais diários e, a partir desses dados, quais as relações desses discursos na cultura local?

O resultado também não foi animador. Apenas 0,3% de um universo 655 notícias apresentaram informações acerca do bioma. E ainda assim, esta presença dava-se apenas em fotos que representavam vegetação típica ou nomes de ONGs ou institutos de pesquisa que levavam na marca a palavra “cerrado”.

De fato, não havia conteúdo algum sobre o bioma para ser analisado ou discutido dentro de aspectos de um jornalismo ambiental.

Outra vez, citando Charaudeau, “a ausência do discurso, é o discurso”.

A ausência das notícias relacionadas ao Cerrado, ao Pantanal e as demais áreas de preservação nos impressos do estado, não apenas sugere a

desvalorização dos biomas, mas também o antagonismo das questões ambientais na mídia, visto que esta apenas dá espaço a esses assuntos quando relacionados a escândalos, crimes, e ao espetáculo, nos termos de Guy Debord como um todo.

Para que determinados padrões de educação ambiental sejam instituídos na sociedade é necessária a atuação nos comportamentos como cultura. Trabalhar o sentimento de pertença ao ecossistema e ao bioma é fundamental para que haja a valorização e a preocupação das pessoas no preservar do ambiente.

É necessário estimular a produção de matérias de jornalismo ambiental, que fujam do que Mauro Wolf denomina distorção involuntária. Os profissionais da notícia e da comunicação precisam ser capacitados e estimulados a contextualizar matérias e produtos culturais que vendam conhecimento e, possibilite as pessoas o exercício de sua cidadania.

Nestes considerandos, iniciamos no Núcleo de Jornalismo Científico, laboratório do curso de jornalismo da UFMS o planejamento de oficinas de capacitação de jornalistas e, a ação de uma Agência de Jornalismo Científico que objetiva sugerir pautas, nos moldes de uma assessoria de comunicação experimental, a fim de inserir e desenvolver o *habitus* na imprensa estadual a promover a educação ambiental através de suas notícias.

Este trabalho ainda está em fase de planejamento, mas estabelece-se enquanto pesquisa empírica, numa possível estratégia e alternativa comunicacional de divulgação científica e popularização da ciência da valorização ambiental. Assim continuamos na pesquisa de monitoramento de mídia para entender e acompanhar as relações da imprensa regional com o meio ambiente.

Obrigada.