



UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CFCH - CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS.  
IP - INSTITUTO DE PSICOLOGIA.  
PROGRAMA EICOS – ESTUDOS INTERDISCIPLINARES  
DE COMUNIDADES E ECOLOGIA SOCIAL.

**MÍDIA, VOCÊ É VERDE?**  
**UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE A DIFUSÃO MUDIÁTICA**  
**DAS**  
**UNIDADES DE CONSERVAÇÃO**

**MARIA CECILIA TRANNIN**

**Orientadora: Profª Drª Marta de Azevedo Irving**

**Co-orientadora: Profª Drª. Rosa Pedro**

**Rio de Janeiro**  
**2005.**

**MARIA CECILIA TRANNIN**

**MÍDIA, VOCÊ É VERDE?  
UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE A DIFUSÃO  
MIDIÁTICA DAS  
UNIDADES DE CONSERVAÇÃO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Estudos Interdisciplinares de Comunidades de Ecologia Social (EICOS), Instituto de Psicologia, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Marta de Azevedo Irving**

**Co-orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Rosa Pedro**

**Rio de Janeiro, julho de 2005.**

**TRANNIN, Maria Cecilia.**

Mídia, Você É Verde?

Uma Investigação sobre a Difusão Das Unidades de Conservação/  
Cecilia Trannin. Rio De Janeiro, 2005.  
(pesquisar, 191p.)

Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – UFRJ, IP, Programa de Pós Graduação em Estudos Interdisciplinares de Comunidades de Ecologia Social (EICOS).2005.

Orientador: Marta de Azevedo Irving

Co-Orientador: Rosa Pedro

Referências bibliográficas: f. 147-152

1. Mídia. 2. Difusão Ambiental. 3. Unidades de Conservação – Teses.

I. IRVING, Marta de Azevedo (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Psicologia. Programa de Pós Graduação em Estudos Interdisciplinares de Comunidades de Ecologia Social. III. Mídia Você é Verde? Uma Investigação Sobre a Difusão Midiática das Unidades de Conservação.

**MARIA CECILIA TRANNIN**

**MÍDIA, VOCÊ É VERDE?**

**UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE A DIFUSÃO**

**MIDIÁTICA DAS**

**UNIDADES DE CONSERVAÇÃO**

Rio de Janeiro, 05 de Julho de 2005.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, Programa EICOS, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

**Aprovada por:**

---

Presidente: Marta de Azevedo Irving.

(Dra. em Oceanografia – USP- EICOS - UFRJ)

---

Profº. Drº. Carlos Frederico Loureiro.

(Dr. em Serviço Social ESS-UFRJ / CFCH - UFRJ)

---

Profª Drª. Rosa Leite Pedro.

(Dra. em Comunicação ECO-UFRJ / EICOS - UFRJ)

***Dedicatória,***

***Para minha mãezinha linda, que torceu tanto para este trabalho acontecer e partiu sem poder ver o seu final, com o coração nas mãos de agradecimento e saudade...***

***Tenho certeza de que sem ela me dizendo “coragem” todas as manhãs da minha vida, eu não teria conseguido.***

***Agradecimentos,***

A construção de uma pesquisa envolve muitas variáveis, entre elas tempo, recursos financeiros, dedicação e, principalmente, pessoas.

Meu agradecimento inicial não poderia deixar de ser para minhas orientadoras, Marta Irving e Rosa Pedro.

À Marta agradeço, inicialmente, por ter acreditado e confiado na minha capacidade e me possibilitado a iniciação na área ambiental, por ser fonte de inspiração e por viabilizar a realização de um sonho muito querido e antigo. Agradeço por seu tempo, bem como por oferecer sem restrições seus maravilhosos conhecimentos, emprestando-me, além desses, sua objetividade, tão necessária a uma pesquisa científica;

À Rosa agradeço pelo carinho delicioso e amizade, pela disponibilidade, pelos encontros sempre prazerosos e pela orientação “iluminada”. Agradeço, principalmente, por abrir-me as portas do conhecimento, ensinando-me a pensar na sociedade do espetáculo e nos “espaços de resistência”, emprestando-me sempre e a toda hora o valor incomensurável da subjetividade e dos modos de produção contemporâneos.

As duas, portanto, a minha eterna gratidão e amor.

Alguns outros professores tiveram uma participação especial neste trabalho. São eles:

Prof. Dra Maria Inácia D'Ávila, fundadora do Instituto EICOS e minha “mentora” na Psicossociologia, inspiração fundamental para construção de um artigo premiado internacionalmente no ano de 2004.

Pelo seu carinho e suas perguntas, meu respeito eterno e meu “muito obrigado” especial;

Prof. Ruth, por sua disponibilidade e carinho na iniciação da construção metodológica deste trabalho;

Prof. Dr. Victor Novicki, por ter, primeiramente, me encantado, e depois por ter me ouvido ao longo do percurso, oferecendo-me seu tempo e suas questões, apenas pelo prazer do ofício de ensinar e, finalmente,

Ao Prof Dr. Carlos Frederico Loureiro, pelo seu carinho, seus incentivos, sua disponibilidade para colaboração no trabalho, pela sua presença na Banca, pelas muitas referências a partir de suas obras na construção teórica do trabalho e, principalmente, por ser uma fonte permanente de inspiração.

A todos estes Professores, muito obrigada!

Aos funcionários do EICOS, Marisa Lima e Luiz, pela colaboração em todos os aspectos necessários, e pelos momentos divertidos ao longo do caminho, obrigada!

Ronaldo Oliveira, pela sua colaboração inestimável na pesquisa de campo, com seus critérios, sua paciência e sua determinação. Ronaldo ganhou para sempre espaço no meu coração;

Aos jornalistas que concederam as entrevistas que tornaram este trabalho possível, em especial ao tempo concedido nas entrevistas (longas!) por Washington Novaes, André Trigueiro, Vilmar Berna e Liana John. Alguns, ao longo do percurso, viraram amigos, como Silvestre Gorgulho e Lúcio Flávio. A todos estes construtores da informação, meus eternos agradecimentos, tanto pela ajuda neste trabalho quanto por suas realizações em prol da difusão ambiental. Ainda, gostaria de dedicar um agradecimento especial ao Lúcio Flávio, por mostrar que as resistências são possíveis, em qualquer circunstância;

Além destes, gostaria de agradecer a algumas pessoas que fizeram e fazem a diferença na minha vida:

Luiz Alberto de Brito Fernandes Paulo, por ter me acompanhado desde do primeiro momento, da idealização do sonho à realização, por todas as noites que passamos em claro estudando juntos, pelo apoio irrestrito em todas horas e por tantas outras coisas mais. Com pureza de alma e carinho, a ele agradeço;

A Rita Afonso e Mônica Rodriguez; minhas queridas “iniciadoras” na vida acadêmica, por terem confiado em mim e me dado tantos caminhos e carinhos ao longo do percurso, agradeço;

A Claudia Vasconcelos e Jailton Carlos de Souza, colegas de trabalho e agora amigos, pelo carinho e apoio em todas as horas, obrigada!

A Diego Martinez, Diretor Financeiro da Sociedade Beneficente Escola Corcovado, pela concessão de bolsa escolar ao meu filho e pela confiança;

Cecilia Lonergan e Mônica Alcântara, Maria e Marinalva: pelas muitas tardes que me ajudaram preenchendo o tempo do meu filho, tempo que eu não tinha;

À minha turma, com suas muitas pessoas maravilhosas, Lia, Luciana, Murillo, Fred, os “Ricardos”, Carlos, Márcio, Renata, Paula, Marly, Renato, Evandro, Marcelo, Filipe e todos os outros, obrigada pelos momentos inesquecíveis!

Desta turma, quatro pessoas viraram amigos, aqueles para qualquer tempo e hora: Alexandre Borges, Carmen, Karla Matos e Karla Celina.

Estes amigos queridos carregarei comigo sempre, onde quer que eu for e a eles, agradeço;

Karla Celina, no entanto, merece ainda outro agradecimento, pois com ela consegui desenvolver uma relação de cumplicidade ímpar, tão rara nos dias de hoje! Muitas madrugadas e trocas de trabalhos, referências e segredos ficarão na memória. Obrigada ainda pela ajuda inestimável na formatação deste trabalho. Sem ela, não sei se eu teria conseguido!

A Maria Niobel, amiga de sempre, pela sua presença sempre tão importante na minha vida, com a sua sabedoria e força, agradeço;

Finalmente, como não poderá deixar de ser, gostaria de agradecer, em especial, a minha “tribo”:

Aos que se foram desta vida, mas sempre presentes em meu coração:

Ondina, Stela Manoel e Tibúrcio, meus queridos avós;

meu tio Itamar Faul, uma mente brilhante;

meu pai, Paulo Linhares Trannin, um homem que viveu toda sua curta vida nos espaços da resistência, e, com muita gratidão e saudade, à minha mãezinha, a quem dedico este trabalho integralmente;

E aos que ficaram,

Um agradecimento mais que especial a minha madrinha, Marina Coelho Faul, uma das pessoas mais especiais e encantadoras que conheço, por existir na minha vida, por me ajudar a enfrentar os leões diários, por haver me mostrado, desde pequena,

o prazer da leitura e, mais que tudo, por ter sido e ser sempre a minha musa, como sempre costumo dizer, “acima do bem e do mal”...

Ao meu irmão, minha “paixão”, Paulo Roberto Carvalho Rosado e a minha cunhada Omarete, pelo amor, pelo apoio, pelo carinho e por me emprestarem seu colo, seu tempo e seu carinho tantas e tantas vezes;

Às “Mocréias”, Kiki, Gina e Liani, amigas de um time impenetrável e indestrutível, hoje e sempre, o meu amor;

A Joana Freitas, pela amizade de uma vida inteira;

A Luiz Ramirez, um irmão que a vida me deu, pelo seu carinho, pela sua luz, pela sua força e por tudo que uma pessoa pode esperar de um amigo nesta vida, meu agradecimento especial;

Ao Luiz Carlos de Normando, por sua alegria, otimismo e amizade em todos os momentos da vida;

E finalmente,

Ao Marcos Pedro, por me devolver o sonho e a esperança no amor, no encontro de almas e na construção de uma vida;

Ao meu filho, Bryan, por tudo que aprendo com ele, por sua paciência e pelas muitas horas que perdeu comigo na construção deste trabalho,

A São Jorge, que tantas vezes me empresta o dragão...

e a Deus, por tudo.

A todos, muito obrigada!

Maria Cecilia

*“A realidade surge no espetáculo e o espetáculo é real”.*

**(DEBORD, 1967, § 8).**

## **Resumo**

TRANNIN, Maria Cecilia. **Mídia, Você É Verde? Uma Investigação Sobre A Difusão Midiática Das Unidades de Conservação.** Rio De Janeiro, 2005. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia) – Programa de Pós Graduação em Estudos Interdisciplinares de Comunidades de Ecologia Social (EICOS), Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

Este trabalho objetiva investigar e analisar a difusão das áreas protegidas na mídia de massa impressa brasileira, buscando interpretar a dinâmica da difusão dentro de um processo de “espetacularização”, fenômeno social e cultural presente nas preocupações dos cientistas sociais da contemporaneidade. Além disso, este estudo visa conhecer e interpretar as perspectivas dos construtores da informação ambiental, quais são suas opiniões, problemas e sugestões para o aprimoramento do processo de difusão das Áreas Protegidas.

## **Abstract**

The present work intends to investigate and analyze the broadcasting of protected areas through Brazilian mass media press, working with the interpretation of broadcasting dynamics inside a phenomena and concept called “spectacle”, present at social and cultural scientists perspective at Contemporary age. Besides, this study also wishes to learn about and interpret the perspective of people who “construct” environmental information; what are their opinions, problems and suggestions in order to improve the broadcasting process of protected areas.

## **Lista de Ilustrações – Figuras e Tabelas.**

### **Figuras:**

Figura 1 – Mapa das Unidades de Conservação Federais..... Pág.61

Figura 2: Gráfico de Faixa Etária

Figura 3: Gráfico de Formações em outras áreas

Figura 4: Gráfico de Especialização formal ou informal?

Figura 5: Gráfico de Tempo de exercício da profissão

Figura 6: Gráfico de Tempo de exercício na área ambiental:

Figura 7: Gráfico de desmatamentos, secas e queimadas / acidentes, catástrofes e desastres.

Figura 8: Gráfico de Divisão de “outros temas” por menção:

Figura 9: Gráfico de Conotação simbólica dos temas ambientais difundidos pela mídia

Figura 10: Gráfico de Qual a razão desta conotação?

Figura 11: Gráfico de Maneira pela qual a mídia tem divulgado as áreas protegidas

Figura 12: Gráfico de Áreas mais divulgadas pela mídia, na opinião dos jornalistas

Figura 13: Gráfico de Razão do enfoque da Difusão

Figura 14: Gráfico de Existência de dificuldades de difusão das áreas protegidas através da mídia de massa

Figura 15: Gráfico de Principais fatores que dificultam a difusão das áreas protegidas através da mídia de massa

Figura 16: Gráfico de Diferentes problemas de gestão das áreas protegidas

Figura 17: Gráfico de Avaliação das políticas públicas dirigidas às áreas protegidas

Figura 18: Gráfico de Razão das críticas negativas

Figura 19: Gráfico de Recomendações para a difusão das áreas protegidas

Figura 20: Gráfico de Entendimento do público interessado na temática ambiental sobre as áreas protegidas e a sua importância

Figura 21: Gráfico de Razão do entendimento

Figura 22: Gráfico de Razão

Figura 23: Gráfico de Sugestões para aprimoramento da Difusão das áreas Protegida

### **Tabelas:**

Tabela 1 - Categorias de Manejo e dispositivos legais com relação à criação de áreas protegidas no Brasil, anteriormente ao SNUC em 2000 (lei 9985/2000)  
..... Pág.59

Tabela 2 – Tipologias e Categorias de Unidades de Conservação previstas pelo SNUC em 2000 (lei 9985/2000) .....Pág.59

Tabela 3 – Número em área total (ha) de Unidades de Conservação federais criadas no Brasil segundo a tipologia de uso e as categorias de manejo  
..... Pág.59

## SUMÁRIO:

|  |               |
|--|---------------|
| <b>1. APRESENTAÇÃO .....</b>   | <b>Pág.11</b> |
| 1.1.Mídia & Meio Ambiente: Múltiplos Saberes e Poderes.....  | Pág.13        |
| 1.2.A Difusão Midiática do Meio Ambiente na Sociedade do Espetáculo: Uma Estetização Necessária?.....    | Pág.14        |
| 1.3.Mídia & Unidades de Conservação no Brasil: Uma Relação Possível?.....                                | Pág.14        |
| 1.4.Contextualização Metodológica da Pesquisa.....   | Pág.15        |
| 1.5.O Olhar da Maior Mídia Impressa Brasileira sobre as Áreas Protegidas.....                            | Pág.15        |
| 1.6.Com a Palavra, Os Construtores da Informação.....  | Pág.15        |
| 1.7.Entre a Informação e o Espetáculo: Pensando Alguns Caminhos para a Difusão das Áreas Protegidas..... | Pág.16        |
| <br>   |               |
| <b>2.MÍDIA E MEIO AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E PODERES .....</b>  | <b>Pág.17</b> |
| 2.1.Contextualização.....  | Pág.17        |
| 2.2.Mídia E Poder.....   | Pág.21        |

**3.A DIFUSÃO MUDIÁTICA DO MEIO AMBIENTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: UMA ESTETIZAÇÃO NECESSÁRIA ?.....Pág.34**

**4.BRASIL: MÍDIA & UNIDADES DE CONSERVAÇÃO: UMA RELAÇÃO POSSÍVEL? .....Pág.40**

4.1.A Mídia no Brasil .....Pág. 40

4.2.Unidades de Conservação No Brasil: Objeto Interessante para a Mídia? .....Pág.51

4.2.1 A Inspiração Global Contemporânea .....Pág.51

4.2.2 Unidades de Conservação no Brasil.....Pág.54

**5.CONTEXTUALIZAÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA.....Pág.66**

5.1 Análise Das Matérias Veiculadas Pela Revista “Veja”:

5.1.1) Definição da terminologia-chave para análise das matérias da revista “Veja”, com base no Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC).

5.1.2) Definição do período de análise:

5.1.3) Definição das Categorias de Análise

A)Forma

a.1) Análítico

a.2) Descritivo

B) Conteúdo

b.1.) Categorias de Análise Qualitativa de Conteúdo Com Relação ao SNUC

b.2) Categorias de Análise Qualitativa Com relação à Teoria do Espetáculo

5.1.4 Análise dos Resultados

5.2 Análise Da Interpretação Dos “Construtores Da Informação”

5.2.1 Seleção dos Construtores da Informação, os jornalistas ambientais

5.2.2 Seleção do Instrumento

5.2.3 Formação das Categorias

5.2.4 Análise das respostas

5.3 Critérios Gerais e Limites de Análise

## **6.ANÁLISE DOS DADOS.....Pág.81**

**6.1 O Olhar Da Maior Mídia Impressa Brasileira Sobre As Áreas Protegidas:**

6.1.1. Resultados Com Base Nas Categorias De Análise

6.1.1.1 Categorias De Análise Em Relação Ao Sistema Nacional De Unidades De Conservação

6.1.1.1.1) Forma

6.1.1.1.2) Conteúdo

6.1.1.2. Categorias de Análise em Relação à Teoria do Espetáculo

6.1.1.2.1) Categoria de Análise: Separação Consumada

6.1.1.2.2) Natureza Espetáculo

6.1.1.2.3) Unidade e Divisão na Aparência

## **6.2 Com A Palavra, Os Construtores Da Informação.**

### 6.2.1. Jornalistas Entrevistados:

#### 6.2.2 Tabulação E Análise Dos Questionários

##### 6.2.2.1. Perfil Dos Entrevistados

##### 6.2.2.2. Temas Abordados

##### 6.2.2.3. Principais Problemas Identificados

##### 6.2.2.4. Sugestões e Recomendações

## **7.ENTRE A INFORMAÇÃO E O ESPETÁCULO: PENSANDO ALGUNS CAMINHOS PARA A DIFUSÃO DAS UNIDADES DE CONSERVAÇÃO..... Pág.149**

## **8.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... Pág.151**

## **9.APÊNDICE .....Pág.156**

APÊNDICE A - Categorias de Análise para as Matérias Seleccionadas

APÊNDICE B - Lista das Matérias Seleccionadas

APÊNDICE C -.Modelo de Questionário

APÊNDICE D - Gráficos

Gráfico 1: Matérias Seleccionadas sob as Palavras-Chave X Matérias  
Analisadas.....Pág. 83

Gráfico 2: Texto Descritivo Ou Analítico..... Pág. 84

|  |         |
|--|---------|
| Gráfico 3: Precisão Dos Conceitos Referentes às Unidades de Conservação.....   | Pág.86  |
| Gráfico 4: Referência a Fontes de Informação.....                              | Pág.88  |
| Gráfico 5: Menção a Universidades.....   | Pág.88  |
| Gráfico 6: Menção a Órgãos Federais.....                                       | Pág. 88 |
| Gráfico 7: Menção a Órgãos Estaduais.....                                      | Pág.89  |
| Gráfico 8: Menção a Órgãos Municipais.....                                     | Pág.89  |
| Gráfico- 9: Menção a Instituições do Terceiro Setor.....                       | Pág.89  |
| Gráfico -10: Menção a Órgãos Internacionais.....                               | Pág.89  |
| Gráfico- 11: Menção a Livros.....  | Pág.90  |
| Gráfico- 12: Menção a Outras Fontes de Mídia.....                              | Pág.90  |
| Gráfico- 13: Menção à População Local.....                                     | Pág.91  |
| Gráfico- 14: Relação entre Unidades de Conservação e Biodiversidade.....       | Pág.92  |
| Gráfico-15: Relação entre Unidades de Conservação e Atividades Econômicas..... | Pág.93  |
| Gráfico -16: Menção a Planos de Manejo.....                                    | Pág. 93 |
| Gráfico-17: Menção a Políticas Públicas.....                                   | Pág.95  |
| Gráfico-18: Separação Consumada.....   | Pág 96  |
| Gráfico- 19: Matéria Espetaculariza a Natureza?.....                           | Pág 98  |
| Gráfico- 20: Espetacularizações Positivas ou Negativas?.....                   | Pág.99  |

|   |          |
|---|----------|
| Gráfico- 21: Unidade e Divisão na Aparência.....  | Pág.101  |
| Gráfico-22: Faixa Etária.....   | Pág.106  |
| Gráfico-23: Formação Tradicional ou Exercida pela Prática?...   | Pág.107  |
| Gráfico- 24: Possui Formações Adicionais?.....  | Pág.108  |
| Gráfico- 25: Formações em Outras Áreas. ....  | Pág.108  |
| Gráfico-26: Especialização Formal ou Informal? .....  | Pág.109  |
| Gráfico-27: Tempo de Exercício Da Profissão.....  | Pág.110  |
| Gráfico-28: Tempo de Exercício na Área Ambiental.....   | Pág.110  |
| Gráfico-29: Desmatamentos, Secas e Queimadas / Acidentes, Catástrofes e Desastres.....                | Pág. 112 |
| Gráfico-30: Divisão de “Outros Temas” por Menção.....   | Pág 113  |
| Gráfico-31: Conotação Simbólica dos Temas Ambientais Difundidos pela Mídia.....                       | Pág.114  |
| Gráfico-32: Qual a Razão desta Conotação?.....  | Pág 115  |
| Gráfico-33: Maneira pela Qual a Mídia Tem Divulgado as Áreas Protegidas .....                         | Pág.122  |
| Gráfico-34: Freqüência da Divulgação.....   | Pág.126  |
| Gráfico-35: Áreas Mais Divulgadas pela Mídia, Na Opinião dos Jornalistas .....                        | Pág 127  |
| Gráfico-36: Razão do Enfoque da Difusão.....  | Pág.128  |
| Gráfico-37: Existência de Dificuldades de Difusão das Áreas Protegidas Através da Mídia de Massa..... | Pág.128  |

|  |         |
|--|---------|
| Gráfico-38: Principais fatores que dificultam a difusão das áreas protegidas através da mídia de massa.....              | Pág.129 |
| Gráfico-39: Problemas De Gestão Das Áreas Protegidas.....  | Pág.133 |
| Gráfico-40: Diferentes Problemas de Gestão das Áreas Protegidas.....   | Pág.137 |
| Gráfico-41: Avaliação das Políticas Públicas Dirigidas às Áreas Protegidas .....   | Pág.139 |
| Gráfico-42: Razão das Críticas Negativas.....  | Pág.140 |
| Gráfico-43: Recomendações para Difusão das Áreas Protegidas.....   | Pág.141 |
| Gráfico-44: Entendimento do Público Interessado na Temática Ambiental sobre as Áreas Protegidas e a sua Importância..... | Pág.146 |
| Gráfico- 45: Razão do Entendimento .....   | Pág.147 |
| Gráfico-46: Entendimento do Grande Público sobre as Áreas Protegidas e a sua Importância.....                            | Pág.149 |
| Gráfico-47: Razão do entendimento.. .....  | Pág150  |
| Gráfico-48: Sugestões para aprimoramento da Difusão das áreas Protegida.....   | Pág.152 |

## **10. ANEXO**

ANEXO A - Pesquisa “Quem cobre Meio Ambiente no Brasil”.

ANEXO B – Questionários.

ANEXO C - Matérias Seleccionadas para as Análises.

## 1- APRESENTAÇÃO

O presente trabalho objetiva analisar a difusão ambiental relativa aos espaços protegidos na mídia de massa impressa brasileira, buscando interpretar a dinâmica do processo de difusão através do qual a mídia “manufatura” os fatos relacionados à temática ambiental, dentro de um processo de “espetacularização”, fenômeno social e cultural presente nas preocupações dos cientistas sociais da contemporaneidade.

Além disso, este estudo visa conhecer e interpretar as perspectivas dos construtores da informação ambiental, quais são suas opiniões, problemas e sugestões para o aprimoramento do processo de difusão da temática ambiental, no caso particular desse estudo, as Áreas Protegidas brasileiras, ou, de acordo com a nomenclatura oficial brasileira, “Unidades de Conservação”.<sup>1</sup>

Desta forma, a investigação é composta de dois eixos centrais, os quais, apesar de demandarem padrões distintos de análise, influenciam e são influenciados reciprocamente, visto que são componentes do mesmo processo. São, portanto, duas as questões centrais neste trabalho:

- Como vem sendo realizado o processo de difusão da informação sobre as Unidades de Conservação pela mídia impressa de maior tiragem no país?

---

<sup>1</sup> As Unidades de Conservação foram criadas a partir da Lei 9.985, de 18 de julho de 2000, que instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC).

- Como os “construtores da informação”, os jornalistas ambientais considerados referência no Brasil, compreendem e propõem recomendações para a efetividade deste processo?

Para responder à primeira questão central, foi realizada a análise de matérias impressas relativas às Unidades de Conservação, considerando como temas-chave o SNUC- Sistema Nacional de Unidades de Conservação, bem como as expressões “Áreas protegidas” e “Unidades de Conservação”.

As matérias foram analisadas a partir da revista semanal “Veja”, tendo em vista sua condição de veículo com maior tiragem e circulação segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC). O período selecionado para esta análise abrange cinco anos de difusão, de junho de 1999 até junho de 2004, tendo sido escolhido em função da criação do SNUC, no ano de 2000 (objetivou-se, através da seleção deste período, analisar o ano anterior à sua criação e os quatro anos subsequentes).

Para responder à segunda questão central desta pesquisa, foram entrevistados 20 jornalistas, considerados referência na área ambiental, com base em suas publicações, bem como por sua atuação jornalística. Com estes foram realizadas entrevistas dirigidas, de modo a compreender a dinâmica do processo de difusão da informação com relação ao tema selecionado – as Unidades de Conservação.

Constituem-se, resumidamente, portanto, objetivos da presente pesquisa:

- Mapear e interpretar, em um veículo de comunicação de massa, o processo da difusão da informação ambiental no Brasil, no que tange às áreas protegidas e temas conexos;
- Compreender a percepção dos jornalistas ambientais quanto ao tema e principais dificuldades e necessidades relativas ao processo de difusão.

A estrutura desse trabalho está dividida em capítulos, apresentados da seguinte forma:

### **1.1. MÍDIA E MEIO AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E PODERES**

O primeiro capítulo do trabalho dedica-se a apresentar a discussão sobre dois aspectos: o primeiro refere-se à complexidade da temática ambiental, com seus variados campos do saber, a separação homem-natureza que se faz presente na atualidade e a inserção das Unidades de Conservação neste contexto. O segundo introduz alguns conceitos sobre comunicação mediada, mídia de massa e a questão do poder midiático.

### **1.2 A DIFUSÃO MIDIÁTICA DO MEIO AMBIENTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: UMA ESTETIZAÇÃO NECESSÁRIA?**

O segundo capítulo do trabalho destina-se à contextualização teórica da Teoria do Espetáculo<sup>2</sup>, relacionando-a à difusão da temática ambiental (na qual se inserem as Unidades de Conservação). A partir da discussão teórica, o capítulo aborda a lógica de representação da sociedade contemporânea no processo de espetacularização, objetivando levantar questões sobre a existência (ou não) da necessidade de produção espetacular como forma de conseguir atenção para as questões ambientais.

### **1.3 MIDIA & UNIDADES DE CONSERVAÇÃO NO BRASIL : UMA RELAÇÃO POSSÍVEL?**

A partir das reflexões anteriores, é feita uma apresentação da situação da mídia no Brasil, ilustrando os meios de comunicação de massa de acordo com sua distribuição de propriedade. São também apresentados, nesta oportunidade, alguns aspectos relacionados com os meios segmentados direcionados à difusão ambiental.

No mesmo capítulo, as Unidades de Conservação são contextualizadas, com a apresentação de informações sobre a situação legislativa e situação “de fato” das UC’s no país.

---

<sup>2</sup> Teoria do Espetáculo: Teoria Crítica da Moderna Sociedade de Consumo, lançada em 1967 por Guy Debord em Paris, França.

#### **1.4. CONTEXTUALIZAÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA**

Este capítulo descreve a opção metodológica da pesquisa. São apresentadas as etapas deste trabalho, os critérios de análise para as categorias e as observações gerais que nortearam a pesquisa de campo.

Espera-se que a metodologia utilizada possa colaborar para a construção de outras abordagens metodológicas capazes de orientar outras pesquisas relativas à difusão da temática ambiental pela mídia, adaptando-se novos objetos de pesquisa (águas, desertificação, agenda 21, agenda marrom, etc) a novos meios de difusão (rádio, televisão, jornal, etc).

#### **1.5 O OLHAR DA MAIOR MÍDIA IMPRESSA BRASILEIRA SOBRE AS ÁREAS PROTEGIDAS**

Os resultados de análise das matérias selecionadas e extraídas da Revista semanal VEJA estão detalhadamente descritos neste capítulo, com as respectivas análises comentadas por categoria, de acordo com a opção teórica definida neste trabalho, baseado na Teoria do Espetáculo.

#### **1.6 COM A PALAVRA, OS CONSTRUTORES DA INFORMAÇÃO**

Neste capítulo são apresentados os resultados das entrevistas com 20 jornalistas considerados referência na área ambiental, com inserções de trechos ilustrativos destas entrevistas, buscando oferecer um perfil dos entrevistados, bem como suas opiniões e sugestões quanto à difusão das áreas protegidas.

## **1.7 ENTRE A INFORMAÇÃO E O ESPETÁCULO: PENSANDO ALGUNS CAMINHOS PARA A DIFUSÃO DAS UNIDADES DE CONSERVAÇÃO**

O capítulo final apresenta as conclusões e recomendações resultantes desta pesquisa. Espera-se que seus resultados possam contribuir com o processo de difusão midiática das áreas protegidas brasileiras no contexto de espetacularização contemporâneo, bem como inspirem a criação (e reformulação) de políticas públicas que observem as necessidades de difusão relativas às áreas protegidas e temas conexos.

## 2. MÍDIA & MEIO AMBIENTE – MÚLTIPLOS SABERES E PODERES

*“Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos – o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade”...(DEBORD:1987; p.14)*

### 2.1 Contextualização

A abordagem da temática ambiental representa um desafio complexo, uma arena de conflitos econômicos, políticos e sociais. Isso ocorre, primeiramente, devido à abrangência de escopo, oriundo dos mais variados campos de saber. Historicamente, essa abordagem tem ocorrido de maneira fragmentada e não interdisciplinar, desconsiderando os vários atores envolvidos, com seus respectivos interesses em torno da conservação e/ou utilização ou gestão dos recursos naturais. Esta perspectiva de abordagem interdisciplinar é complexa na prática, devido à amplitude do tema e também às dificuldades de interação e comunicação entre os variados campos de saber entre si; entre as partes interessadas e entre a sociedade como um todo.

Além disso, a noção de Meio Ambiente no Brasil ainda é parte de um universo imaginário distante, onde homem e natureza são dissociados, contrariando o conceito de ambiente no qual *“o ambiente não é mero espaço natural independente de nossa ação social, a qual não consiste somente no trabalho no sentido econômico, mas sim no conjunto de atividades sociais, reguladas política e juridicamente numa tradição cultural específica”* (LOUREIRO,2003:19). Na medida em que os seres humanos são parte integrante do meio ambiente, e ao mesmo tempo, seres sociais detentores de conhecimentos e valores socialmente produzidos

ao longo do processo histórico, pode-se inferir que a dissociação homem-natureza traz consigo conflitos e desafios, como o distanciamento do sujeito contemporâneo das questões ambientais; a apresentação dos temas ambientais sob a forma de “natureza-espetáculo”; a não-participação efetiva da sociedade nas causas ambientais; entre outros. No Brasil, *“Meio ambiente ainda é confundido com fauna e flora, como se fossem sinônimos”*. (TRIGUEIRO, 2003:76). Para o autor, *“é grave também a constatação de que a maioria dos brasileiros não se percebe como parte do meio ambiente, normalmente entendido como algo que vem de fora, que não nos inclui.”*

Essa constatação foi comprovada através dos resultados da última de três pesquisas realizada pelo ISER – Instituto de Estudos de Religião, na série denominada “O que o brasileiro pensa do meio ambiente” (ISER:2002). Nessa edição, constatou-se que o brasileiro ainda vê o ambientalismo apenas como “defesa da natureza”. O estudo, em contrapartida, revela que o brasileiro está cada vez mais disposto a colaborar na proteção do meio ambiente, pagar mais caro por produtos considerados como “orgânicos” e solicitar mais informação ecológica, segundo a Coordenadora da pesquisa, a cientista social Samyra Crespo, em entrevista concedida à revista “Ecologia e Desenvolvimento” (Ano 12, nº 101). A cientista avalia que, na última década, cresceu o nº de pessoas que acreditam que a preocupação com o meio ambiente não é exagerada (de 42% em 1997 para 46% em 2001), e que a natureza é importante para a sociedade humana (de 57% em 1992 para 67% em 2001).

Embora esta preocupação seja crescente segundo a referida pesquisa, a dissociação homem-natureza na percepção do brasileiro é confirmada pela cientista. Nesta perspectiva, o brasileiro possui o que poderia ser chamado de “visão romântica” ou naturalista” em relação ao meio ambiente. Esta visão coloca o homem fora da natureza e tende, conseqüentemente, a levar ao não reconhecimento de que problemas ambientais estejam presentes e permeiem questões de uma grandeza maior do que a temática “verde”, \*definida como “Fauna e Flora”), como por exemplo, favelização, saneamento, destino do lixo, poluição, transgenia, biopirataria, urbanização das cidades, entre vários outros.

Todavia, ainda que *“Meio ambiente não seja ecologia mas a complexidade do mundo”* (LEFF:2001), vale ressaltar que, neste contexto, o processo de conservação da biodiversidade, embora seja apenas um dos temas ambientais, possui importância estratégica, tanto no que diz respeito à conservação do patrimônio natural, quanto no âmbito de acordos internacionais e políticas públicas. No Brasil, assim como em outras partes do mundo, a proteção da natureza se consolida principalmente através da criação e gestão das Unidades de Conservação, espaços naturais demarcados pelo Poder Público em todo o território nacional

As Unidades de Conservação são estabelecidas e protegidas legalmente no Brasil através do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC)- Lei Nº 9.985, de 18 de julho de 2000. As UC’s, representam *“o mecanismo adotado para conservação dos ecossistemas naturais/ e o patrimônio cultural para uma grande abrangência de valores humanos, em diversas sociedades”* (IRVING,1998:48-49).

No entanto, apesar de sua importância estratégica, as Unidades de Conservação brasileiras enfrentam vários problemas. A fragilidade de um sistema recente, ainda em implantação, representa um dos grandes desafios a serem enfrentados pela Política de Áreas Protegidas, em construção pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA). O SNUC, embora seja considerado um grande avanço legislativo, enfrenta a falta de experiência dos órgãos públicos no manejo das Unidades de Conservação, a limitação no número de técnicos capacitados, a dificuldade de inserção, em planejamento, das populações tradicionais nas regiões onde as Unidades de Conservação são implantadas e seu entorno, as questões agrária e fundiária, o desconhecimento das leis pela maior parte da sociedade, entre outros pontos. Sendo assim, as áreas protegidas brasileiras permanecem, na maioria dos casos, sob proteção apenas legislativa, sendo popularmente designadas como “áreas protegidas de papel”.

Por sua vez, apesar das necessidades de aprimoramento da gestão destas áreas, dada a importância que exercem na conservação dos recursos naturais, este tema ainda recebe poucos espaços na mídia, que trata muitas vezes as áreas protegidas como uma questão periférica. Quantas vezes a mídia de massa de maior circulação abordou esses temas nos últimos anos? De que maneira ele foi abordado? A informação veiculada através da mídia reflete o “estado da arte” das questões vinculadas às áreas protegidas?

Neste momento, visando contribuir com esta reflexão, e tendo em vista que a mídia é um instrumento fundamental desse processo, faz-se necessário refletir sobre

a mídia e os modos como as relações entre mídia e poder têm sido pensadas na sociedade contemporânea. Como se dá a questão do “poder” em relação à difusão midiática e o que poderia ser considerado como “poder midiático”.

## 2.2 Mídia e Poder

Chamada na atualidade de “4º Poder”, a mídia, em particular, a imprensa, já exerce poder desde sua criação: *“Em Kant, o ponto de partida copernicano da Ética moderna, já se encontra prenunciado o prestígio da imprensa na modernidade”* (SODRÉ:2001). Isto se deve, segundo Sodré,

*“Tanto às posições da imprensa em favor das liberdades civis quanto ao direito democrático de restringir, pela visibilização dos processos, as táticas do encobrimento ou dissimulação dos governos em nome da doutrina da razão de Estado. Nesta luta contra o segredo do poder, a imprensa foi assumindo progressivamente posições de poder, semelhantes, de certo modo, ao dispositivos de Estado. Sua capacidade de denunciar ocultamentos e irregularidades colocava-a numa posição análoga à do Ministério Público, com seus procuradores e promotores de justiça investidos de poder estatal e de denúncia jurídica. Igualmente, sua capacidade de suscitar ou de defender causas públicas colocava-a em paralelo à ação de lideranças políticas ou de empreendimentos de modernização social”* (SODRÉ,2001: p.67)

A posição de poder exercida pela mídia através da visibilização dos processos ou da dissimulação dos mesmos desde a criação da imprensa, remete esta reflexão à etimologia da palavra “poder” e suas várias formas de exercício. Do latim *potere*, (calcado nas formas *potes*, *potest* e outras formas de posse), a palavra “poder” possui, segundo Aurélio Buarque de Holanda, vinte e sete definições: *“Dispor de força ou autoridade; Ter possibilidade de ou Ter autorização para; Ter meio de; Conseguir; Ter grande influência ou poder sobre”* são algumas delas.

No entanto, segundo Sodré (2001), baseado na obra de Foucault, o poder não deve ser analisado como uma força centralizadora, mas como uma multiplicidade de campos de força:

*"Michael Foucault pretendeu demonstrar com sua reflexão genealógica a possibilidade de estudar-se o poder fora dos campos das leis e instituições estatais, pesquisando técnicas e táticas de dominação em sistemas variados de determinação social(...)O poder não aparece como um foco centralizador de decisões, mas primeiro como uma microfísica de táticas criadas a partir de situações particulares e consolidadas eventualmente em articulações mais extensas e coerentes por estratégias de classe social. ..Poder é assim, antes de qualquer sistematização, uma multiplicidade de formas de subordinação...uma pluralidade de mecanismos ou de procedimentos que constituem uma verdadeira tecnologia com história própria" (SODRÉ:2001, p.63).*

A pluralidade de mecanismos de poder e a multiplicidade de formas com as quais o poder se exerce estão diretamente ligados às atividades simbólicas, características fundamentais da vida social, que permeiam todas as atividades humanas. *"As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva"* (THOMPSON,1998:14). Esta capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da transmissão de formas simbólicas, o autor chama de "Poder Simbólico".

Diferentemente dos outros tipos de poder, a mídia é um meio técnico com atributos inovadores: possui a possibilidade de preservação das formas simbólicas, através do "armazenamento" de informações (com graus variados de durabilidade); pode "multiplicá-las" através da reprodução e possibilita um distanciamento "espaço-temporal" entre o produtor e o receptor da informação, implantando a informação em novos contextos, tornando os emissores capazes de impactar e influenciar no curso

dos acontecimentos distantes no tempo e espaço. A reprodutibilidade, uma das características midiáticas, também gera uma outra característica importante. Ela torna possível a mercantilização da informação, conforme nos aponta o autor (*Op cit*)

*“A reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação. As formas simbólicas podem ser “mercantilizadas”, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado, sendo a mercantilização um tipo particular de valorização simbólica. A valorização econômica é o processo de atribuição de valor econômico às formas simbólicas, e em virtude da valorização econômica, as formas simbólicas se tornam mercadoria ou bens simbólicos” (THOMPSON,1998: 27).*

Vive-se, na contemporaneidade, a mercantilização da informação simbólica, em uma era que poderia ser chamada de “Idade Mídia”. Na “Idade Mídia”, a mídia cria uma nova dimensão na vida humana, in-formando e criando novos valores, hábitos e atitudes diariamente. Através da mídia, as formas simbólicas adquirem valor próprio, os chamados “bens simbólicos”. Esses bens não se restringem apenas ao conteúdo veiculado, mas, segundo Mc Luhan, abrangem também os próprios “meios”. Para o autor, “*O meio é a mensagem*”, e o veículo (ou meio) condiciona não pelo **que** informa, mas **como** informa:

*“Todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são tão penetrantes que suas conseqüências pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida, intocada ou inalterada. O meio é a massa-gem. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como meio ambiente” (MC LUHAN,1969: 54).*

Complementando esta visão, pode-se pensar que o meio (ou mídia), supostamente **neutro transmissor de informações**, pode, segundo este ponto de vista, construir a informação de um modo ou de outro, pois “*Toda ferramenta está impregnada de um viés ideológico, de uma predisposição a construir o mundo como uma coisa, e não outra*”, (BRUGGER, 2002: 148).

É interessante colocar como objeto de discussão um outro ponto de vista, de acordo com o pensamento de Foucault. Embora possa haver a predisposição para construção de um determinado mundo, de acordo com interesses dos que possuem as ferramentas de poder, a construção de saberes através da mídia não é reticular, pois toda ação exerce influência sobre o outro, que também pode, de alguma forma, reagir, produzindo outras ações em cadeia, ora positivas, ora negativas. Caberia aos intelectuais e à mídia apenas “mapear o terreno” de discussão, deixando aos receptores a possibilidade de transformação de acordo com seus interesses e necessidades, pois, segundo Foucault,

*“La idea de que los intelectuales son los agentes de la "conciencia" y del discurso forma parte de ese sistema de poder. El papel del intelectual no residiría en situarse adelante de las masas, sino en luchar en contra de las formas de poder allí, donde realiza su labor, en el terreno del "saber", de la "verdad", de la "conciencia", del "discurso"; el papel del intelectual consistiría así en elaborar el mapa y las acotaciones sobre el terreno donde se va a desarrollar la batalla, y no en decir cómo llevaría a cabo.” (FOUCAULT: 1971)*

Como um exemplo positivo da possibilidade de transformação da realidade através de reações provocadas pela difusão midiática, pode-se relatar um programa veiculado no dia 26 de julho de 2003, pela TV Futura, o “Caso Candeia”. Este programa abordou a influência exercida através da veiculação de uma matéria publicada em um jornal e deu início ao processo de estudo e viabilização de uma nova forma de manejo sustentável da candeia.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> A candeia é da família Asteraceae e pertence ao grupo ecológico das pioneiras, sendo considerada precursora na invasão de campos. Ela se desenvolve rapidamente em campos abertos, formando povoamentos mais ou menos puros, fato que também acontece dentro da floresta quando há alguma perturbação, pois é uma espécie heliófila, sendo beneficiada pela entrada de luz. Apesar da exploração e da comercialização da candeia serem atividades geradoras de renda, ainda não há um sistema de manejo consolidado para essa espécie, tanto para as áreas onde sua ocorrência é natural, tanto para plantios puros ou mistos que visam um uso comercial mais planejado. Os produtos obtidos da candeia alcançam preços relativamente altos no mercado- Por exemplo, os pequenos empreendimentos que extraem o óleo essencial pagam entre R\$ 60,00 e R\$ 80,00 pelo estéreo de madeira. Já os produtores rurais pagam de R\$ 35,00 a R\$ 50,00 pela dúzia de mourões. O óleo da candeia natural e o alfabisabolol são comercializados nos mercados nacional e internacional, podendo alcançar até US\$ 27.00 e US\$ 60.00 por quilo, respectivamente.

A partir da denúncia veiculada no programa acima citado, relativa à exploração não sustentável da candeia feita através da matéria, o Instituto Brasileiro dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) encomendou um estudo à Universidade Federal de Lavras em Minas Gerais, visando gerar conhecimentos e desenvolver tecnologias para que o agricultor brasileiro possa aplicar um sistema de manejo e produção para candeiais nativos e plantados. Este projeto hoje conta com o suporte financeiro do Ministério do Meio Ambiente, do IBAMA, do Instituto Estadual de Florestas – MG e do CNPq- PADCT – CIAMB. Este é apenas um exemplo de como a difusão na mídia pode desencadear mudanças e transformações estruturais em uma região. Não se pretende aqui, embora utopicamente desejável, discutir o caráter humanitário a ser construído por uma mídia idealizada, desvinculada de interesses econômicos, visto que, sendo a mídia um instrumento particular de poder, a mesma está diretamente relacionada com interesses econômicos dos que a controlam. No entanto, objetiva-se apontar as possibilidades de resistências que, contextualizadas com a sociedade contemporânea, possam trazer novos olhares para a difusão das áreas protegidas brasileiras.

A busca de novos olhares deve ser analisada, no entanto, como um fenômeno social em um contexto sócio-econômico-político-cultural no qual tanto o sujeito quanto a comunicação mediada se inserem. Ambos (sujeito e contexto) produzem, por sua vez, outras informações que impactam a comunicação através das mídias, produzindo outras informações. Faz-se necessário esclarecer, sob o ponto de vista teórico, a diferença entre “comunicação mediada” e “comunicação de massa”. Comunicação de massa é apenas uma forma de comunicação mediada, e o termo “**comunicação de massa**”, está geralmente associado a certos tipos de

transmissão de informação de grande circulação, com uma difusão **unilateral** de informação e mensagens produzidas e transmitidas por um grupo de indivíduos para outros situados em circunstâncias muito diferentes das encontradas no contexto original de produção.

Estes fatores fazem com que na comunicação dita de massa não haja um processo comunicativo recíproco, mas um processo de transmissão simbólica. Atualmente, a transmissão de informações para um grande número de pessoas, através da mídia de massa, é facilitada cada vez mais através disponibilização de novas tecnologias e de novos sistemas de armazenamento de dados, que aglutinam-se em teias complexas de informação:

*“O ambiente da mídia que nos foi legado pelos desenvolvimentos dos séculos XIX e XX ainda sofre hoje contínuas transformações. Em parte isto é o resultado da intensificação dos processos iniciados há um século: o crescimento dos conglomerados da comunicação e os processos de globalização, aproximando as partes mais distantes do globo por meio de teias de interdependência mais tensas e mais complexas. Mas há novos fatores em jogo. Entre eles o desenvolvimento de novas formas de informação baseadas em sistemas de codificação digital e a gradual convergência da tecnologia de informação e comunicação para um sistema digital comum de transmissão, processamento e armazenamento.” (HALL:1988).*

Embora haja a possibilidade de convergência de dados e de transmissão veiculada no chamado “tempo real” na atualidade, a mesma não aporta como resultado a facilidade na absorção e o aprofundamento de uma determinada informação. Poderia se dizer que, paradoxalmente, e *justamente* por ser o reflexo de uma época que vive a transmissão dos fatos instantâneos, o “aqui e agora” é o que conta, e nem sempre mais informações trazem maiores elucidações:

*“Este senso de urgência torna a matéria prima do jornalismo tão volátil como o éter, ou, como diz o velho ditado sobre o melancólico destino da página de jornal, que no dia seguinte “só serve para embrulhar peixe”, (TRIGUEIRO,2002:79).*

Neste contexto, o problema parece não ser do “acesso às informações”, mas do “excesso”, que pode produzir o descarte cada vez mais acelerado de conteúdos, transformando os bens simbólicos mediados, em objetos de consumo, seguindo as leis de mercado, do descarte instantâneo, daquilo que não apresenta o impacto do novo. Cada vez mais são criados e descartados produtos, serviços e conteúdos mais novos e espetaculares, em um ciclo vicioso de não sustentabilidade.

*“Aquilo que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala de outra coisa, e é isso que a partir daí, afinal, existe. As conseqüências práticas, como se percebe, são imensas” (DEBORD:1987; p. 182)*

Saturando o público com informações, a mídia busca constantemente, em prol de sua própria sustentabilidade, viabilizar novas formas de atrair a atenção e quebrar o “paradigma de passividade” dos receptores, através de novos modelos espetaculares e interativos, como por exemplo os “Reality Shows”. Estes programas viabilizam a transmissão de informação em tempo real com seus participantes, expondo a intimidade de forma visível, incitando à participação do público no desfecho de situações criadas nos programas e tentando promover, desta maneira, uma espécie de “diálogo” entre emissor e milhares de receptores. É a comunicação de massa em busca de respostas que façam com que o público se sinta “parte” das decisões e dos rumos desenvolvidos pelos administradores e participantes dos programas. Imagens e personagens se misturam, transformando-se rapidamente de acordo com as reações do público. Como o próprio nome coloca, é a “realidade” transformada em “show”.

Nesse contexto, pode-se deduzir que, aliados aos conflitos citados no início deste trabalho inerentes às dificuldades do trato das questões ambientais, nota-se que a comunicação de massa, refletindo a factualidade e a duração efêmera das informações globalizadas da contemporaneidade, tende a dar mais importância à **apresentação** do que ao **significado**, sem uma perspectiva de contexto mais amplo, (tão necessário quando se analisa a complexidade e a interdisciplinaridade necessária na transmissão da informação relacionada com o meio ambiente).

Santos (1994) oferece um argumento interessante para complementar este posicionamento: *“Vivemos uma época de intenso medo e fantasia e, se antes a natureza podia criar o medo, hoje é o medo que cria uma natureza mediática e falsa, pois parte dela é apresentada como se fosse o todo”*. SANTOS (1994:21-23). Este fato, acaba por construir, ainda segundo Santos, uma “ecologia-espetáculo”:

*“A percepção é mutilada, quando a mídia julga necessário, através do sensacional e do medo(...)Quando o “meio ambiente” como natureza espetáculo substitui a Natureza Histórica, lugar de trabalho de todos os homens, e quando a natureza “cibernética” ou “sintética” substitui a natureza analítica do passado, o processo de ocultação do significado da História atinge seu auge”* (SANTOS, 1994:24).

Nesse cenário, é importante pontuar ainda a questão da globalização, que de fato não diminui as distâncias sócio-econômico-culturais e não facilita, necessariamente, a participação efetiva da sociedade na gestão dos recursos naturais. Ao contrário, Santos afirma que *“a mundialização multiplica o número de vetores e, na verdade, aumenta a distância entre as pessoas. Ubiquidade, aldeia global, instantaneidade são para o homem comum apenas uma fábula”* (SANTOS, 1994:31).

Segundo LOUREIRO, em entrevista concedida ao caderno especial JB Ecológico (16/04/2003), é importante compreender o ser humano em sua natureza e que o processo de degradação ambiental se dá em contextos sociais e históricos específicos, não podendo se basear em afirmações idealizadas:

*“Uma das contribuições do pensamento crítico relativa ao movimento ambientalista é entender que nem todos os seres humanos geram impactos da mesma forma e nem todos se beneficiam igualmente em um modelo de produção que se apropria privadamente do patrimônio natural. Esse é um processo histórico que precisa ser compreendido para possa ser enfrentado e transformado.” LOUREIRO:2003)*

Desta forma, complementa LOUREIRO, buscar consensos ignorando os conflitos é impor verdades das classes dominantes a quem está excluído do processo produtivo forma e de decisão política. Não é, portanto, o consenso que deveria ser buscado através da difusão midiática, mas a possibilidade real de transmissão de informação e de um possível empoderamento de classes sociais através da informação. Ainda que não se tenha a ilusão da mídia como “boa”, pois ou a possibilidade utópica de que ela possa vir a ser, acredita-se que a mesma, como instrumento e meio de produção, pode colaborar efetivamente na articulação no processo de sensibilização da opinião pública para temas estratégicos, desde que tenha um real interesse em fornecer estas informações e as transmita de forma a tornar a população sensível aos fatos, imagens e reflexões por ela apresentadas.

Segundo BERNA,

*“A imprensa não gera opinião pública, mas ao expor a informação, gera perplexidade na opinião pública, tornando-a sensível à mensagem de grupos de pressão como os ambientalistas, artistas, cientistas, políticos, por exemplo... As informações sobre os grandes acidentes ambientais ocorridos no mundo foram determinantes para a formação de uma opinião pública sensível à questão ambiental. A divulgação em escala mundial de acidentes ambientais, por exemplo, não só contribuiu para sensibilizar a opinião pública, mas também para fortalecer os movimentos ambientalistas, que se*

*multiplicaram nesse período, além de gerar um conjunto de leis ambientais e de órgãos de controle que não existiam antes de 1970 (BERNA:2003)*

Pode-se citar um outro exemplo positivo da possibilidade transformadora da mídia, que ao levar imagens e informações para indivíduos situados em contextos distantes, pode modelar e influenciar o curso dos acontecimentos, bem como criar acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência. O Muro de Berlim, por exemplo, jamais poderia ter sido derrubado sem a colaboração da mídia. O que parecia, pouco tempo antes de novembro de 1989, ter duração de pelo menos mais um século, foi desconstruído com a colaboração de informações veiculadas pela mídia, que contribuíram transmitindo informações sobre a situação e formando subjetividades capazes de vencer o medo e procurar novos caminhos de existência política em liberdade:

*“As convulsões revolucionárias no Leste Europeu em 1989 fornecem um outro exemplo de como as mensagens da mídia podem estimular e alimentar ações coletivas em indivíduos localizados em contextos distantes. Houve muitos fatores que contribuíam para os acontecimentos ocorridos nos últimos três meses de 1989(...),mas é muito improvável que o pensamento revolucionário de 1989 pudesse ocorrer da forma como ocorreu – numa velocidade de tirar o fôlego e com resultados similares em diversas nações – na ausência da extensa e contínua cobertura da mídia. Não somente a televisão forneceu aos indivíduos do Leste Europeu um fluxo de imagens do Ocidente, retratando as condições de vida que contrastavam enormemente com as deles, como também lhes proporcionou uma descrição virtualmente instantânea do que estava acontecendo em nações vizinhas, bem como nas cidades próximas em seus próprios países. Os alemães orientais já vinham recebendo há algum tempo as transmissões da televisão ocidental. As imagens de refugiados superlotando as embaixadas de Praga e Budapeste, e sendo escoltados para o Ocidente e aclamados como heróis, dificilmente deixariam de provocar um impacto explosivo na Alemanha Oriental. Quando o Muro de Berlim caiu na noite de 9 de novembro. As imagens de jovens celebrando nos portões de Brandenburg e retalhando o muro com picaretas foram transmitidas ao vivo para todo o mundo” (THOMPSON,1998:105).*

No mesmo sentido, vale relembrar no contexto brasileiro, a conduta dos meios de comunicação no Caso Collor<sup>4</sup>, sugerindo que é possível um padrão mais democrático do jornalismo, a despeito da persistência das formas oligárquicas e monopolísticas de propriedade dos meios de comunicação de massa.

Com base nesta argumentação, entende-se que a mídia transmite informações que modificam e transformam constantemente as percepções humanas e podem produzir novos contextos, que por sua vez também são produtores de outras realidades. Com esta visão, objetiva-se, a seguir, refletir sobre a mídia no contexto da Teoria do espetáculo, conjugando a Teoria do Espetáculo ao momento presente e relacionando-a com a mídia e o objeto de difusão (meio ambiente/ áreas protegidas).

---

<sup>4</sup> Primeiro presidente a nível mundial a sofrer um “impeachment”.

### 3. A DIFUSÃO MIDIÁTICA DO MEIO AMBIENTE NA SOCIEDADE DO

#### ESPETÁCULO:

#### UMA ESTETIZAÇÃO NECESSÁRIA?

*“Onde o capitalismo afirmava o “fetichismo da mercadoria”, responsável pela reificação de objetos e experiências, então transformados em mercadorias e associados a seu valor de uso, as encenações espetaculares produzidas pelas mídias de massa ampliariam esta esfera, colonizando sentimentos e práticas humanas que ainda estariam fora do alcance do mercado. Aqui, o mundo sensível encontra-se substituído por uma seleção de imagens. Se o capitalismo havia operado a degradação do ser em ter, no espetáculo impera o parecer, ou antes, o aparecer.” (PEDRO & BRUNO: 2004).*

Segundo o Novo Dicionário Aurélio, o termo “espetáculo” significa: 1- Tudo o que chama a atenção, atrai e prende o olhar (...); 2) Contemplação, vista (...); 3) Representação teatral, exibição de cinema, televisão, etc. (...); 4) Cena ridícula e/ou escandalosa (...) (FERREIRA:1986). A teoria crítica “Sociedade do Espetáculo”, de Guy Debord, construída na cidade de Paris, ano de 1967, embora deva ser compreendida num contexto de expansão capitalista e expressão antecipada do movimento de Maio 1968, não se resume ao período histórico na qual se inseriu. O criador, embora contextualizado na Europa, entre os anos de 1957 e 1972, como integrante do movimento Internacional Situacionista<sup>5</sup>, não esgotou suas reflexões no movimento.

Para o Debord, o "espectador" ou leitor, separado do mundo, relaciona-se socialmente em uma sociedade mediada por imagens, onde toda a vida das

---

<sup>5</sup> A Internacional Situacionista representou um grupo marxista de vanguarda que entendia uma “situação” enquanto momento concreto de vida coletiva, algo em extinção no mundo moderno e que seria necessário preservar. De acordo com o grupo, mais do que uma forma de celebração coletiva detectável em qualquer conformação social, os eventos espetaculares secretariam dispositivos de controle e normatização social que extrapolam os efeitos diretos de suas performances, instituindo regras e acessos à realidade inusitados. A obra de Debord, obteve grande repercussão nos eventos de 1968. (ANDRADE:2003)

sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos:

*"A realidade considerada parcialmente apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo à parte, objeto de mera contemplação. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo. O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como parte da sociedade e como instrumento de unificação. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato de esse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão somente a linguagem oficial da separação generalizada. No espetáculo, imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo. (DEBORD 1997:13-17)".*

Esta reflexão volta, por assim dizer, ao ponto de partida: o processo de difusão da informação, inserido no contexto "espetacular" da sociedade contemporânea. O espetáculo seria, neste sentido, considerado como uma redefinição na produção e no consumo cultural, uma linguagem que *"congrega diferentes ideários e classes sociais no interior de suas manifestações"* (ANDRADE: 2003). O autor comenta que,

*"Se a construção de uma sociedade ambientalmente responsável e democrática continua sendo um projeto, algo situado em um devir indeterminado, o "espetacular ecológico", por seu turno, é uma realidade irrefutável. Atração pelo olhar, contemplação, representação, cena, escândalo. Idéias aparentemente díspares entre si que, no entanto, concatenam talvez o fenômeno social mais ostensivo, inquestionável e muitas vezes despercebido do nosso tempo"*

Com a onipresença dos meios de comunicação de massa, o espetáculo assume o seu aspecto mais visível e esmagador. Debord, ao citar McLuhan, em seus "Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo", afirma que o autor, inicialmente apologista do Espetáculo por excelência e das vantagens da chamada "Aldeia Global" produzida pelos "mass-media", volta atrás em sua narrativa em 1976,

descobrimo que a pressão dos meios pode conduzir ao irracional e que seria necessário “moderar o uso desses meios” (DEBORD: 1987).

*“O poder do espetáculo, tão essencialmente unitário, centralizador pela força das coisas e de espírito perfeitamente despótico, costuma ficar indignado quando vê constituir-se, sob seu reino, uma política- espetáculo, uma justiça-espetáculo, uma medicina espetáculo, ou tantos outros surpreendentes excessos midiáticos” (DEBORD:1987; 171)*

No contexto da mídia de massa, ainda segundo Debord, a verdadeira comunicação se perde e recompõe-se artificialmente no espetáculo mercantil. Para compreender tal operação é preciso recuperar, uma vez mais, o funcionamento e a radicalização da sociedade do capital que o espetáculo põe em cena. Ao enfraquecer e despolitizar a esfera pública, o capital fortalece a esfera do mercado e do consumo, produzindo como subjetividade a figura do “indivíduo consumidor”.

Assim, do ponto de vista da produção econômica, os meios de comunicação de massa vinculam-se à organização do mercado, convertendo-se em poderosos instrumentos de captação e de geração. Ao “simularem” a esfera da sociabilidade, coordenam as forças sociais para que possam estar em sintonia com a liberdade das forças do mercado. O poder dos *mass-media* é menos de ordem jurídico-política do que gerencial: “*A ordem do capital dispõe-se a organizar o socius através das relações de comunicação/informação, apoiadas nos mass-media*” (SODRÉ, 1984, p. 27). A Organização do “*socius*”, na descrita Sociedade do Espetáculo, mostra que o sujeito social vive uma vida mediada por imagens, uma vida de representações, através da qual a mediação assume caráter crucial, interligando-se ao contexto e separando ao mesmo tempo sujeito e contexto:

*"A origem do espetáculo é a perda de unidade do mundo. O sistema econômico fundado no isolamento fundamenta a técnica; reciprocamente, o processo técnico isola. Do automóvel à televisão, todos os bens selecionados pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das multidões solitárias. O espetáculo é a linguagem comum desta separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas os reúne como separados... Quanto mais ele contempla, menos ele vive. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar nenhum, pois o espetáculo está em toda parte" (DEBORD:1987).*

Em toda parte, e ao mesmo tempo, em lugar nenhum. Ainda, se no espetáculo, segundo Debord (*op.cit.*), *"o fim não é nada e o desenrolar é tudo"* (DEBORD, 1987:17), quais são as representações mais comuns das áreas protegidas? Em que medida a espetacularização sobre a conservação da biodiversidade colabora para chamar a atenção da população em uma sociedade mediada por imagens? Se a mídia estaria propagando o espetáculo, será que sem espetáculo as informações veiculadas atingem o seu fim?

Os autores PEDRO e BRUNO (2004) oferecem uma contra-partida à crítica de DEBORD em relação à espetacularização, questionando a possível necessidade desta forma de transmissão como maneira de atingir-se os "fins" através dos meios, em um mundo onde o próprio sujeito só se compreenderia em seu contexto quando enquadrado dentro da lógica de representação da sociedade:

*"O espetáculo é, assim, o seqüestro da vida e a cisão do mundo em realidade e imagem. Não se trata da produção de um real cuja representação promoveria uma dissociação da imagem, mas da produção de um mundo ele próprio cindido, falsificado, cuja lógica seria "espetacular". (PEDRO & BRUNO:2004)*

Esta mesma abordagem é promovida por ANDRADE (2003). O autor reflete sobre a necessidade de se compreender a "espetacularização" como uma forma de

*“simulação ideológica engendrada por setores sociais específicos, que condensa os elementos essenciais à nossa sociabilidade, de acordo com as premissas do consumo e da sociedade capitalista”, sem as quais as manifestações perdem a possibilidade de visibilidade. “Em si o espetáculo não é nocivo”, continua, mas à medida que intervém nos códigos sociais sancionando o primado da rentabilidade material e simbólica da modernidade” (ANDRADE:2003; p.29).*

Nesta perspectiva, para se tornar visível, seria apropriado compreender que a condição humana contemporânea implica em “interiorizar as práticas espetaculares”, e, neste sentido, dentro do contexto ambiental no qual seu trabalho e a presente reflexão se inserem, *“os agentes ambientais devem se aprimorar, técnica e discursivamente, adentrando no formato espetacular, para atingir seus objetivos, “caso contrário, complementa o autor, “independentemente do conteúdo específico de suas contribuições, os autores não terão espaço algum para propor alternativas ou implantar métodos diferenciados de atuação” (ANDRADE:2003, p. 218).* Ainda, segundo Andrade, haveria que se repensar o ambientalismo no contexto atual, pois o autor acredita que o mesmo

*“vem padecendo da incapacidade de se fazer representar em diversas áreas estratégicas, que implicam o manuseio qualificado de informações e tecnologias sofisticadas...Neste momento, novos contornos de estetização devem emergir, contestando a postura documental e ficcional das produções mais freqüentes” (ANDRADE: 2003, p.219).*

É viável, segundo o autor, “testarem-se novas poéticas” sobre a discussão ambiental. Os críticos do mercado do espetáculo devem estar cientes da importância do ambientalismo e conseguir atuar criativamente nesse espaço, de maneira a poder

retraduzir as carências ecossistêmicas em um linguajar sem exclusões ou autoritarismos cênicos:

*“Somente dentro dos padrões estabelecidos socialmente com respeito à especialização do direito, às instituições democráticas, às flutuações de mercado, à ética religiosa e aos padrões estéticos, entre outros, é possível uma intervenção na problemática ambiental” (ANDRADE:2003)*

Surge a partir desta discussão uma outra perspectiva: Onde há espetáculo, talvez falte informação, onde há informação, talvez falte um pouco de espetáculo...Com esta reflexão em mente, como contextualizar o objeto de estudo deste trabalho nas Unidades de Conservação?

## 4. BRASIL: MÍDIA & UNIDADES DE CONSERVAÇÃO: UMA RELAÇÃO POSSÍVEL?

### 4.1 A MÍDIA NO BRASIL

*“A discussão vazia sobre o espetáculo – isto é, sobre o que fazem os donos do mundo – é organizada pelo próprio espetáculo: destacam-se os grandes recursos do espetáculo, a fim de não dizer nada sobre o seu uso” (DEBORD:1987; p. 170)*

*“Convém não esquecer que toda pessoa da mídia, por salário ou por outras recompensas, sempre tem um patrão, senão vários; toda pessoa da mídia sabe que pode ser substituída” (DEBORD:1987;p.179)*

A mídia, em sua perspectiva global, não se diferencia do contexto brasileiro. A produção cultural, intensificada através das novas possibilidades tecnológicas, como a internet, (apenas recentemente disponível), massifica a informação em um mundo altamente globalizado. Também no Brasil vive-se o cenário da globalização e da comunicação virtual em tempo "quase real". O avanço tecnológico transforma produtos recém lançados em obsoletos: uma sociedade consumista e consumida pelas marcas.

A concentração de renda em poucas mãos reflete-se na monopolização da indústria cultural. No mapeamento feito por LOPES (2003, p. 134,135) sobre a mídia brasileira, podem ser encontrados dados referentes ao “estado da arte” da mídia no Brasil: Apenas oito famílias no Brasil dominam os principais grupos de comunicação, em várias frentes de atuação (jornal, revistas, rádio, TV, Internet, gravadoras multimídia, etc. Só a família Marinho é proprietária de 204 veículos, sendo 89 canais de TV VHF, oito canais de UHF, 34 rádios AM, 53 rádios FM e 20 jornais. 86% de

seus veículos estão concentrados na região Sudeste, onde também circula o maior volume de vendas publicitárias, segundo a Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Os donos da Mídia (pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisas em Comunicação de Porto Alegre, coordenada pelo jornalista e professor Daniel Hertz e divulgada no Fórum Social Mundial de 2002;

- As Organizações Globo monopolizam a comunicação de massa no país sobretudo através da televisão, que cobre 99% das cidades brasileiras, com audiência diária de até 90 milhões de pessoas; representando 54% dos telespectadores, contra 23% alcançados pelo SBT, seu concorrente mais próximo;
- Seis redes privadas dominam o segmento de televisão, ao qual estão ligados 668 outros veículos: 296 emissoras de TV e 372 veículos de outros tipos (emissoras de rádio, jornais, revistas). Apenas 35 emissoras no Brasil escapam dessa categoria por pertencerem a redes públicas (5), segmentadas (26) e grupos independentes (4);

Em relação aos jornais de referência nacional, pode-se constatar que no Brasil, quase como uma regra, *"dois grandes jornais disputam o mercado de cada capital do Estado, refletindo a configuração das disputas políticas de oligarquia"* (KUNSCH & FISCHMANN:2002:43). Esta situação:

*"se reproduz em escala abaixo nas cidades médias, nas quais circulam cerca de cem diários, quase sempre dois diários rivais em cada cidade. No total, os diários brasileiros somam apenas cerca de 8 milhões de exemplares de circulação, uma cópia para cada vinte habitantes, em contraste com uma cópia para cada quatro habitantes da Grã-Bretanha. Há apenas cerca de quarenta diários, economicamente*

*sólidos no Brasil, com circulação acima de 30,000 exemplares. Há outros oitenta diários em pequenas cidades, com circulação média entre 8 mil e 25 mil exemplares, que dependem em grande parte dos favores das autoridades locais” (KUNSCH & FISCHMANN,2002:43).*

- No Brasil circulam cinco jornais de referência nacional, pela natureza de sua temática e por exercerem papel crucial na definição da agenda nacional: O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e Gazeta Mercantil. Com exceção da Gazeta Mercantil, eles são geridos como propriedades familiares, e mantêm os métodos autoritários, os valores e a mentalidade conservadora dos antigos proprietários de terra. A circulação dos cinco grandes não chega a 2 milhões de exemplares, concentrados nas classes A e B.

- Por sua origem oligárquica, seu caráter documental e sua alta qualidade gráfica, cabe a esses jornais o principal papel de definição de agenda de discussões que influenciam as decisões políticas no país. Esses jornais são lidos todas as manhãs extensamente pelos condutores de programas de rádio, servem de pauta para ordens de cobertura das equipes de tevê e para as grandes revistas semanais, e são recortados pelas assessorias de imprensa dos políticos e dirigentes das grandes empresas...A maioria dos jornais das outras capitais e cidades médias reproduz as manchetes dos quatro grandes e mesmo seus *lay-outs* são freqüentemente idênticos.

- Quanto às revistas de informação semanal, pode-se dizer que as revistas semanais possuem autonomia jornalística um pouco maior, graças a uma ampla base de leitores, em comparação com a circulação dos jornais. Há quatro grandes

revistas semanais de informação (Veja, Isto é, Época e Carta Capital), com tiragem somada de mais de dois milhões de exemplares).

- Estas revistas, em especial a líder entre elas, **Veja**, possuem alta penetração, já que para cada exemplar vendido há na média 4 leitores. Só no ano de 2002, por exemplo, a Veja vendeu 1.137.266, segundo o Instituto Verificador de Circulação. A isto se soma a durabilidade da revista como objeto, que depois de uma primeira leitura como veículo de informação jornalística, vai para as salas de estar dos médicos e analistas, e para as bibliotecas das escolas, onde são usadas por meses a fio em trabalhos escolares como textos de referência. Deve-se acrescentar as revistas substituem, para uma parte dela, a leitura dos jornais, exercendo um papel fundamentalmente ideológico, captando, reprocessando e realimentando os temores dos formadores de opinião e da chamada “classe média”.

- Um outro aspecto importante relaciona-se com o fato de que embora a demanda por informações ambientais seja crescente na chamada imprensa de massa, poucos jornais possuem suplementos, seções ou cadernos específicos, dirigidos à abordagem do tema, pois, segundo Silvestre Gorgulho,<sup>6</sup> “*Meio Ambiente não vende jornal*”.

Talvez essa seja a razão pela qual observa-se o crescente número de *sites* e portais dirigidos à temática ambiental nos últimos anos. Além disso, vários periódicos disponibilizados na internet, como a Folha do Meio; Jornal do Meio Ambiente, a Agência de Notícias Envolverde, entre outros, já iniciaram o processo

---

<sup>6</sup> Editor chefe do Jornal do Meio ambiente

de democratização da informação ambiental, ao menos para o público que tem acesso ao dispositivo tecnológico internet. Segundo Berna, estas são maneiras complementares de difusão da informação ambiental:

*“A resposta de segmentos da Sociedade à diminuição do interesse da Grande Mídia com as questões ambientais tem sido o surgimento de veículos especializados em meio ambiente, como o Jornal do Meio Ambiente (RJ), a Folha do Meio Ambiente (DF), Folha Verde (SP), Meio Ambiente em Jornal (MG), as revistas Eco-Rio, Ecologia & Desenvolvimento e Saneamento Ambiental, em sua maior parte distribuídos nacionalmente e por mala direta. Isso demonstra que, apesar de não ser em número suficiente para interessar à Grande Mídia, o público interessado nas questões ambientais no Brasil é suficientemente numeroso para admitir segmentação por área de interesse. Por isso, é importante observar que, apesar de dirigidos teoricamente ao mesmo público alvo, esses diferentes veículos especializados em meio ambiente não são concorrentes entre si, mas se complementam. (BERNA,2003:23).*

No entanto, apesar de sua importância estratégica e o volume cada vez maior de novas mídias especializadas em meio ambiente, estes veículos enfrentam dificuldades financeiras por falta de patrocínios e anunciantes, pois as agências de publicidade ainda não perceberam tais especificidades e, mesmo quando buscam atingir o público interessado nas questões ambientais, gastam fortunas de seus clientes para anunciar na Grande Mídia, desperdiçando recursos e sem ter a garantia de atingir o público-alvo. A importância da mídia especializada, da troca de informação entre diversos atores sociais e da formação de parcerias entre as mídias, agências de publicidade e outros setores da sociedade é um vetor fundamental para a construção do diálogo e para a formação de parcerias, pois

*“Não só (a mídia especializada) significa aumento de postos de trabalho para profissionais, como também se constitui num fator a mais de favorecimento do diálogo entre os diferentes setores da sociedade que precisam estabelecer parcerias entre si em direção a um desenvolvimento sustentável. Sem informação, não há diálogo, muito menos, parcerias. (BERNA,2003:25).*

- Em relação à mídia especializada em meio ambiente, como uma tentativa de colaborar para a troca de informações entre jornalistas que se dedicam a temática ambiental, foi criada a “Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental”, uma rede virtual formada por jornalistas ambientais e estudantes de jornalismo interessados na área, contando com aproximadamente 350 participantes rigorosamente selecionados na presente data (maio de 2005).

Desde sua criação, a RBJA vem desempenhando importante papel na articulação de troca de informações ambientais, denúncias e críticas que colaboram na formação e na troca de informações dos que constroem a opinião pública, os jornalistas interessados nas questões ambientais. Segundo informação difundida pela RBJA, os jornalistas consideram, “que a circulação de informações ambientais de qualidade é uma das premissas para o desenvolvimento sustentável e democrático de um país e que os brasileiros querem mais informações ambientais” (RBJA:2003). Além disto, afirmam que “existe uma crescente demanda por treinamento na área da comunicação ambiental, tanto de jornalistas *como de atores sociais envolvidos na luta ecológica*”. (RBJA:op.cit). Esta demanda é reafirmada pela Lei nº 9.795 de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental. Esta define em seu art. 5º, inciso II, como um dos objetivos fundamentais da educação ambiental a garantia da democratização das informações ambientais.

Cabe neste momento ressaltar que a mídia especializada em meio ambiente, popularmente chamada “mídia verde”, não foi contemplada neste trabalho. Neste

sentido, a listagem intitulada “Quem Cobre Meio Ambiente no Brasil”, (RBJA: 2004), relacionando todos os programas, colunas e veículos destinados à difusão da informação ambiental encontra-se disponível no anexo deste trabalho.

Apesar do crescente número de veículos dirigidos à difusão da informação ambiental, conclui-se que ainda são poucos os espaços destinados à difusão da temática ambiental, bem como existem dificuldades nos veículos especializados, quanto a sustentabilidade dos mesmos. Além disso, a difusão através dos veículos “verdes” é limitada aos interessados nas questões ambientais e não atinge grande segmentos da população. O que fazer para tornar as informações sobre as áreas protegidas interessantes para a mídia de massa?

## **4.2 UNIDADES DE CONSERVAÇÃO NO BRASIL: OBJETO INTERESSANTE PARA A MÍDIA?**

### **4.2.1 A INSPIRAÇÃO GLOBAL CONTEMPORÂNEA**

Segundo o V Congresso Mundial de Parques da UICN, realizado em Durban, África do Sul, entre 8 e 17 de setembro de 2003, o século XXI aumentará ainda mais a pressão exercida sobre as áreas protegidas. Aumento de população urbana e pobreza generalizada, a questão fundiária, mudanças climáticas, grandes projetos de agricultura, falta de recursos financeiros e humanos, demanda crescente de alimentos, fibras, combustíveis e água, fragmentação de *habitats* naturais, redução da água potável, tendências dos fluxos de ajuda internacional na

concentração de esforços direcionados principalmente às necessidades sociais das pessoas empobrecidas, infra-estrutura disponível nas unidades de conservação, entre outras pressões, mostram que o processo de gestão e a conservação das áreas protegidas devem ser monitorados e adaptados continuamente aos novos cenários mundiais, pois estão seriamente ameaçados.

O Congresso, que reuniu quase 3000 especialistas oriundos de 170 países, trouxe como reflexão central a internacionalização dos benefícios oriundos das áreas protegidas. Os especialistas reunidos neste Congresso, denominado “Benefícios além das Fronteiras”, dentre eles, gestores de parques, lideranças, professores, jornalistas ambientais, representantes de governos, representantes do terceiro setor, ambientalistas e cientistas discutiram “o estado da arte das áreas protegidas no mundo” e fizeram projeção de cenários para o que chamaram de “um futuro incerto”.

As relações entre comunidades e parques, a segurança das áreas protegidas, o desenvolvimento sustentável e a necessidade de participação da mídia no processo de informação, conscientização e gestão das áreas protegidas, entre outros temas, fizeram parte da discussão. Mais uma vez a participação da mídia no processo de conservação da biodiversidade através das áreas protegidas desponta como tema central da atualidade e como uma indicação a nível mundial da importância da difusão midiática dos temas relevantes na conservação ambiental. Isso demonstra a atualidade da presente pesquisa e a necessidade de elaboração de estratégias de difusão que colaborem com o processo de conservação das áreas protegidas. Capriles (2003), editor da revista ECO 21, expressa sua opinião,

concluindo que foram inúmeros os avanços derivados da discussão sobre as áreas protegidas do planeta:

*“O Acordo de Durban, apresentado na última reunião Plenária, se constituiu no principal documento do Congresso, cuja finalidade é motivar e orientar ações positivas em favor das mais de cem mil áreas protegidas existentes hoje no mundo e daquelas que serão criadas no futuro” (CAPRILES, 2003:24).*

Trinta e duas recomendações específicas foram elaboradas em Durban para a expansão e manutenção de um sistema global de áreas protegidas, assim como uma mensagem a ser encaminhada para o próximo encontro da Convenção das Nações Unidas sobre Biodiversidade, da qual o Brasil é signatário. A mensagem reforça três pontos principais:

- a) A identificação de lacunas no sistema de unidades de conservação e a criação de novas áreas baseadas em critérios científicos;
- b) A necessidade de se promover a participação das comunidades locais e assegurar que elas tenham benefícios com as áreas protegidas e;
- c) A criação de capacidade institucional, recursos humanos, financeiros e legais que permitam gerenciar as áreas protegidas de maneira efetiva. (CAPRILES, 2003).

A divulgação dos benefícios oferecidos através das áreas protegidas e suas relações com os programas de desenvolvimento também foi apontada como fundamental no processo de integração e resolução de possíveis conflitos, representada através da resolução que diz respeito à criação e implementação de um “Programa Estratégico de Comunicação, Educação e Sensibilização da opinião pública com respeito às Áreas Protegidas”.

A comunicação, segundo o documento, deve ser integrada em todos os níveis e práticas de gestão das áreas protegidas, utilizando-se para isso do auxílio dos meios de comunicação para fortalecimento das capacidades, tanto das comunidades locais, quanto da sociedade, a fim de promover o uso sustentado da biodiversidade no contexto das áreas protegidas. *“Urgimos a asumir el compromiso de utilizar las comunicaciones y la educación para mejorar y ampliar el apoyo a las áreas protegidas”*, é a recomendação que finaliza a “Chamada ao compromisso e à ação”, resultado do V Congresso Mundial de Parques da UICN, realizado em Durban, no ano de 2003.

#### **4.2.2 Unidades de Conservação no Brasil**

De acordo com o “Atlas Mundial da Biodiversidade : Recursos Vivos da Terra para o século XXI” (ONU:2002), nos últimos 150 anos, os homens exerceram forte impacto sobre cerca de 47% da área terrestre. Um dos cenários traçados para o futuro prevê que até o ano de 2032, o planeta poderá perder 72% da biodiversidade se não forem tomadas providências urgentes para reduzir os desmatamentos e a destruição de *habitats*. De acordo com Loureiro, *“estamos longe de reconhecer o patrimônio natural como um bem coletivo, que deve ser apropriado e gerido de forma sustentável, democrática e inclusiva* (LOUREIRO,2003:20).

Segundo a Diretoria de Áreas Protegidas – Secretaria de Biodiversidade e Florestas (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE:2003), o Brasil é hoje o país com a maior diversidade biológica do planeta. O país detém entre 10 e 20% do total das espécies mundiais, distribuídas em biomas como a Mata Atlântica, Amazônia, florestas de

araucárias, caatinga, pantanal, cerrado e zona marinha. Conforme o Fundo Nacional para a Biodiversidade (FUNBIO), o Brasil possui alguns dos ecossistemas mais ricos do mundo, como a Amazônia, o Cerrado e a Mata Atlântica e um notável grau de endemismo: já são conhecidas 68 espécies de mamíferos, 191 de aves, 172 de répteis e 294 anfíbios que ocorrem somente no território brasileiro (FUNBIO, 2002). Esta posição estratégica favorecida através da megadiversidade brasileira tende a favorecer o país nas relações internacionais e na intermediação de empréstimos por agências internacionais de financiamento, no sentido da conservação da biodiversidade e dos recursos naturais.

Neste sentido, as Áreas protegidas, espaços territoriais legalmente protegidos por uma legislação ambiental específica, que funcionam como uma espécie de “vitrine” para a conservação da biodiversidade, são extremamente importantes. Em língua inglesa utiliza-se do termo “*protected areas*”, cuja tradução literal seria “*áreas protegidas*”, para designar o que a legislação brasileira denomina de Unidades de Conservação. Segundo a UICN (1991), área protegida significa “*uma área dedicada primariamente à proteção e usufruto do patrimônio natural ou cultural, ou a manutenção da biodiversidade e/ou serviços de apoio à manutenção da vida ecológica*”. Segundo a perspectiva nacional, áreas protegidas são designadas como Unidades de Conservação da Natureza (UC) definidas pela Lei 9985 como:

*“espaços territoriais e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituídos pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, aos quais se aplicam garantias adequadas de proteção”*

Esta lei, datada de 18 de julho de 2000, instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) e foi regulamentada pelo decreto 4.340, de 22 de agosto de 2002. O SNUC incorpora, em um mesmo instrumento legal, as normas referentes à criação, implantação e gestão das unidades de conservação, tanto federais, como estaduais e municipais, subdividido em 12 categorias de unidades de conservação de proteção integral e uso sustentável. A lei prevê, entre outros aspectos, a participação das comunidades locais na gestão das áreas protegidas:

*“A Lei do SNUC, entre outros avanços, assegura às comunidades locais o direito de participar da criação e da gestão das unidades de conservação, e um acesso mais justo aos benefícios gerados pelas unidades”. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE:2003).*

No entanto, apesar do avanço legal que o SNUC representa, faltam mecanismos de controle, indicadores de gestão, bem como recursos materiais e humanos que possam garantir a aplicação da Lei, acentuados pela extensão do território brasileiro, de portes continentais.

Antes da criação do SNUC, as categorias de manejo e dispositivos legais com relação à criação das áreas protegidas no Brasil, estavam divididas de acordo com os instrumentos legislativos como apresentados na Tabela 1 apresentada abaixo:

**TABELA 1**

Tabela 1: Categorias de Manejo e dispositivos legais com relação à criação de Áreas Protegidas no Brasil, anteriormente ao Sistema Nacional de Unidades de Conservação em 2000 (Lei 9985/2000) .

| CATEGORIA                              | INSTRUMENTO DE CRIAÇÃO                                     |
|--|--|
| Parque Nacional                        | Código Florestal de 1934 (Decreto nº 23793 de 23/01/1934); |
| Floresta Nacional                      | Código Florestal de 1934 (Decreto nº 23793 de 23/01/1934); |
| Áreas de Preservação Permanentes       | Código Florestal de 1965 (Lei nº 4771 de 15/09/1965);      |
| Reserva Legal                          | Código Florestal de 1965 (Lei nº 4771 de 15/09/1965);      |
| Reserva Biológica                      | Lei de Proteção à Fauna (Lei nº 5197 de 03/01/1967)        |
| Parque de Caça Federal                 | Lei de Proteção à Fauna (Lei nº 5197 de 03/01/1967)        |
| Estações Ecológicas                    | Lei nº 6902 de 27/04/1981                                  |
| Área de Proteção Ambiental             | Lei nº 6902 de 27/04/1981                                  |
| Reservas Ecológicas                    | Decreto nº 89336, de 31/01/1984                            |
| Áreas de Relevante Interesse Ecológico | Decreto nº 89336, de 31/01/1984                            |

FONTE: IBAMA:2004

A lei do SNUC, ao integrar estas categorias e criar outras categorias de manejo em um só instrumento legislativo, qualificou duas tipologias de UC's, detalhando, de acordo com a usabilidade dos recursos naturais, os seguintes grupos de Unidades de Conservação: Unidades de Conservação de Proteção Integral e Unidades de Conservação de Uso Sustentável.

Nas Unidades de Conservação de Proteção Integral somente é permitido o uso indireto dos recursos naturais para realização de pesquisas científicas, o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação

em contato com a natureza e de turismo ecológico. Este grupo de Unidades de Conservação de Proteção integral se subdivide nas seguintes categorias: Estação Ecológica, Reserva Biológica, Parque Nacional, Parque Estadual e Parque Municipal; Monumento Natural e Refúgio de Vida Silvestre.

Para as UCs de Uso Sustentável, é aberta a possibilidade de uso parcial dos recursos naturais, de forma compatibilizada com a proteção da natureza. Este grupo de UCs inclui as seguintes categorias: Área de Proteção Ambiental, Área de Relevante Interesse Ecológico, Floresta Nacional, Floresta Estadual, Floresta Municipal, Reserva Extrativista, Reserva de Fauna, Reserva de Desenvolvimento Sustentável, Reserva Particular de Patrimônio Natural (RPPN). A tabela 2, apresentada a seguir, facilita o entendimento do enquadramento das categorias segundo esses dois tipos de uso:

TABELA 2

Tabela 2: Tipologias e Categorias de Unidades de Conservação Previstas pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação (Lei 9985/2000) - SNUC, 2000

| UNIDADES DE PROTEÇÃO INTEGRAL | UNIDADES DE USO SUSTENTÁVEL              |
|-------------------------------|--|
|                               | Área de Proteção Ambiental               |
| Estação Ecológica             | Área de Relevante Interesse ecológico    |
| Reserva Biológica             | Floresta Nacional                        |
| Parque Nacional               | Reserva Extrativista                     |
| Monumento Natural             | Reserva de Fauna                         |
| Refúgio da Vida Silvestre     | Reserva de Desenvolvimento Sustentável   |
|                               | Reserva Particular do Patrimônio Natural |

FONTE: IBAMA 2004

Correlacionando o número de Unidades de Conservação com o território nacional, que possui 8.514.876,599 KM<sup>2</sup> de área total (IBGE:2003), tem-se atualmente 8% do território nacional protegido por Unidades de Conservação, ou seja, aproximadamente 681.190 Km<sup>2</sup> estão incorporados no processo de conservação, sob a ótica legal. No entanto, ainda não se alcançou, neste país, a recomendação mundial da IUCN (União Mundial para a Natureza) de 10% de proteção integral por bioma:

*“O total de área protegida por bioma é insuficiente para a conservação da biodiversidade (mínimo de 10% de proteção integral por bioma, segundo as conclusões do IV Congresso Internacional de Áreas Protegidas, realizado em Caracas, 1992) e, de acordo com o mesmo documento, o fato de que as áreas já criadas não atingiram plenamente os objetivos que motivaram a sua criação” (MMA:2001)*

O número e área total em há de Unidades de Conservação Federais criadas no Brasil, segundo o IBAMA, em 2004, está refletido na Tabela 3, apresentada a seguir:

**TABELA 3**

**Tabela 3: Número e área total (ha) de Unidades de Conservação Federais criadas no Brasil segundo a tipologia de uso e as categorias de manejo<sup>1</sup>**

| CATEGORIA                     | TIPO DE USO       | N          | ÁREA TOTAL DAS UCs <sup>2</sup> | %           |
|-------------------------------|-------------------|------------|---------------------------------|-------------|
| Parque Nacional               | Proteção Integral | 53         | 16.437.902,14                   | 1,92        |
| Reserva Biológica             | Proteção Integral | 26         | 3.396.911,10                    | 0,40        |
| Reserva Ecológica             | Proteção Integral | 02         | 127,19                          | 0,00        |
| Estação Ecológica             | Proteção Integral | 29         | 3.798.120,49                    | 0,44        |
| Refúgio da Vida Silvestre     | Proteção Integral | 01         | 128.521,30                      | 0,02        |
| <i>Sub-Total</i>              |                   | 111        | 23.761.582,22                   | 2,78        |
| Área Rel. Interesse Ecológico | Uso Sustentável   | 17         | 43.165,16                       | 0,01        |
| Área de Proteção Ambiental    | Uso Sustentável   | 29         | 6.516.177,82                    | 0,77        |
| Reserva Extrativista          | Uso Sustentável   | 33         | 4.987.322,59                    | 0,58        |
| Floresta Nacional             | Uso Sustentável   | 66         | 18.498.202,53                   | 2,16        |
| <i>Sub-Total</i>              |                   | 145        | 30.044.868,10                   | 3,52        |
| <b>Total</b>                  |                   | <b>256</b> | <b>53.806.450,32</b>            | <b>6,30</b> |

Fonte: Diretoria de Ecossistemas do IBAMA, dados atualizados em 15/06/2004

<sup>1</sup> Classificação segundo o SNUC, 2000; <sup>2</sup> área expressa em hectares. As sobreposições entre as UCs foram processadas incluindo-as na categoria de maior restrição; <sup>3</sup> baseia-se na malha municipal digital do Brasil de 1996, fornecida pelo IBGE. Não inclui ilhas oceânicas.

FONTE:

IBAMA:2004

Para se ter uma melhor visualização das áreas protegidas federais, vale conferir a Figura 1 apresentada abaixo:

**FIGURA 1 –Mapa das Unidades de Conservação Federais**



FONTE: IBAMA:2004

Além do SNUC, outro importante instrumento legal, nesse contexto, é a Política Nacional da Biodiversidade (PNB), instituída em 2002 pelo Decreto nº 4.339. A PNB abrange sete componentes: conhecimento, conservação, uso sustentável, monitoramento, acesso a recursos genéticos, educação, sensibilização pública, informação e divulgação sobre a biodiversidade e fortalecimento jurídico e institucional para a gestão da biodiversidade.

Dentre estes componentes, cabe destacar o componente de nº 6, “Educação, Sensibilização Pública, Informação e Divulgação sobre a Biodiversidade”. Ele abrange três diretrizes centrais: o mapeamento, a integração de informações e a sistematização dos sistemas de informação e divulgação; a sensibilização da opinião pública e realização de programas e campanhas sobre a biodiversidade e seus benefícios e a utilização relativa de seus recursos nos processos de educação. Este componente visa, primordialmente,

*“a educação e sensibilização pública e para a gestão e divulgação de informações sobre a biodiversidade, com a participação da sociedade, inclusive dos povos indígenas, quilombolas e outras comunidades locais, no respeito à conservação à biodiversidade, à utilização sustentável de seis componentes e a repartição justa e eqüitativa dos benefícios derivados da utilização de recursos genéticos, de componentes do patrimônio genético e de conhecimento tradicional associado à biodiversidade” (BRASIL:2002).*

Conforme anteriormente mencionado nesta pesquisa, apesar do consistente arcabouço legal (Lei do SNUC, Política Nacional da Biodiversidade, Política Nacional do Meio Ambiente, entre outras políticas públicas) e do papel estratégico do Brasil na conservação da biodiversidade mundial, uma grande concentração de esforços por parte de toda a sociedade é ainda necessária para a efetivação e controle de aplicabilidade destas leis, para a criação de novas UC's, bem como para a gestão das áreas protegidas existentes:

*“Muito falta para fazer com que as áreas protegidas cumpram com o papel que lhes cabe na promoção do efetivo desenvolvimento do País. É preciso resgatar as áreas protegidas do isolamento, integrar as áreas protegidas às demais políticas do governo, promover o debate de questões fundamentais, informar, estimular à reflexão e a inovação”.* (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE:2003).

Apesar da tendência de aumento do número de áreas protegidas nos cenários nacional e internacional, a gestão das áreas protegidas é, portanto ainda, um desafio de longo prazo. O estudo realizado pelo WORLD WILD FUND (WWF) em 1999, denominado “Áreas Protegidas ou Espaços Ameaçados”, analisou, por exemplo, no ano de 1999, a situação de todas as Unidades de Conservação Federais de uso indireto com mais de 6 anos de criação. Foram analisadas 86 unidades, de um total de 91 existentes na ocasião. O estudo reafirmou a vulnerabilidade destas Unidades de Conservação:

*“A situação dos parques é precária, em constante ameaça devido a uma combinação de falta de implementação com alta vulnerabilidade. O resultado é que a área efetivamente protegida no Brasil é muito menor do que o indicado nas estatísticas oficiais: as 86 unidades de conservação federais de uso indireto estudadas protegeriam, somadas, 1,85% do território nacional. Mas, descontando-se os parques e reservas em situação precária, o total protegido de fato cai para apenas 0.4%. O estudo mostra que parques e reservas no Brasil não cumprem o seu papel básico de proteger mananciais e espécies ameaçadas, servir de local para pesquisa científica e, em certos casos, permitir o contato com a natureza por meio do ecoturismo e educação ambiental.”* (WWF:1999).

Faltam, portanto, mecanismos eficientes de gestão. Além disso, outras dificuldades devem ser consideradas, segundo IRVING (1998:60):

*“a falta de um mecanismo sistemático de integração entre os órgãos federais, estaduais e municipais com atribuição na gestão das áreas protegidas, o que produz como efeito ações segmentadas e pouco efetivas com relação à conservação de áreas de elevada biodiversidade. A essas dificuldades, somam-se ainda a crise financeira e de recursos humanos, a carência de informações sobre as áreas protegidas, a carência de pessoal qualificado para atuar nas áreas protegidas e nas as comunidades de entorno, a infra-estrutura disponível, a*

*precária difusão midiática da problemática e das necessidades das áreas protegidas, entre outros". (IRVING,1998:60)*

O governo brasileiro vem tentando fazer a sua parte neste processo. Além do compromisso da criação de novas áreas protegidas para atender as metas da COP 7, várias iniciativas do Governo Federal tentam apoiar a construção da Política de áreas protegidas. Como um desses esforços governamentais, pode-se citar a primeira Conferência Nacional de Meio Ambiente, realizada em Brasília, em novembro de 2003. O encontro reuniu aproximadamente mil delegados e foram discutidos, entre outros temas, a política de proteção da biodiversidade e dos recursos naturais. Neste encontro, uma ampla pesquisa sobre a percepção dos delegados em relação às Unidades de Conservação foi realizada, obtendo resultados críticos negativos.<sup>7</sup>

Mais recentemente, novas motivações direcionam os administradores públicos, como a integração das diferentes Unidades de Conservação através de modelos de gestão integrada, representados por mosaicos e corredores ecológicos e as Reservas da Biosfera.<sup>8</sup> Além disso, pode-se dizer que a Diretoria Nacional de Áreas Protegidas (MMA), vem trabalhando ativamente nos últimos meses, em prol da construção de uma política com diretrizes claras para a implementação, gestão e comunicação das áreas protegidas.

---

<sup>7</sup> Pesquisa realizada pela Diretoria Nacional de Áreas Protegidas sobre a percepção dos delegados estaduais sobre as unidades de conservação, autoria de Castelo Branco (2004), disponível no site [www.mma.gov.br/port/sbf](http://www.mma.gov.br/port/sbf)

<sup>8</sup> Artigo 41 e art. 26, Lei 9.985/00 e Capítulo III e XI, Decreto 4.340/02.

A política, ainda em construção, contempla aspectos gerais, norteadores para a implementação do SNUC, pelos diversos órgãos executores nas esferas federal, estadual e municipal, colocando em pauta questões como o estabelecimento, no âmbito do SISNAMA, da gestão integrada das Áreas Protegidas; de princípios e diretrizes para ampliação, gestão e consolidação do SNUC, integrado às áreas protegidas; a garantia de participação dos povos indígenas, dos quilombolas e das comunidades locais no planejamento e na gestão das áreas protegidas, respeitando sua diversidade cultural e contribuindo com seu desenvolvimento social, entre outras. (FERREIRA:2004).

Ao se considerar o contexto apresentado, uma questão chave parece emergir naturalmente: como a mídia pode colaborar para o equacionamento progressivo destes problemas no sentido da gestão eficiente das áreas protegidas?

*“A grande mídia tem um importante papel. Deveria pegar os acontecimentos factuais, as grandes tragédias, e dar uma pitadinha de cidadania...Porque ela faz esse processo de conscientização, de educação dos leitores, dos tomadores de decisão, porque ela cobra localmente”, declara Silvestre Gorgulho<sup>9</sup>*

Parece fundamental, portanto, a colaboração da mídia e sua integração com diversos setores da sociedade e às políticas públicas, com o objetivo de interpretação, decodificação e transmissão de informações que fomentem a participação da sociedade no processo de conservação da biodiversidade e proteção das UC's.

Um dos maiores desafios, nesse sentido, parece ser despertar o interesse da própria mídia, que segue a formulação das classes econômicas dominantes, de

---

<sup>9</sup> Editor do Jornal do Meio Ambiente em entrevista concedida ao encarte JB Ecológico, suplemento do Jornal do Brasil de 21 de dezembro de 2002.

modo a reproduzir o sistema oligárquico reinante. No entanto, para TRIGUEIRO (2003), *“nossa missão é compartilhar com a sociedade e fazê-la entender o tamanho da encrenca que é viver em um planeta em que o modelo de socialização é predatório, suicida e não sustentável”*, (Trigueiro:2003).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Jornalista da Globo News e organizador do livro “Meio Ambiente no Século XXI”, na mesma edição do JB Ecológico.

## 5. CONTEXTUALIZAÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA

O Trabalho de pesquisa envolveu a construção de um referencial teórico sobre o tema da Difusão das Áreas Protegidas, a partir de levantamento bibliográfico e pesquisa documental, tendo como foco central a Teoria do Espetáculo, de Guy Debord (1987).

Para aplicação da pesquisa de campo, foram selecionadas duas abordagens metodológicas paralelas: a seleção e análise de matérias veiculadas por mídia impressa de massa e seleção e análise de entrevistas com construtores da informação.

### 5.1 ANÁLISE DAS MATÉRIAS VEICULADAS PELA REVISTA “VEJA”

A escolha da mídia foi determinada a partir dos critérios de tiragem e circulação.<sup>11</sup> Desta forma, a revista “VEJA”, foi selecionada por ser o veículo de maior tiragem nacional na mídia impressa brasileira nos últimos cinco anos (1999-2004), com base em informações fornecidas através do Instituto Verificador de Circulação (IVC:2004).<sup>1213</sup>

---

<sup>11</sup> Vale ressaltar, neste sentido, que o presente trabalho se concentra, portanto, em apenas um veículo de informação, não devendo, portanto, esta análise ser interpretada como uma generalização da difusão ambiental pela mídia no país. Da mesma forma, devido à limitação de tempo decorrentes de uma dissertação de mestrado, o trabalho não contempla uma análise da evolução quantitativa ou qualitativa da difusão, limitando-se a analisar o período de tempo em questão, de julho de 1999 a julho de 2004, escolhido em função da criação do Sistema Nacional de Conservação.

<sup>12</sup> Segundo o IVC, a revista “VEJA” apresentou a média anual de circulação de 1.137.266 no ano de 2002, contra 346.333, do jornal “Folha de São Paulo”, que por sua vez na categoria mídia impressa é o jornal de maior circulação do país. Até junho de 2003, a Veja teve 1.112.502 exemplares vendidos, contra 320.620 da Folha de São Paulo. (dados do Instituto Verificador de Circulação em setembro de 2003). Considerando que a revista Veja tem uma média mínima de 4 leitores por exemplar e a durabilidade da revista se comparada ao veículo jornal, pode-se afirmar que a revista possui, em média, 4.000.000 de leitores anuais.

<sup>13</sup> O seguinte endereço de acesso foi utilizado para as pesquisas:

Foi realizada uma análise quantitativa e qualitativa das matérias selecionadas, de acordo com dois critérios gerais: Relação qualitativa com o Sistema Nacional de Unidades de Conservação e Relação com a Teoria do Espetáculo, de Guy Debord.

## **Fases:**

### **5.1.1) Definição da terminologia-chave para análise das matérias da revista “Veja”, com base no Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC).**

Foram selecionadas 17 terminologias-chave: Áreas Protegidas; Unidades de Conservação; Sistema Nacional de Unidades de Conservação; SNUC; Parque Nacional; Santuário Ecológico; Estação Ecológica; Reserva Biológica; Monumento Natural; Refúgio da Vida Silvestre; Área de Proteção Ambiental (APA); Área de Relevante Interesse Ecológico; Floresta Nacional; Reserva Extrativista; Reserva de Desenvolvimento Sustentável; Reserva Particular de Patrimônio Natural; Reserva de Fauna.

### **5.1.2) Definição do período de análise:**

O período de tempo selecionado teve como objetivo avaliar a difusão das áreas protegidas, tendo como marco a criação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação, em 18 de julho de 2000. A análise contemplou o período de julho de

1999 a julho de 2004, objetivando, desta forma, englobar o ano antecedente à criação do SNUC, o ano de sua criação e os quatro anos subsequentes.

### **5.1.3) Definição das Categorias de Análise**

As categorias de Análise foram identificadas e construídas a partir do Sistema Nacional de Conservação e divididas, primeiramente em dois blocos: Forma e Conteúdo.

#### **A) Forma**

Os textos foram qualificados em quanto à sua tipologia como:

A.1) descritivos,

A.2) analíticos.

O texto descritivo limita-se a apresentar a notícia, sem contextualização de diferentes informações, ou qualquer aspecto analítico. Como texto analítico, foi considerada a inserção de fatos ou dados contextualizados em diferentes perspectivas, positivas e/ou negativas, envolvendo variados aspectos e atores na matéria analisada, gerando múltiplas informações, passíveis de serem aproveitadas como subsídios para reflexões mais aprofundadas.

#### **b) Conteúdo**

Para interpretação do conteúdo veiculado, foi utilizada uma abordagem quantitativa e qualitativa, sob dois principais aspectos:

**b.1)** Com relação ao SNUC;

**b.2)** Com relação à Teoria do Espetáculo.

### **b.1.1) Categorias de Análise Qualitativa de Conteúdo Com Relação ao SNUC**

As categorias de análise qualitativa com relação ao SNUC objetivaram conhecer e analisar de que maneira a mídia difunde as Unidades de Conservação. Para tal, buscou-se conferir, através de subcategorias, se os conceitos referentes às Unidades de Conservação foram transmitidos de forma clara e de acordo com a legislação; se as matérias ofereceram fontes de pesquisa e se fizeram referências às políticas públicas, aos instrumentos de gestão e à atuação de atores locais na gestão das Unidades de Conservação.

#### **a) Referência aos conceitos sobre Áreas protegidas e suas diversificações**

Objetivos: Verificar se a matéria apresenta os conceitos relativos as Unidades de Conservação de forma clara com relação ao SNUC; fazendo a distinção entre Unidades de Conservação de Proteção Integral e Unidades de Conservação de Uso Sustentável, bem como das categorias de acordo com a classificação proposta.

#### **b.) Referência a fontes de informação**

Objetivo: Verificar se a matéria faz ligação com citações, links e outras fontes de pesquisa, de modo a possibilitar ao leitor o aprofundamento das informações. Esta pergunta desdobra-se em referências de universidades, instituições federais, estaduais, municipais, fontes do terceiro setor, fontes internacionais, livros e sites.

#### **c) Referência à população local**

Objetivo: Verificar se as matérias mencionam qualquer relação com populações locais nas áreas de inserção das Unidades de Conservação.

**d) Relação entre Unidades de Conservação e Gestão da Biodiversidade**

Objetivo: Verificar se a matéria faz a correlação entre Unidades de Conservação e a gestão da biodiversidade e se apresenta as Unidades de Conservação como instrumento de gestão dos recursos renováveis.

**e) Relação entre Unidades de Conservação e valoração econômica da natureza**

Objetivo: Verificar se a matéria trata a natureza como uma fonte de matéria prima destinada ao incremento da economia, se faz a valoração econômica da natureza e a relação entre Unidades de Conservação e lucro.

**f) Relação entre Unidades de Conservação e Políticas Públicas**

**Objetivo:** Verificar se as matérias fazem menção às Políticas Públicas, apresentando legislações específicas para o tema em questão e temas conexos, bem como processos legislativos em trâmite e necessidades específicas de ajustes nas políticas públicas relacionadas com a temática em questão.

**g) Relação entre Unidades de Conservação e Instrumentos de Manejo**

Objetivo: Verificar se Instrumentos de Manejo aparecem como ferramentas de gestão das Unidades de Conservação e se são efetivamente difundidos pela imprensa.

**b.2) Categorias de Análise Qualitativa Com relação à Teoria do Espetáculo**

Foram escolhidas três categorias de análise, baseadas na Teoria “Sociedade do Espetáculo”, de Guy Debord:

a) Natureza Espetáculo;

b) Separação Consumada e

c) Unidade na Aparência.

### **a) Natureza Espetáculo**

Objetivo: Esta categoria objetivou verificar se as matérias apresentaram a natureza como espetáculo, tanto de forma positiva (beleza cênica e paraísos naturais) como negativa (catástrofes, desmatamentos, incêndios, etc.).

*“O espetáculo não pode ser identificado pelo simples olhar, mesmo que esteja acoplado à escuta. Ele escapa à atividade do homem, à reconsideração e à correção de sua obra. É o contrário do diálogo( ..)A separação é o alfa e ômega do espetáculo. ...)O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado (...)O consumidor real se torna consumidor de ilusões (...) quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. (...)“Se o espetáculo, tomado sob o aspecto dos meios de comunicação de massa, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade com simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra; ela convém ao automovimento total da sociedade(...)O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD: 1987;13-33)*

### **b) Separação Consumada**

Objetivo: Esta categoria visou analisar se o homem apareceu como parte integrante da natureza por meio das Unidades de Conservação ou se a “cisão histórica” homem-natureza foi difundida através das matérias e continuou apresentando o homem como agente externo, predador ou visitante/turista, sem desenvolvimento de ações em prol da conservação dos recursos renováveis.

*“O espetáculo não pode ser identificado pelo simples olhar, mesmo que esteja acoplado à escuta. Ele escapa à atividade do homem, à reconsideração e à correção de sua obra. É o contrário do diálogo”.*  
*(...) A separação é o alfa e ômega do espetáculo. ...)O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado” (DEBORD: 1987; 13-21)*

### c) Unidade na Aparência

Objetivo: Esta categoria objetivou verificar se as matérias difundiram a natureza como uma fonte de lucratividade, de forma utilitarista, atribuindo valores econômicos à natureza, apesar da aparência de preocupação com as Unidades de Conservação e com os recursos renováveis.

*...A verdade localmente em alguns lugares já é verdade em escala universal, que é a referência original da mercadoria, referência que o mundo prático confirmou, ao unificar a Terra como mercado mundial...esta mercadoria total retorna fragmentadamente ao indivíduo fragmentado, absolutamente separado das forças produtivas que operam em conjunto (...)A mercadoria ocupou totalmente a vida social (...)A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente sua ditadura...Sob oposições espetaculares esconde-se a unidade da miséria...o espetáculo não passa de uma forma de unificação feliz, cercada de desolação e pavor; ocupa o centro tranqüilo da desgraça” (DEBORD: 1987; 28-30; 42-43)*

#### 5.1.4 Análise dos Resultados

Os resultados obtidos através das matérias analisadas por categorias foram submetidos a duas análises:

- Análise Quantitativa
- Análise Qualitativa

A análise quantitativa dos resultados produziu informações mensuráveis, sob a forma de estatísticas. A metodologia de análise qualitativa utilizou-se da Técnica “Análise de Conteúdo” (AC).<sup>14</sup> Esta técnica é indicada para a interpretação das

---

<sup>14</sup> Este conjunto de apetrechos é chamado por BARDIN (1977) de análise categorial e pretende “Tomar em consideração a totalidade de um texto, passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido. Isso pode constituir um primeiro passo, obedecendo ao princípio de objetividade e racionalizando através de números e percentagem, uma interpretação que, sem ela, teria de ser sujeita a aval. É

informações obtidas através dos meios de comunicação de massa. BARDIN (1977, p.31) ressalta a dificuldade de se compreender a AC como um método uniforme, alertando para o fato de que é preciso entender a AC não *“como um instrumento”*, mas como *“um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações”*

## **5.2 ANÁLISE DA INTERPRETAÇÃO DOS “CONSTRUTORES DA INFORMAÇÃO”**

Esta abordagem metodológica contemplou as seguintes etapas:

- Seleção dos Jornalistas
- Elaboração, Distribuição e Aplicação dos questionários de pesquisa (em anexo)
- Definição das Categorias metodológicas
- Análise quantitativa e qualitativa das informações obtidas.

### **5.2.1 Seleção dos Construtores da Informação, os jornalistas ambientais**

A seleção dos jornalistas obedeceu aos seguintes critérios, que, embora não excludentes, foram complementares:

- Seleção dos interlocutores identificados pela sociedade midiática;
- Editores em Mídias especializadas
- Presença na Rede Brasileira de Jornalismo ambiental.

---

o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas, da mensagem." (BARDIN:1977)

### **5.2.2 Seleção do Instrumento**

O Instrumento de pesquisa escolhido foi um questionário estruturado, elaborado com base nos objetivos de pesquisa e visou conhecer as interpretações e sugestões dos Construtores da Informação sobre as Áreas Protegidas e sua difusão na mídia de massa. (Anexo).

Foram construídas para este questionário 19 perguntas, algumas das quais com desdobramentos, perfazendo o total de 28 perguntas. As perguntas classificaram-se primeiramente como perguntas “abertas” e “fechadas”. São consideradas “fechadas” as perguntas que apresentaram respostas pré-definidas no formato “múltipla escolha”, no mesmo modelo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

### **5.2.3 Formação das Categorias**

Para a formação de categorias de análise dos questionários, obedeceu-se aos seguintes critérios:

A. Para as perguntas fechadas, considerou-se como uma categoria de análise as alternativas oferecidas como resposta. Para tal, foram computadas a frequência em cada uma delas. As perguntas analisadas desta maneira foram:

1; 3.a; 5;6;7.a; 10.a; 12; 13; 14; 16 e 17.

B. Para as perguntas abertas, embora não houvessem categorias pré-definidas, a categorização funcionou “a posteriori”, pois as categorias emergiram “a posteriori” das respostas e foram identificadas e agrupadas a partir de sua frequência. As respostas para cada uma das perguntas enquadradas nesta classificação que não foram consideradas como representativas para formação de uma categoria foram classificadas como “outros”.

Enquadram-se neste tipo de categorização “a posteriori” as respostas: 2;3;4;7;7.b;8;9;10;11;11.a;12.a;13.a;14.a;15.;16.a;17.a e 18.

C. As categorias do espetáculo, “Natureza Espetáculo; “Separação Consumada” e “Unidade na Aparência” foram utilizadas para todas as perguntas abertas, conforme foram emergindo das respostas.

D. Em relação à categoria “Separação Consumada”, que no caso das matérias vincula-se à cisão homem-natureza, foi acrescido, além deste critério, um segundo viés: a “separação informação do contexto”, identificando a perspectiva dos construtores da informação relacionada com a abordagem simplista e descontextualizada da mídia em relação aos temas apresentados.

E. Em relação à pergunta de nº 19, (Espaço livre para sugestões), a grande maioria não respondeu. Todas as respostas obtidas neste caso dirigiram-se à entrevistadora, desejando “boa sorte” e

enfatizando a relevância deste tipo de pesquisa e não foram, portanto, categorizadas.

#### **5.2.4 Análise das respostas**

A análise das respostas dividiu-se em duas seções: Perfil dos Entrevistados e Percepções, Sugestões quanto à Gestão e Difusão das áreas protegidas

##### **A.Perfil dos Entrevistados**

A seção de perfil dos entrevistados visou identificar idade, formação, tempo de atuação como jornalista, tempo de atuação no segmento ambiental, tipo de especialização e veículos nos quais trabalham os construtores da informação.

##### **B.Percepções e sugestões quanto à difusão das Áreas Protegidas e Temas Conexos**

Esta seção buscou conhecer as percepções dos Construtores com relação aos temas ambientais mais difundidos pela mídia e a conotação simbólica desta difusão; percepções quanto ao conceito de áreas protegidas e quanto à importância das áreas protegidas para a conservação da Biodiversidade; percepções e sugestões quanto à gestão e difusão das áreas protegidas e recomendações para políticas públicas relacionadas com as áreas protegidas.

### **5.3 CRITÉRIOS GERAIS E LIMITES DE ANÁLISE**

- 1- O trabalho possui dois eixos de análise: análise das matérias veiculadas pela Revista Veja e Análise dos Questionários dirigidos aos construtores da

informação. Para cada um destes eixos foram estabelecidas categorias de análise. As matérias foram selecionadas segundo as categorias de manejo do SNUC. Quanto aos jornalistas, estes foram identificados pela presença na sociedade midiática; presença como editores em revistas especializadas e/ou presença e atuação na Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental.

- 2- Para o trabalho de análise das matérias veiculadas na Revista Veja, foram consideradas somente Reportagens e entrevistas, tendo sido descartados os artigos com outros formatos (como notas ou cartas). Da mesma forma, foram descartados artigos publicados na Revista local (Veja Rio ou Veja São Paulo) e artigos publicados em edições especiais, como “Veja Turismo”. Foram consideradas, no entanto, edições especiais com circulação nacional. Para definição destes critérios, tomou-se como base os seguintes parâmetros: em relação às notas, considerou-se que a profundidade de análise necessária não poderia ser alcançada; em relação às Cartas, considerou-se que as mesmas expressam a opinião do leitor e não do Editor da revista e, finalmente, com relação às edições locais, que as mesmas não circulam por todo país, um dos critérios iniciais de seleção do veículo a ser analisado. Da mesma forma, também foram descartadas matérias publicadas em Edições Especiais (como Veja Turismo), pois estas teriam um viés específico para a edição. Quanto às edições locais (VEJA São Paulo e VEJA Rio), as mesmas foram descartadas por não apresentarem o critério de circulação nacional, requerido para este trabalho. Por fim, foram descartadas matérias que, embora tenham aparecido como resultado de busca das terminologias-chave já mencionadas, não possuíam qualquer tipo de relação com o tema das áreas protegidas, estando classificadas sob estas terminologias-chave por

algumas palavras existentes na composição das mesmas, como por exemplo, “Parques”, ou “Proteção”.

- 3- Muitas matérias apareceram como resultados de busca sob várias terminologias-chave. Foram gerados gráficos para cada uma das terminologias-chave, escolhidas de acordo com as categorias de manejo das Unidades de Conservação, mas os mesmos foram excluídos do trabalho, pois os resultados apresentariam distorção devido à eliminação da duplicidade das matérias. O fato de uma determinada terminologia-chave não apresentar resultados de busca, não significaria necessariamente a inexistência de matérias, mas que a matéria já poderia ter sido analisada sob uma outra terminologia-chave.
- 4- Devido às limitações de tempo de execução da pesquisa, não foi possível avaliar se houve ou não uma evolução quantitativa (número de matérias difundidas sobre as áreas protegidas e temas conexos) ou qualitativa (evolução na difusão dos conceitos, inclusão de maior número de fontes de pesquisa, etc.). Também não foi analisado o aumento quantitativo relacionado com o acontecimento de marcos ambientais (Conferências, Congressos, Convenções) ou acontecimentos pontuais (como acidentes e catástrofes). Recomenda-se, neste sentido, a realização de estudos posteriores que possam contemplar uma possível evolução quantitativa e/ou qualitativa relacionada a marcos ambientais e acontecimentos pontuais.
- 5- As imagens relacionadas com as matérias analisadas não foram consideradas nesta análise, por limitações de tempo.
- 6- A categoria “Separação Consumada” apresenta duas distintas formas de análise, já explicadas anteriormente, para cada um dos eixos de pesquisa do

trabalho (matérias analisadas e questionários respondidos pelos construtores da informação). No primeiro caso, a categoria levou em conta a cisão homem-natureza; no segundo, relativo a análise das respostas dos questionários dirigidos aos construtores da informação, considerou-se tanto a cisão homem-natureza, quanto a forma simplista e descontextualizada com a qual os temas são apresentados pela mídia (na perspectiva dos jornalistas).

7- Observações específicas estão inseridas dentro das categorias.

## **6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS:**

### **6.1. O Olhar Da Maior Mídia Impressa Brasileira Sobre As Áreas Protegidas:**

Do total de 375 matérias selecionadas nas 17 terminologias-chave de busca e eliminadas as matérias em duplicidade (presentes em mais de uma terminologia-chave de busca), apenas 61 matérias tiveram relação direta com o tema, a partir da categoria “macro ecossistema”. De acordo com este resultado, obtivemos a média de 1,016666 matéria por mês no período selecionado (52 semanas por ano x 5 anos = 60 semanas = 1,016666). Embora a média de uma matéria por mês possa ser, a princípio, considerada interessante, alguns indicadores devem ser observados detalhadamente.

Constatou-se, primeiramente que, nesse universo de 61 matérias pesquisado, em apenas 7% das matérias algumas terminologias e conceitos são citadas, ainda assim de forma superficial. Referências associadas à biodiversidade, ao SNUC e às categorias de manejo nele previstas são quase inexistentes e, quando aparecem, são apresentados de forma difusa e pouco precisa. Desta forma, para que o trabalho fosse possível, foi necessária a utilização de uma categoria macro de análise, “ecossistemas”.

No período de análise em questão, por exemplo, nenhuma matéria foi encontrada cuja temática fosse o Sistema Nacional de Unidades de Conservação, nem mesmo na época de sua criação, em 18 de julho de 2000. O SNUC e suas tipologias, não receberam sequer menção na mídia impressa analisada.

Esse pode ser um importante indicador com relação à dificuldade da população em conhecer a legislação, o SNUC e suas diferentes categorias de manejo, pois a mídia de massa não dedica espaço editorial de difusão a esta temática e, quando algum tema relacionado é difundido, o mesmo não é apresentado de forma clara.

### **6.1.1. Resultados Com Base Nas Categorias De Análise**

Os resultados de pesquisa com base nas categorias de análise estão subdivididos em dois blocos: Categorias de análise em relação ao Sistema Nacional de Unidades de Conservação e Categorias de Análise em relação à Teoria do Espetáculo. A apresentação dos resultados inicia-se, primeiramente sob a forma estatística, e depois de uma maneira mais qualitativa, com ênfase, principalmente, nas categorias de análise relacionadas com a Teoria do Espetáculo.

#### **6.1.1.1. Categorias de Análise em Relação ao Sistema Nacional de Unidades de Conservação**

##### **6.1.1.1.1. Forma**

- a) Texto descritivo ou
- b) analítico

Apenas 13% das matérias puderam ser interpretadas como tendo uma perspectiva analítica, difundindo vários aspectos da temática e/ou contextualizando atores com interesses e perspectivas opostas. As reportagens analisadas no veículo selecionado apresentaram, portanto, na sua maioria, descrições sem confronto ou interpretação de informações.

Este resultado mostra que o tema das áreas protegidas é apresentado superficialmente na mídia impressa de massa, o que dificulta o processo de assimilação e reflexão crítica pela população.

#### **6.1.1.1.2. Conteúdo**

##### **a) Apresentação dos conceitos referentes ao SNUC e às categorias de manejo propostas**

Nenhuma matéria com referência direta ao Sistema Nacional de Conservação e suas tipologias foi encontrada no universo de amostragem pesquisado, nem mesmo na época da definição legal do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (18 de julho de 2000). O SNUC, e o que ele abriga como conteúdo, não é difundido, portanto pela mídia impressa de maior circulação.

Esta constatação parece ser essencial, quando se considera que a Lei 9985, que estabelece o SNUC já existe há cinco anos e que a Política Nacional de Áreas Protegidas é meta prioritária para o governo brasileiro. Percebe-se, neste sentido, uma grave lacuna na difusão das Unidades de Conservação na mídia impressa analisada. Sugere-se, neste sentido, a criação de uma Assessoria de Imprensa especializada pela Diretoria de áreas Protegidas (MMA), direcionada a editores e jornalistas, com o objetivo de fornecer informações sobre as áreas protegidas diretamente aos construtores da informação.

## **b) Referência a possíveis fontes de informação complementares**

A maioria das matérias (84 %) faz referências a possíveis fontes de informação para pesquisa e aprofundamento de informações. Órgãos Federais de Meio Ambiente, com 59% de menções em relação ao total analisado, foram os mais citados, especialmente o Ministério do Meio Ambiente e o IBAMA.

Em segundo lugar, observam-se referências a Instituições do Terceiro Setor, na sua maioria ONG's Ambientalistas nacionais e Internacionais, como WWF, Greenpeace e SOS Mata Atlântica.<sup>15</sup> Menções a Universidades, referências bibliográficas, Órgãos Municipais e outras fontes de mídia foram as menos citadas.

Estes dados podem conter importantes indicadores para reflexão. O primeiro diz respeito a possível concentração da informação, no que diz respeito à visão da mídia, nos órgãos públicos federais. O segundo indicador parece apontar uma nova tendência: a crescente importância do Terceiro Setor como fonte de informação para a mídia, considerando que, para a mídia impressa de massa analisada, é especialmente o Terceiro Setor, com 51% de menções, o segundo maior gerador de informações, após os Órgãos Federais de Meio Ambiente.

Em contra-partida, um terceiro indicador desponta neste cenário: a Academia, onde grande parte do conhecimento sobre a temática é produzida, foi citada como referência em apenas 15% das matérias analisadas. Em tese, as

---

<sup>15</sup> Neste sentido, o total de menções a Instituições Nacionais foi de 17% e de 34% para Instituições Internacionais.

Universidades, portanto, não são reconhecidas como geradoras formais de conhecimento e como fonte de informação pela mídia impressa de massa.

Recomenda-se, neste sentido, o empreendimento de um esforço por parte das Universidades, em formar parcerias com Instituições do Terceiro Setor e com os Órgãos Governamentais Federais de meio ambiente, no sentido de viabilizar e sistematizar a transmissão do conhecimento adquirido, com base em pesquisas e resultados acadêmicos, articulando alianças para o aprimoramento da difusão das áreas protegidas através da mídia.

### **c) Referência à população local nas áreas de inserção das Unidades de Conservação**

A população local não aparece nas matérias analisadas de forma expressiva, pois apenas 23 % das matérias mencionam as populações locais. Este resultado parece indicar a ênfase limitada dada pela mídia às populações locais e seu papel efetivo na gestão, bem como a lacuna na difusão de possíveis conflitos ou de experiências positivas de inclusão da população local na gestão das Unidades de Conservação.

Esse parece ser um dado importante de pesquisa, uma vez que o Conselho Gestor<sup>16</sup> é previsto pela Lei 9985 e um dos focos mais importantes do Sistema

---

<sup>16</sup> A Lei 9.985 de 18/07/2000, no que se refere à constituição de Conselhos de UC's, destaca em seu capítulo II, artigo 5º, que o SNUC "será regido por diretrizes que: (...) assegurem a participação efetiva das populações locais na criação, implantação e gestão das unidades de conservação e, em seu Capítulo IV, art.29 que "Cada Unidade de Conservação do grupo de Proteção integral disporá de um Conselho Consultivo, presidido pelo

Nacional de Unidades de Conservação é a participação das populações locais na criação e implantação das UC's, pois

*“(...) é fundamental o reconhecimento do patrimônio natural como bem coletivo, que deve ser apropriado e gerido de forma sustentável, democrática e inclusiva. Esta postura, evidentemente, articula-se com a consolidação da percepção do uso e da conservação dos bens naturais como partes de um processo social e econômico de concertação e confronto de interesses, de reconhecimento de identidades políticas, de participação cívica e de construção de valores democráticos nas decisões sobre a vida comum” (LOUREIRO:2003).*

#### **d) Relação entre Unidades de Conservação e Gestão da Biodiversidade**

A análise das matérias selecionadas apontou que a biodiversidade é o tema principal na mídia de massa (66%), embora o enfoque dado à difusão da biodiversidade seja, na sua maioria, utilitarista e a gestão estratégica da Biodiversidade através das Unidades de Conservação apareça apenas de forma periférica.

A “biodiversidade” é vista pela mídia impressa de massa analisada, na maioria das matérias, como uma forma de geração de recursos. A difusão acontece, por exemplo, através do enfoque em atividades turísticas, em chamadas para visitas à determinada área, como as matérias abaixo,

*“Começa neste mês a época ideal para viajar ao Pantanal, sem as chuvas que atrapalham a vida dos turistas entre novembro e abril. Avistar animais fica fácil, pois eles se reúnem em torno de lagoas. A pesca esportiva é permitida, dentro de certos*

---

órgão responsável por sua administração e constituído por representantes de órgãos públicos, de organizações da sociedade civil, por proprietários de terras localizadas e Refúgios de Vida Silvestre ou Monumento Natural, quando for o caso, e, na hipótese prevista no parágrafo segundo do artigo 42, das populações locais residentes, conforme se dispuser em regulamento e no ano de criação da unidade (LOUREIRO, Org.:2003)

*limites. É possível encontrar pacotes entre 1400 e 2600 reais, por pessoa, para três noites, com transporte aéreo incluído...* (Matéria veiculada em 12/05/2004, intitulada “A Estação do Pantanal”.)

*“Parque Turbinado: Com a administração terceirizada, a área das cataratas ganha conforto e atrações”* (matéria veiculada em 20/09/2000, referente ao Parque Nacional do Iguaçu)

A perspectiva utilitarista da geração de riquezas expande-se também ao aproveitamento dos recursos naturais, como exemplificada na matéria abaixo:

*“A Floresta dá dinheiro: os xiitas da ecologia estão errados. A Amazônia pode e deve ser explorada”* (veiculada em 22/08/2001), indicando que *“A Amazônia tem água, vida e muitos tesouros, Com os devidos cuidados, a Amazônia aumentará as riquezas do país(...) Arrancados aleatoriamente, estes benefícios são mal aproveitados, acabam custando caro e tendem a se esgotar junto com a própria floresta (...) mas deixar a riqueza guardada para sempre é uma quimera dinata dso interesses econômicos do mundo e um luxo inconcebível para um país pobre. Cabe por isso procurar a melhor maneira de usufruir estes bens, ferindo na menor medida possível, o ambiente natural”*

Um outro enfoque dado pela difusão midiática é a questão da perda de divisas, como por exemplo na matéria intitulada “O Sertão virou pó”, de 01/09/99:

*“O Sertão virou pó: Um pedaço do Nordeste maior que o Ceará está se tornando um deserto imprestável para a lavoura”*

Este parece ser um indicador que, para a mídia impressa de massa, a difusão da biodiversidade “vende” e é considerada como um assunto para pautas jornalísticas, tanto através do turismo, quanto através de matérias que apontam para as riquezas “provenientes” ou “perdidas” dos recursos naturais renováveis, (com a conseqüente perda de divisas) e que existe uma grande lacuna no que tange à difusão da gestão estratégica da biodiversidade através das Unidades de Conservação com relação à conservação dos recursos enquanto patrimônio natural.

### **e) Abordagem econômica relacionada às Unidades de Conservação**

A análise das relações existentes na difusão midiática das Unidades de Conservação (sempre tendo como base a categoria macro “Ecossistemas”) e as atividades econômicas locais ou nacionais confirmou o percentual obtido com a análise da “Relação das Unidades de Conservação com a Gestão da Biodiversidade”, item 6.B.1.4: o percentual obtido (66%) foi exatamente igual.

Este resultado parece ratificar dois aspectos interessantes: a abordagem midiática no veículo analisado acontece, principalmente através de um viés econômico e, neste cenário, a biodiversidade é a ator principal, difundida, no entanto, através de uma perspectiva utilitarista.

### **f) Menção a Estratégias de Manejo**

Os aspectos relacionados às estratégias de manejo tendem a não ser relevantes nas matérias analisadas, sendo mencionados em apenas 21% das mesmas, como por exemplo, “*Consideramos a caça importante instrumento de manejo e controle ambiental*” (matéria datada de 22/09/1999, intitulada “Bichos de sobra”).

Foi considerado nesta análise como um resultado positivo qualquer menção a “estratégias de manejo”, (embora certos dados não apontassem para estratégias, mas fizessem denúncias de situações relacionadas com a falta delas), como, por

exemplo, o trecho da matéria denominada “Fiscal, espécie rara”, publicada em 28 de janeiro de 2004:

*“A maioria dos parques não tem infra-estrutura para dar apoio aos voluntários (...) Dos doze parques criados desde 1999, nenhum possui sede dentro da sua própria área”*

Vale ressaltar que, em nenhuma das matérias analisadas, a expressão “Plano de Manejo” ou a descrição da obrigatoriedade da existência de Planos de Manejo, prevista na lei 9985, foi citada.

Embora na prática, a maioria das Unidades de Conservação ainda não possua Planos de Manejo ou estratégias de manejo eficientes, este resultado aponta para uma lacuna no reconhecimento, por parte da mídia, da importância da difusão da “falta de estratégias” ou da existência, quando aplicáveis, destes importantes instrumentos estratégicos de gestão que, como elementos centrais do SNUC, deveriam ser construídos participativamente.

#### **g) Menção a Políticas Públicas**

Entre as matérias analisadas, 57 % das matérias não fazem qualquer menção às políticas públicas na atualidade. No entanto, pode-se considerar que, com 43% de menções, existe uma tendência na mídia analisada a fazer referências a Políticas Públicas, como por exemplo, no trecho extraído de matéria veiculada em 23/02/2000, intitulada “Mar de jacarés”, que apresenta uma denúncia:

*“O Brasil tem uma das legislações de proteção de fauna mais rigorosas do mundo. A caça é proibida por lei federal desde 1967 e mesmo a amadora só é permitida no Rio Grande do Sul. Tamanho rigor não impede que a caça seja praticada nos quatro cantos do país”.*

Isso parece indicar que as Políticas Públicas começam a entrar no contexto da difusão midiática, apontando para um cenário de difusão positivo neste aspecto.

### **6.1.1.2. Categorias de Análise em Relação à Teoria do Espetáculo**

#### **6.1.1.2.1. Categoria de Análise: Separação Consumada**

Conforme já descrito, esta categoria visa analisar se o homem aparece como parte integrante da natureza na análise sobre as Unidades de Conservação ou se é apresentado como agente externo, apresentado como agente predador ou visitante/turista, sem que a matéria mostre com a presença do mesmo, o desenvolvimento de ações em prol da conservação dos recursos naturais.

O resultado obtido mostra que em 77% das matérias o homem é apresentado como agente externo à natureza, reforçando a cisão homem-natureza, uma das questões centrais na perspectiva da discussão sobre a proteção da natureza. Esta afirmação é ilustrada a seguir em alguns textos extraídos das matérias analisadas:

*“O perigo maior somos nós, as pessoas, a civilização que teima em comprimir as fronteiras da mata” (Matéria veiculada em 25/02/2004, intitulada “Paraíso cercado e ameaçado”)*

*“Uns querem fechar acesso à paraísos ecológicos. Outros acham que o exagero vai criar privilégios”. (Matéria veiculada em 18/02/2004, intitulada “A guerra natural”)*

*“Um megaestudo realizado por biólogos americanos, divulgado há três semanas, estima que, se nada for feito para reduzir a ação predatória do homem, os corais podem desaparecer em menos de cem anos”.(Matéria veiculada em 03/09/2004, intitulada “ A rapina dos corais”)*

*“Para chegar a Carolina, o turista não tem muito trabalho (...) A maioria desses turistas quer roteiros onde existem infra-estrutura adequada, áreas preservadas e de elevado valor ecológico e cultural e disponibilidade de recursos humanos capacitados, como guias bem treinados. Natureza só não basta – admite Caio Luiz de Carvalho, presidente da Embratur”. (Matéria veiculada em 06/10/199, intitulada “As paisagens intocadas”)*

*“Hoje é o lugar mais visitado por turistas (refere-se aos Ilhéus da Ilha do Mel no Paraná). Gente que perde o fôlego com a paisagem mágica mas não abre mão de um frigobar no quarto da pousada e boas refeições”. (Matéria veiculada em 29/03/2000, intitulada “Praia do ano 2000”)*

*“Em menos de dez anos, a agressão causada pela agricultura, pela pecuária e pela exploração madeireira destrói uma paisagem que a natureza levou milhares de anos para montar” (Matéria veiculada em 26/04/2000, intitulada “A solidão mata”)*

*“Individualmente, as agressões citadas acima seriam absorvidas pelo ecossistema global, acostumado a desastres naturais. O problema é a orquestração. Sem se dar conta, 6 bilhões de seres humanos se tornaram um fardo pesado demais para o planeta.” (Matéria veiculada em 21/08/2002, intitulada “A Terra pede socorro”)*

### **6.1.1.2.2. Natureza Espetáculo**

*“O espetáculo não esconde que alguns perigos cercam a ordem maravilhosa que ele estabeleceu. A poluição dos oceanos e a destruição das florestas equatoriais ameaçam a renovação de oxigênio na Terra; a camada de ozônio não suporta o progresso industrial; as radiações de origem nuclear se acumulam de modo irreversível. O espetáculo conclui que isso não tem importância. Só está preocupado em discutir datas e doses. Com isso ele consegue tranquilizar; coisa que um espírito pré-espetacular teria considerado impossível” (DEBORD:1987;p,193)*

O objetivo desta categoria é verificar se a difusão das Unidades de Conservação utiliza-se de espetacularizações negativas como catástrofes, desmatamentos e incêndios ou espetacularizações positivas, como beleza cênica e paraísos naturais para difundir as Unidades de Conservação (ecossistemas).

A maioria analisada (52 %) apresenta a natureza de forma espetacular. Destes 52%, mais da metade (53%) desta difusão é apresentada na sua forma considerada “negativa” (catástrofes, incêndios, desmatamentos, etc.) e 47 % na sua forma “positiva”, difundindo beleza cênica natural, na sua maioria com foco nas possibilidades turísticas da região.

Este dado parece indicar que a catástrofe continua sendo a tônica da difusão . A percepção relativa às espetacularizações midiáticas é ilustrada a seguir:

*“De tempos em tempos, um mais novo balneário aparece como a mais perfeita tradução do paraíso. (...) é com este tipo de encanto que a Estação Ecológica, localizada na entrada da Baía de Paranaguá, vem recebendo cada vez mais turistas”. (Matéria veiculada em 29/03/2000, intitulada “Praia do ano 2000”, sobre a Ilha do Mel, no Paraná)*

*“Em mergulhos rasos pode-se observar o espetáculo promovido por dezenas de peixinhos coloridos (...) As áreas de preservação apresentam paisagens mais selvagens e cada vez mais deslumbrantes” (Matéria veiculada em 08/12/1999, intitulada “Verão submerso”)*

*“O país vive perigosamente à beira de um desastre ecológico” (Matéria veiculada em 17/05/2000, intitulada “Licença para cortar”)*

*“ O Ritmo atual de destruição da Amazônia é um dos maiores registrados em todos os tempos. (...) Depois de um brevíssimo período de estabilidade, Amazônia voltou à UTI ambiental”. (Matéria veiculada em 23/05/2001, intitulada “Um campo de futebol a cada 8 segundos”)*

*“O espetáculo, raro no mundo (refere-se a presença de baleias em Laguna, Santa Catarina), ocorre entre os meses de maio a outubro (...) Para garantir que o show continue, o Governo vai criar no local uma Área de Proteção Ambiental (APA). (Matéria veiculada em 16/06/1999, intitulada “Berçário gigante”)*

*“Uma nuvem de poluentes do tamanho de três Brasis e com 3 quilômetros de espessura cobre uma parte da Ásia, onde vive um quinto da humanidade. Jacarta, na Ásia, envolta por poluentes, apresenta 15% de redução na luz solar (...) Nessa conta já estamos no vermelho, com a dívida contraída com a Mãe Natureza crescendo de forma assustadora”. (Matéria veiculada em 21/08/2002, intitulada “A Terra pede socorro”)*

### **6.1.1.2.3 Unidade e Divisão na aparência**

Na análise realizada, 46% das matérias classificaram-se na categoria “Unidade e divisão na aparência”, por apresentar a temática das Unidades de Conservação de forma utilitarista, mostrando aspectos e possibilidades de lucro ou perda do mesmo através da utilização dos recursos naturais.

*...”o Brasil é um anão no ramo do ecoturismo, uma modalidade que rende fortunas a países sem tantos atrativos” Matéria veiculada em 06/10/99, intitulada: “As paisagens intocadas”*

Esta frase faz uma alusão à possibilidade de utilização do ecoturismo para geração de riquezas – modificação do foco de conservação para o lucro possível com a “mercadoria natureza”.

Embora, ao longo da matéria seja explicado que a exploração a qual o título se refere seria “sustentável”, são destacadas na matéria as possibilidades de lucratividade que a Amazônia oferece:

*“Só o tamanho da Amazônia brasileira, que toma todo o norte do país, dá indicações ululantes de que há muitos tesouros a explorar. Arrancados aleatoriamente, esses benefícios são mal aproveitados, acabam custando caro e tendem a se esgotar junto com a própria floresta(...)Mas deixar a riqueza guardada para sempre é uma quimera diante dos interesses econômicos do mundo e um luxo inconcebível para um país pobre. Cabe, por isso, procurar a melhor maneira de usufruir esses bens ferindo na menor medida possível o ambiente natural”. Matéria veiculada em 22/08/2001, intitulada: “A floresta dá dinheiro”, com subtítulo: “Os xiitas da ecologia estão errados. A Amazônia pode e deve ser explorada”:*

Emerge, desta matéria, um outro aspecto que merece ser levado em consideração: muitos leitores lêem apenas os títulos da matéria, especialmente quando o veículo encontra-se disponibilizado em lugares que poderiam ser chamados “de conveniência”, como salas de espera em consultórios médicos. Neste sentido, o título da matéria, “ A floresta dá dinheiro” e a chamada “ A Amazônia pode e deve ser explorada”, certamente com apelos para atrair a atenção do leitor, podem levar a falsas conclusões.

A seguir, alguns outros exemplos de quantificação de valores e abordagem utilitarista da natureza, que justificam a inclusão da matéria na categoria “Unidade na Aparência“

*“Os pescadores integram uma categoria turística que faz girar 38 bilhões de dólares por ano nos Estados Unidos”(…)*

*“Nos anos 60, quando os brasileiros descobriram a Amazônia, ela fascinava pelos índios e pela água. Depois foram a imensidão do território e a necessidade de integrá-lo ao país (...) Chegou a hora de olhar para as jazidas minerais camufladas na floresta.”(…)*

*“Sabe-se agora que cada folha verde também tem um valor. Estima-se que cada um dos 256 milhões de hectares da Amazônia pode absorver até 160 toneladas de carbono. Imagina-se que, numa bolsa mundial em que países poluidores pagassem para os despoluidores, isso poderia valer 19 bilhões de dólares por ano. E aí vai outra razão para acabar com as queimadas: elas jogam na atmosfera cinco vezes mais carbono que o emitido por toda a geração de energia no país”.*

Outros exemplos de trechos das matérias analisadas que justificam a inclusão na categoria “Unidade na Aparência” são apresentados a seguir:

*“O turismo tem sido um fator decisivo para a democratização desse esporte (mergulho amador). De olho no filão, proliferam os pacotes nas operadoras e agências brasileiras”* Matéria veiculada em 8/12/1999, intitulada: “Verão Submerso”:

*“Apenas ano passado, o milhões de pessoas em 87 países viajaram para ver esses animais, movimentando cerca de 1 bilhão de dólares. O Brasil ainda está engatinhando, mas já mostra sinais de um enorme potencial”* Matéria veiculada em 04/10/2000, intitulada “É possível ver de perto”, sobre a observação das baleias Jubarte:

*“A melhor maneira de ganhar dinheiro aqui é preservando a natureza (...) a preservação da natureza privilegiada e a perspectiva de ganhar dinheiro com o turismo elitizado trouxeram investidores do sul do país”* Matéria veiculada em 28/11/2001, intitulada “Ecologia Chique”:

## **6.2 COM A PALAVRA, OS CONSTRUTORES DA INFORMAÇÃO.**

### **6.2.1. Jornalistas Entrevistados:**

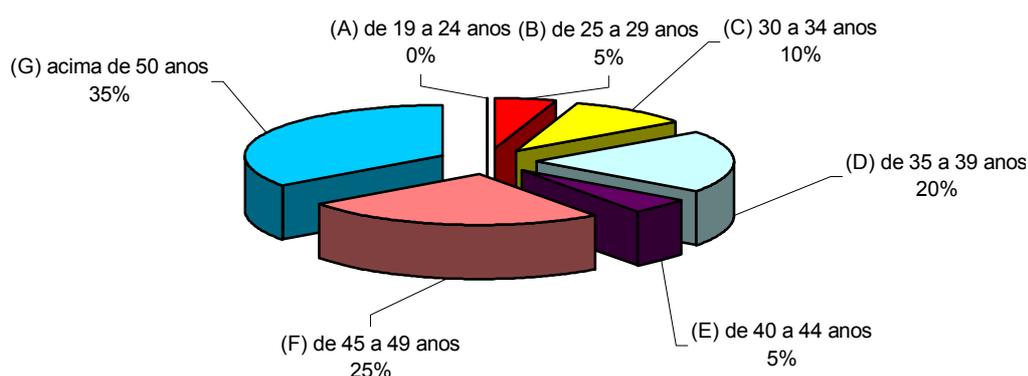
- 1- Adalberto Marcondes
- 2- André Alves
- 3- André Muggiati
- 4- André Trigueiro
- 5- Antônio Carlos Teixeira
- 6- Beth Fernandes
- 7- Carlos Tautz
- 8- Eduardo Geraque
- 9- Elias Fajardo da Fonseca
- 10-Hiram Firmino
- 11-Liana John
- 12-Lúcia Chayb
- 13-Lúcio Flávio Pinto
- 14-Maura Campanilli
- 15-Olga Tavares
- 16-Regina Scharf
- 17-Rogério Raupp Ruschel
- 18-Washington Novaes
- 19-Silvestre Gorgulho
- 20-Vilmar Berna

## 6.2.2 Tabulação e Análise dos questionários

### A) Faixa Etária

<sup>17</sup> Em relação à faixa etária dos entrevistados, a maior parte está acima de 45 anos (60%).

**Figura 2: Faixa Etária**



### B. Formação

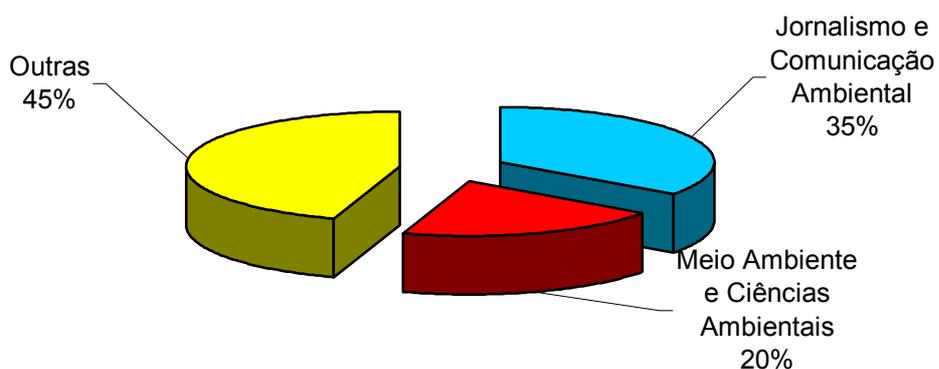
Em relação à formação profissional, 85 % dos entrevistados possui o grau de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e 15 % exerce o jornalismo através da prática profissional, comprovando que a formação em Comunicação Social representa o ponto focal na formação dos construtores da informação. A metade dos entrevistados possui formações adicionais em variados

<sup>17</sup> A classificação etária dos entrevistados seguiu a formatação padrão do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). As faixas etárias foram agrupadas da seguinte maneira: de 19 a 24 anos; de 25 a 29 anos; de 30 a 34 anos, de 35 a 39 anos, de 40 a 44 anos, de 45 a 49 anos e acima de 50 anos.

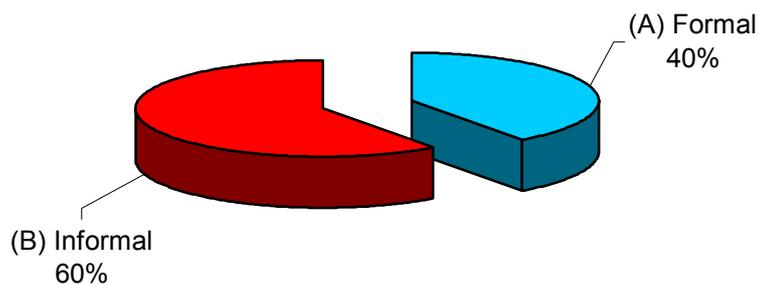
campos do saber. A maioria dos entrevistados (55%) declarou-se especializado em “Ciências Ambientais”, “Jornalismo Ambiental” e “Comunicação Ambiental”, na sua maioria de modo informal.

Como outras áreas de especialização, foram obtidos os seguintes resultados:

**Figura 3: Formações em outras áreas**



**Figura –4 Especialização formal ou informal?**



Quanto aos veículos de comunicação nos quais trabalham e/ou colaboram, foram citados os seguintes veículos:

- Agência de Notícias Ambientais Estação Vida  
[www.estacaovida.com.br](http://www.estacaovida.com.br)
- O ECO – [www.oeco.com.br](http://www.oeco.com.br)
- Circuito MT – [www.circuitomt.com.br](http://www.circuitomt.com.br)
- Agência Envolverde – [www.envolverde.com.br](http://www.envolverde.com.br)
- Greenpeace
- Globo News
- CBN
- ECOPOP
- Jornal “O GLOBO”
- Revista do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável)
- Rádio Viva Rio
- Revista “Caderno de Seguros” – [www.cadernosdeseguro.funenseg.org.br](http://www.cadernosdeseguro.funenseg.org.br)
- Revista “ECO 21”
- Jornal do Meio Ambiente e Jornal do Meio Ambiente on-line –  
[www.jornaldomeioambiente.com.br](http://www.jornaldomeioambiente.com.br)
- Folha do Meio Ambiente – [www.folhadomeio.com.br](http://www.folhadomeio.com.br)
- Revista “Agroanalysis”
- Revista “Foco Economia & Negócios”
- Revista “Caros Amigos”

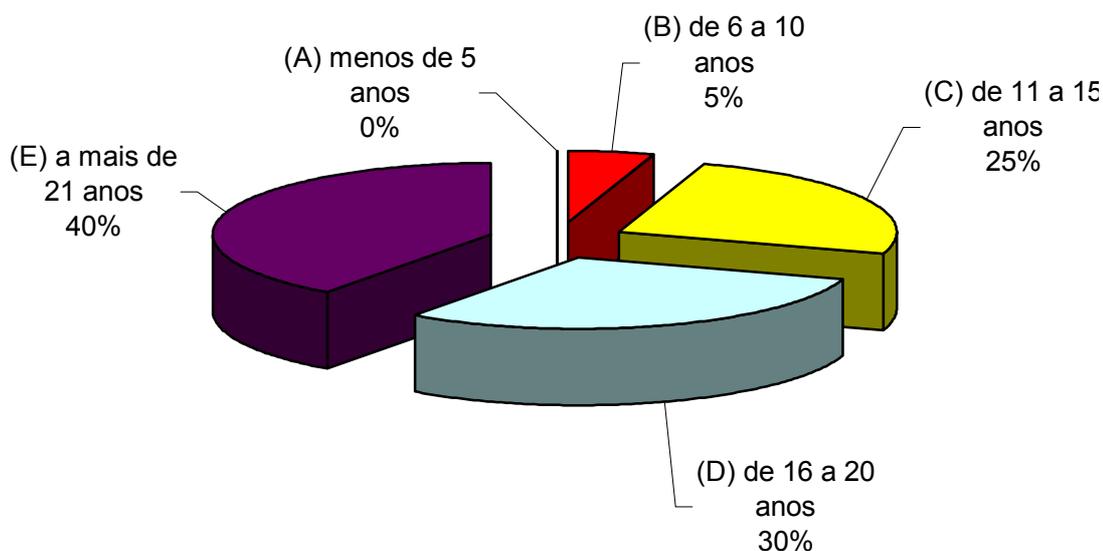
- **Agência Fapesp de Notícias**
- **Globo Ecologia**
- **Revistas “Senac e Educação ambiental”**
- **Revista “Terra da Gente”**
- **Suplemento “JB Ecológico”**
- **Revista “Diga lá” do Senac Nacional**
- **Revista “Imprensa”**
- **Caderno “Prosa e Verso” – O Globo**
- **Jornal do Brasil**
- **TV EPTV**
- **Jornal Pessoal**
- **Revista do Meio Ambiente Industrial**
- **Revista Business Travel Magazine**
- **Portal Turismo e Sustentabilidade**
- **Jornal “O Estado de São Paulo”**
- **Jornal “O Popular” (Goiânia)**
- **TV Cultura (SP)**
- **“Jornal de Brasília”**
- **Revista “SRAs & SRs”**
- **Mais Brasil**

### **C. Tempo de exercício da profissão**

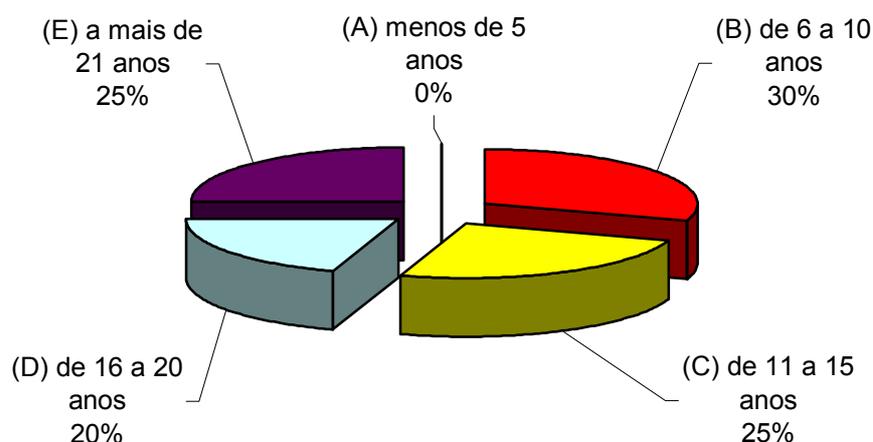
Com relação ao tempo de atuação profissional, 70% dos entrevistados exerce a profissão há mais de 16 anos. Na área ambiental, este percentual cai para 45 % dos entrevistados.

A Temática ambiental é relativamente recente no país, e este resultado pode ser um reflexo da progressão dos temas ambientais na pauta jornalística.

**Figura 5: Tempo de exercício da profissão**



**Figura 6: Tempo de exercício na área ambiental:**



#### D. Principais temas enfocados na cobertura ambiental

Dentre todos os temas, a categoria “Natureza Espetáculo”, englobando “acidentes, catástrofes e desastres” e “desmatamentos, secas e queimadas” apareceu 24 vezes, o que corresponde a quatro vezes mais que o segundo lugar na lista dos temas mencionados (questões urbanas como lixo e saneamento).<sup>18</sup>

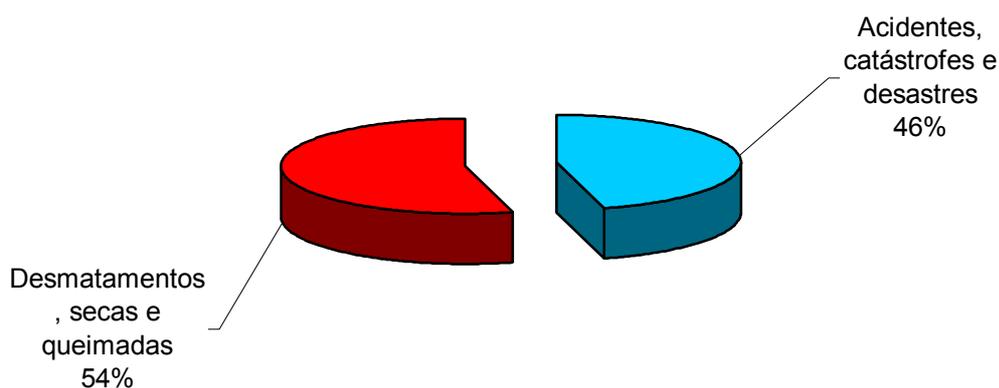
Para os jornalistas, portanto, a mídia espetaculariza os fatos. No entanto, a espetacularização no seu viés positivo (natureza paradisíaca, ecoturismo) não figura como um dos temas mais difundidos para os entrevistados, tendo sido citados

<sup>18</sup> Devido ao número de vezes que os temas “desmatamentos, secas e queimadas” apareceram, estes foram considerados em separado das outras temáticas, para fins de quantificação detalhada, mesmo estando dentro da categoria “Natureza-espetáculo”.

somente duas vezes. A catástrofe é, para os jornalistas, o foco central da difusão midiática.

Da mesma forma, para os jornalistas, a “biodiversidade” não é difundida, tendo aparecido apenas em uma citação. Áreas Protegidas, Unidades de Conservação e/ou SNUC não figuram como temas difundidos na perspectiva dos jornalistas.

**Figura 7: Desmatamentos, secas e queimadas / acidentes, catástrofes e desastres.**

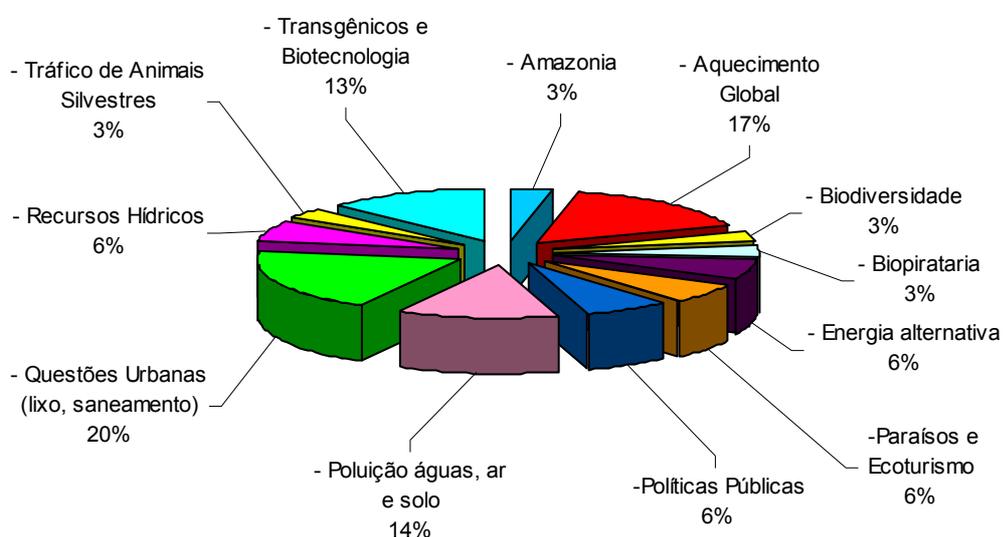


#### Outros temas:

| OUTROS TEMAS                          |   |
|---------------------------------------|---|
| - Amazonia                            | 1 |
| - Aquecimento Global                  | 5 |
| - Biodiversidade                      | 1 |
| - Biopirataria                        | 1 |
| - Energia alternativa                 | 2 |
| - Paraísos e Ecoturismo               | 2 |
| - Políticas Públicas                  | 2 |
| - Poluição águas, ar e solo           | 4 |
| - Questões Urbanas (lixo, saneamento) | 6 |
| - Recursos Hídricos                   | 2 |
| - Tráfico de Animais Silvestres       | 1 |

Os outros temas citados também foram quantificados “a posteriori”, e agrupados em categorias, conforme a figura abaixo:

**Figura 8: Divisão de “outros temas” por menção:**

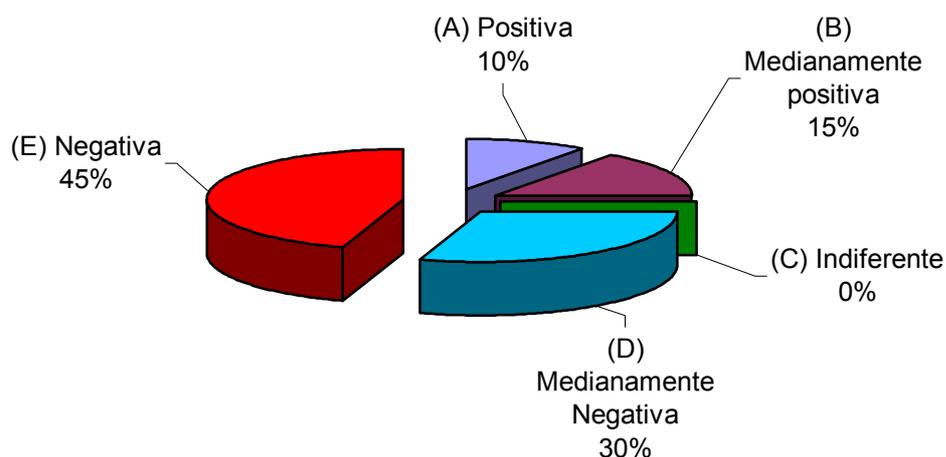


## E. Conotação simbólica dos temas difundidos

Em relação à pergunta relativa à conotação simbólica dos temas mais difundidos pela mídia, 75% dos entrevistados respondeu que é negativa ou medianamente negativa.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Os jornalistas que responderam “positiva” e “medianamente positiva” referiram-se à mídia especializada. As respostas relacionadas com a conotação simbólica “Negativa” e “medianamente negativa”

**Figura 9: Conotação simbólica dos temas ambientais difundidos pela mídia**



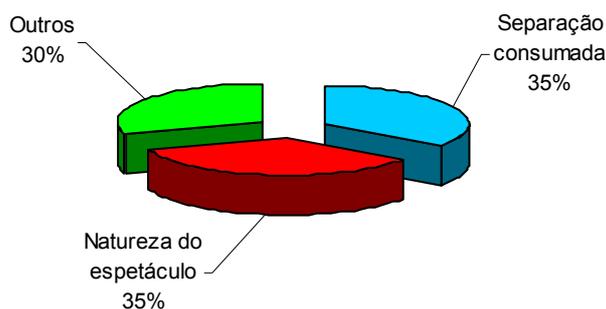
Quando perguntados porque, suas respostas foram classificadas como 35 % categoria “Separação Consumada”, 35% “Natureza Espetáculo” e 30% “Outros”.

Este resultado parece indicar que a perspectiva da natureza difundida trabalha mais na catástrofe e menos na construção e educadora.

**Figura 10: Qual a razão desta conotação?**

---

foram categorizadas em “Separação consumada”; “Natureza Espetáculo” e “outros”. A categoria “Unidade na Aparência”, vinculada à valoração econômica da natureza, não figura como relevante.



### Detalhamento de "outros":

- Valoração econômica
- Falta de preparo dos profissionais da imprensa
- Cobertura pontual
- Lobby
- Cobertura mídia verde é positiva

**Separação Consumada:** <sup>20</sup>Seguem algumas respostas dos jornalistas, exemplificando porque consideram a cobertura dada à temática negativa e sua inclusão na categoria “Separação Consumada”:

*“Considero negativa porque a cobertura da imprensa aborda esses temas **fora de um contexto mais amplo e complexo, que o os situe dentro das dinâmicas sócio ambientais.** Em minha opinião, essa postura é, muitas vezes, deliberada. Assim, por exemplo, em relação ao desmatamento, muitas vezes a reportagem sobre o tema aborda a área de floresta perdida, compara com campos de futebol, traça a série histórica do desmatamento e fala sobre as implicâncias em termos de política externa para o país.”*

(Neste parágrafo, o jornalista refere-se a uma matéria publicada pela revista Veja em 23 de maio de 2001, “Um campo de futebol a cada 8 segundos”.)

*“No entanto, no momento de abordar as causas, acaba **simplificando o discurso**, sem apontar que a dinâmica do desmatamento está apoiada em uma política de ocupação do solo e de expansão agrícola absolutamente insustentável. Tampouco aborda o fato de que esse lucro fácil da atividade agrícola implica em um imenso prejuízo em termos de biodiversidade e recursos hídricos, estrategicamente importantes para o país. Mais alarmante ainda se dá o inverso, quando na cobertura econômica a imprensa divulga os recordes de exportação e seu peso na balança*

<sup>20</sup> Os depoimentos dos jornalistas não são denominados para proteção dos mesmos.

*comercial, sem mencionar que isso se dá com custos ambientais altíssimos Essa maneira deliberada de tratar esses assuntos complexamente encadeados, de **forma editorial compartimentalizada**, acaba causando no leitor a sensação de que a destruição ambiental seria um mal necessário para o desenvolvimento e, além disso, inevitável. Some-se a isso, a ausência total de reportagens investigativas na imprensa, sobre temas ambientais.”*

*“...A notícia de acidentes serve para alertar e ativar o controle social; não é de todo positiva porque a cobertura pára por aí, sem aprofundar a compreensão sobre os temas abordados.*

*“Na maioria das vezes, a imprensa se debruça apenas sobre parte do problema. A grande imprensa escrita, por exemplo, tende a focar apenas o aspecto científico da questão analisada. Existiriam outros como o social, cultural e até filosófico.”*

*“Principalmente por induzir de certa forma a opinião pública a ter uma visão simplista e superficial dessas questões.”*

*“Acredito que a abordagem sobre meio ambiente não é totalmente negativa porque atualmente se fala mais sobre meio ambiente (isso por si só já é um aspecto positivo). No entanto, a cobertura em geral mostra a questão ambiental como um problema isolado ou, pior, em contraponto às demais questões, como política, economia, problemas sociais. O comum é vermos na mesma edição de um jornal (impresso ou eletrônico), por exemplo, uma matéria falando sobre as conquistas do agronegócio e como isso é benéfico para o país e mais adiante uma outra falando sobre a perda da diversidade ou extinção de uma espécie e outra sobre conflito agrário na mesma região (como se uma coisa não tivesse nada a ver com a outra)”*

*“As matérias sempre apresentam esses temas como se o problema fosse resultado da ação do outro: quem vê, ouve ou lê as reportagens não se identifica como sendo também um ativo colaborador dessas situações. É preciso que as mídias informem ações de educação ambiental que previnam ou evitem esses acontecimentos.”*

**Natureza Espetáculo:** <sup>21</sup> Seguem algumas respostas ofertadas pelos jornalistas, exemplificando porque consideram a cobertura dada à temática espetacular e sua inclusão na categoria.

*“Normalmente, o espaço reservado pela mídia aos assuntos ambientais privilegia mais fortemente as situações de crise, as catástrofes, os acidentes, as tragédias. No jornalismo espetáculo, as melhores manchetes, as melhores imagens, estão relacionadas à eventos dessa natureza.”*

---

<sup>21</sup> Matérias que chamam atenção pela lógica espetacular, veiculando desastres, desmatamentos ou paraísos ecológicos.

*“Na maioria das vezes, é dado um enfoque sensacionalista, mas em algumas coberturas pode-se encontrar algo mais reflexivo e positivo”*

*“Porque a agenda ambiental só é lembrada e forma opinião quando a mídia a enfoca, repito, como tragédia.”*

*“Porque a mídia só vê o meio ambiente quando ele é atingido drasticamente e aquela pauta pode gerar mais atenção. Contudo, apesar da crítica, não há uma orientação, não há propostas de alternativas, enfim, não há o compromisso em acompanhar aquela questão para poder discuti-la com a sociedade e formar opiniões ou criar consciência crítica com poder de mobilização e ação.”*

*“Na chamada Grande mídia, principalmente acidentes e problemas ambientais enquanto permanecerem visíveis. Na mídia especializada, depende do enfoque do veículo em seu público-alvo. No caso do JMA, são formadores e multiplicadores de opinião em meio ambiente, daí a pauta ser diversificada e procurar cobrir todo o espectro da complexa questão ambiental.”*

Também foram mencionadas razões como “Falta preparo dos profissionais”

*“A grande imprensa não tem muitos profissionais preparados para atuar na área ambiental. Faltam conhecimentos específicos e os lobbies econômicos são muito poderosos. Os jornalistas mais experientes preferem não abordar o tema a correr o risco de escrever bobagens”*

## **F. Definição para “Áreas protegidas”, no olhar dos construtores da informação**

Os jornalistas atribuem relevância ecológica às áreas protegida e são conscientes de sua importância para a conservação da biodiversidade. Duas categorias emergiram “a posteriori”<sup>22</sup> a partir das respostas, com relação à definição das Áreas Protegidas: **“Relação das Áreas protegidas com a Legislação”** e **“Relação das Áreas Protegidas com a Proteção da Biodiversidade”**. A seguir algumas respostas que caracterizam estas categorias:

---

<sup>22</sup> As categorias “a posteriori” para as perguntas abertas foram quantificadas pelo número de respostas que abordam determinado tema, conforme explicado na metodologia do trabalho.

### **F.1 Relação das Áreas Protegidas com a Legislação:**

*“São áreas de relevante interesse ecológico, para a biodiversidade, recursos hídricos e populações que, eventualmente, nelas habitem, as quais necessitam de um status diferenciado de proteção legal”.*

*“Aqueles sujeitas a uma legislação específica que normatiza o acesso a elas e seus usos”.*

*“Áreas terrestres, lacustres ou marítimas com recursos naturais muito significativos, legalmente estabelecidas pelo governo federal e demarcadas para a conservação, manutenção e manejo de toda a biodiversidade”*

### **F.2 Relação das Áreas Protegidas com a Biodiversidade:**

*“Toda área com relevância para a preservação ou conservação, seja do ponto de vista antropológico, arqueológico ou biológico”.*

*“Existem muitos tipos de áreas protegidas, de acordo com o nível de proteção. São níveis diferentes de conservação, em função do maior fechamento ou da maior abertura. Quanto à definição, diria que são áreas onde seria possível a conservação da biodiversidade e dos biomas; espaços legalmente protegidos, mas muito pouco protegidos na prática. Na prática temos, verdadeiramente, muito poucas áreas protegidas de verdade. Não existe proteção para as grandes áreas e em grande parte as reservas legais na prática são “áreas de ficção”.*

*“Áreas protegidas são áreas selecionadas para serem defendidas, com o objetivo de não perderem sua característica biológica ou cultural. Uma área que possui representatividade botânica, faunística, de recursos hídricos ou de paisagem visual que precisa ser preservada. Uma área que não pode ser degradada, tal sua importância sócio-cultural-ambiental. Uma área que para o bem do homem, do ambiente e do próprio planeta deve ser mantida sob vigilância para conservação da biodiversidade”.*

*É absolutamente fundamental. Sem a existência das áreas protegidas todos os ecossistemas correm sérios riscos de destruição. Um caso típico é o do Cerrado, um ecossistema com data marcada para desaparecer. As áreas protegidas são, hoje em dia, um dos principais instrumentos para a conservação da biodiversidade.*

Esta resposta enquadra-se tanto na Relação das Áreas Protegidas com a Legislação, quanto na Relação das Áreas Protegidas com a proteção da Biodiversidade”:

*“São áreas de relevante interesse ecológico, para a biodiversidade, recursos hídricos e populações que, eventualmente, nelas habitem, as quais necessitam de um status diferenciado de proteção legal”. (A. M.)*

### **F.3 Categorias do Espetáculo**

A única categoria emergente nesta pergunta com relação às categorias do espetáculo foi “Separação Consumada”:

*“São áreas em que a atividade humana é proibida total ou parcialmente. Existem diferentes níveis de proteção estabelecidos por lei. O objetivo, em geral, é assegurar a preservação de recursos naturais ameaçados”*

*“A presença do homem sempre é problemática, além disso as Áreas Protegidas apresentam problemas de gestão. Costuma-se brincar na Amazônia que o Hotel Tropical tem mais funcionários em Manaus do que o IBAMA tem na Amazônia inteira. É uma brincadeira, mas não deixa de ser verdade”.*

*“Por lei, são regiões que não podem sofrer nenhuma exploração pelo homem”.*

*“Áreas preservadas da ação predatória do homem, na forma de parques, reservas, estações ecológicas, RPPNs, etc”.*

*Algumas das citações acima trazem à tona que existem equívocos conceituais nas percepções dos jornalistas. Para os jornalistas não é de todo clara a legislação 9985, que especifica os diferentes tipos de áreas protegidas, que, de acordo com seu grau de proteção, permitem o uso dos recursos naturais de forma sustentável e estimulam a participação do homem em seu processo de gestão.*

## **G. Importância das áreas protegidas para a conservação da biodiversidade na percepção do jornalista**

Duas categorias emergiram “a posteriori” desta pergunta: **“Importância das Áreas Protegidas como uma possibilidade de fazer face ao modelo econômico atual”** e **“Importância das Áreas Protegidas como reserva de Patrimônio Natural”**.

### **G.1 Importância das Áreas Protegidas como uma possibilidade de fazer face ao modelo econômico atual**

*“As áreas protegidas são fundamentais para a conservação da biodiversidade. As atividades econômicas que utilizam insumos naturais não têm limites. Portanto, é preciso limitar o acesso a áreas que estão entre as mais ricas em termos de biodiversidade do mundo”.*

*“Com o modelo econômico de desenvolvimento atualmente existente, a única maneira de proteger a biodiversidade é criar áreas protegidas”.*

*“Trata-se de uma espécie de “reserva de mercado”, um dispositivo artificial que impede o avanço de um modelo de desenvolvimento que tradicionalmente se opõe à conservação”*

### **G.2 Importância das Áreas Protegidas como reserva de Patrimônio Natural**

*“A importância é estratégica. A diversidade biológica é entendida como um patrimônio que precisa ser conhecido, preservado e racionalmente explorado. A ocupação desordenada e o desenvolvimento de inúmeras atividades associadas à essa ocupação degradam o meio natural e ameaçam a biodiversidade. Num mundo em que a biotecnologia é entendida como um filão riquíssimo de oportunidades para a geração de riquezas sem a destruição do meio ambiente, a proteção da biodiversidade é uma demanda que deveria ser compartilhada pelo Estado, Terceiro Setor e iniciativa privada. Mas a proteção não se resolve apenas no papel. É preciso investir na infra-estrutura necessária para que a proteção ocorra de fato. Este é o nosso grande problema”.*

*“Elas são as Arcas de Nóe do amanhã, se o amanhã for preservado”*

### **G.3 “Separação Consumada”<sup>23</sup>:**

*“São vitais para a conservação da biodiversidade, de todas as cadeias genéticas, da cadeia alimentar. É muito difícil fazer a proteção com a presença humana. Houve um Congresso em 1973/1974 nos Estados Unidos, o “Congresso de Parques Nacionais dos Estados Unidos”, que visava discutir, entre outras coisas, a ocupação humana nos parques, até mesmo, por exemplo, a presença de lanchonete. A questão que surgiu foi: “Seria possível o binômio “convivência humana x conservação”? O Congresso foi interrompido, por um ano, para que se pensasse nestas questões, e acabou não sendo retomado”.*

*“É fundamental a existência de áreas protegidas para a conservação da biodiversidade quando se considera a expansão desordenada da ação humana sobre os ecossistemas”.*

*“O problema é que pressupõe, por um lado, que, o que não está protegido numa determinada área, então pode ser usado sem os mesmos critérios de cuidados ambientais, o que não é verdadeiro, e, por outro, que o que está protegido como área natural, não pode ser tocado sob pena de ser destruído, o que também não é verdadeiro”.*

Dois temas, além destes, emergem como relevantes na opinião dos jornalistas, com alta frequência de respostas<sup>24</sup>: “Importância do Trabalho com as Populações do Entorno” e “Importância da efetivação das ações com relação às áreas protegidas - Das Áreas Protegidas no Papel às Áreas Protegidas de Direito”:

### **G.4 “Importância do Trabalho com as Populações do Entorno”**

<sup>23</sup> Categorias do Espetáculo, a categoria emergente foi “Separação Consumada”

<sup>24</sup> Esses temas não foram considerados como “categorias a posteriori”, pois não respondiam à pergunta.

*“Se mantiverem a população realmente tradicional no próprio lugar, com as práticas de uso que no fundo garantiram o equilíbrio sócio-biológica da área, sim, avalio que as áreas protegidas têm a sua importância.*

*“A ciência mostrou que elas são importantes. Do ponto de vista social é interessante também que as chamadas comunidades tradicionais possam viver em regiões conservadas, desde que em sistemas de cooperação entre si e de respeito ao meio ambiente”.*

### **G.5 “Importância da efetivação das ações com relação às áreas protegidas - Das Áreas Protegidas no Papel às Áreas Protegidas de Direito”:**

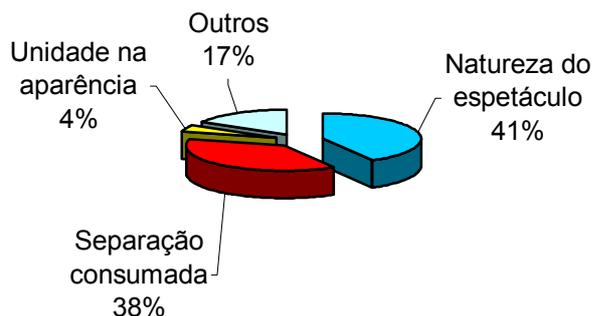
*“Desde que a proteção seja efetiva e nela se realizem estudos e experimentos, é de importância vital para o conhecimento dos processos naturais e seu uso em favor dos seus habitantes”*

*...”não basta que elas existam no papel. Qualquer área protegida só cumpre sua função se estiver realmente estabelecida”*

### **H. Maneira pela qual a mídia tem divulgado as áreas protegidas**

Segundo a Teoria do Espetáculo, a mídia tem divulgado as áreas protegidas da seguinte maneira: 41 % dos jornalistas considera a difusão espetacular; (Natureza Espetáculo) enquanto que 38% referem-se a difusão como “algo descontextualizado, pontual, sem aprofundamento”, (Separação Consumada) A categoria “Unidade na aparência” não aparece como relevante.

### **Figura 11: Maneira pela qual a mídia tem divulgado as áreas protegidas**



#### **Detalhamento dos "outros":**

- Desconhecimento da temática pelos jornalistas
- Viés conservacionista da mídia, sem modelo de desenvolvimento

### **H.1 Categoria “Natureza Espetáculo”**

*“Na maioria das vezes, é dado um enfoque sensacionalista, mas em algumas coberturas pode-se encontrar algo mais reflexivo e positivo.”*

*“O noticiário sobre áreas protegidas se restringe aos “paraísos” e/ou a denúncias sobre fiscalização, problemas fundiários. Essas áreas também são lembradas toda vez que se divulgam os índices de desmatamento da Amazônia, quando a sociedade cobra respostas do governo e este responde criando algum parque ou reserva, muitas vezes apenas no papel, ou, ainda, editando novas leis a reboque da crise”*

*“Na minha opinião, são dois os principais enfoques: um é circunstancial, espetacular. O outro é o enfoque sob o olhar turístico”*

*“Como a cobertura é cíclica, provocada por fatos traumáticos, as informações não seguem um processo cumulativo. Por isso, o conhecimento da opinião pública está sempre começando. E avança pouco”.*

### **H.2 Separação Consumada:**

*“Varia muito, porém quase sempre dentro do critério de descontextualização já apresentado em resposta anterior. A chamada “grande imprensa” costuma adotar um tom de “celebração” no momento da criação da área protegida. O problema está no fato de a mídia não se concentrar nos momentos seguintes à criação da área. Ela é criada e, a seguir, esquecida. Como se a simples mudança de seu status legal fosse suficiente”.*

*“Surpreendentemente bem, como pedaços da natureza a ser salva. Positiva”.*

*“Quando as Áreas Protegidas são criadas, a mídia divulga, depois normalmente não se fala mais disso. Isso tem reflexos no conhecimento da população sobre a importância das áreas protegidas. Normalmente a população as vê como algo “alheio e emparedado”, porque não tem acesso às informações e muitas vezes nem pode visitar as áreas protegidas”*

*“De maneira, às vezes, irresponsável, como matéria da VEJA, 11/2/04, Tem Gringo no Mato, apoiando o trabalho dos pesquisadores estrangeiros (cerca de 10 mil!) na Amazônia, sem, inclusive, esclarecer o leitor dessas pesquisas.”*

Alguns jornalistas, além de caracterizar a difusão como espetacular, fizeram ainda diferenciação entre a difusão através da Mídia de Massa e da Mídia Verde:

*“Há que diferenciar a grande mídia da mídia especializada em meio ambiente. Na grande mídia há que diferenciar a mídia eletrônica da mídia impressa. Ambas tratam, de certa forma, a questão ambiental sob um mesmo aspecto. Na mídia eletrônica há, ainda, que diferenciar os programas jornalísticos dos programas especiais, tipo Globo Repórter ou Globo Ecologia. O importante seria incluir a questão ambiental nos programas jornalísticos, mas aí a mídia divulga a questão ambiental apenas quando tem imagens fortes, incêndios, queimadas, derramamentos de óleo, poluição agressiva, etc. Nos programas especiais, o meio ambiente é tratado pela curiosidade e pela beleza dos lugares, dos pássaros, dos bichos, da selva, etc.*

*Apenas a mídia ambiental trata a questão ambiental como um processo educativo, um processo de mudanças de padrões de consumo, de mudança de padrões de produção, etc”.*

*“É um tema bem representado na mídia especializada (Horizonte Geográfico, Terra da Gente, revistas de companhias aéreas), mas muito raro em mídias mais tradicionais (exceção são alguns poucos programas televisivos, como o Globo Repórter, que se vale da beleza das paisagens)”.*

*“Quanto à Grande mídia, ou para denunciar queimadas e problemas ou como destino de ecoturismo. Na mídia ambiental, dependendo do veículo, para informar sobre descobertas científicas, política ambiental, divulgação de projetos ambientais, etc”.*

*Pode-se concluir que, para os construtores da informação, a difusão das Áreas Protegidas é parte do processo espetacular. Na percepção dos jornalistas, a mídia difunde a natureza de forma sensacionalista, quando deveria proporcionar a possibilidade de educação e formação para o leitor. São veiculados na mídia de massa temas que tendem a “chamar atenção do leitor, sem continuidade. De uma forma geral estes temas vêm acompanhados de imagens espetaculares, reais e simbólicas de espetáculo, positivo e negativo, desde que carreguem em si efeitos de sedução, de forma a “estetizar o cotidiano”, confirmados através da Teoria Crítica de Debord:*

*“No espetáculo, o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência...O espetáculo não é, contudo, um conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens...Sob formas particulares, como informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o modelo de vida atual da vida dominante na sociedade.” (DEBORD: 1987; ps 14-20)*

*O poder do espetáculo, tão essencialmente unitário, centralizador pela força das coisas e de espírito perfeitamente despótico, costuma ficar indignado quando se vê constituir-se, sob seu reino, uma política-espetáculo, uma justiça-espetáculo, uma medicina espetáculo, ou outros tantos surpreendentes excessos midiáticos.” (DEBORD:1987: p. 171)*

## **I. Frequência da divulgação na percepção dos jornalistas**

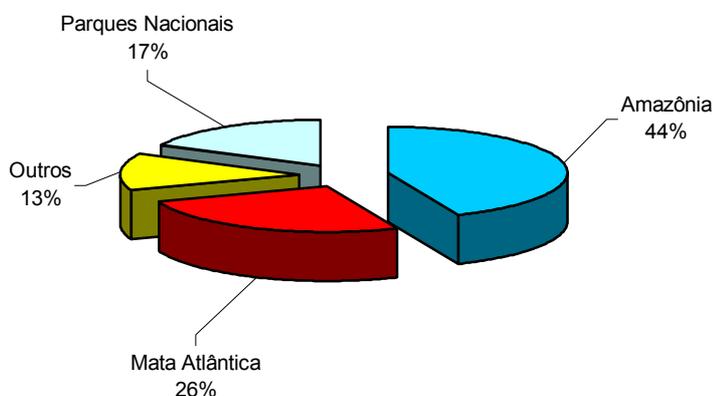
A maioria dos jornalistas (68%) dos jornalistas não pode precisar a frequência da divulgação sobre o tema. Os jornalistas que responderam “semanalmente” fizeram referência à difusão na chamada “mídia verde”, sendo

portanto este resultado, de uma certa forma, enviesado pela falta de clareza na pergunta, que não especificou “mídia de massa”.

### J. Áreas protegidas mais divulgadas pela mídia

Quando perguntados sobre quais as áreas protegidas mais difundidas pela mídia, os jornalistas responderam de forma equivocada, utilizando-se de uma categoria de manejo (Parques Nacionais) e dois Ecosistemas (Amazônia e Mata Atlântica). Este pode ser um indicador da lacuna existente na difusão dos conceitos referentes às áreas protegidas, pois se nem mesmo os jornalistas podem informar nominalmente as áreas protegidas, torna-se difícil a difusão da informação de forma correta.

**Figura 12: Áreas mais divulgadas pela mídia, na opinião dos jornalistas**



## L. Qual a razão do enfoque nestas áreas?

Em relação à razão deste enfoque, 68% confirmou a categoria “**Natureza Espetáculo**”. Motivos como “visibilidade internacional” e “por causa dos conflitos” e “turismo” foram os mais recorrentes, conforme exemplos abaixo:

*“Sem dúvida as da Amazônia, pela falsa impressão de grande extensão e as de potencial turístico”.*

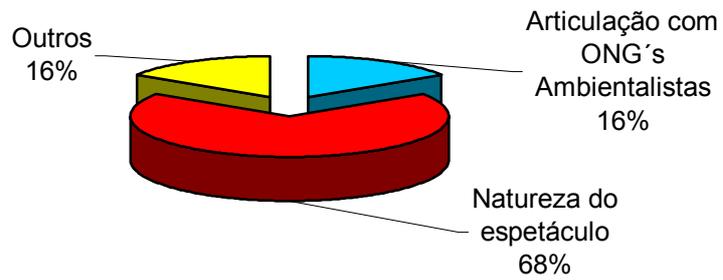
*“As áreas de conflitos. Quanto maior o conflito, mais divulgação tem. E quanto mais perto do jornalista, do jornal ou do repórter, mais a área é noticiada. Por exemplo: o primeiro Parque Nacional brasileiro é o do Itatiaia. Ele é notícia só quando tem incêndio ou crime ambiental por desmatamento de sua reserva”.*

*“Não sei dizer alguma área protegida mais divulgada. Depende do veículo, da época etc. Em geral, a mais divulgada é onde está havendo problema, seja um parque, uma terra indígena etc.”*

*“São dois os principais enfoques: por um lado são mostradas como paraísos a serem mantidos e visitados (principalmente nas matérias voltadas para o ecoturismo) e por outro como um problema, pois congelam áreas que poderiam ser usadas para o “desenvolvimento” do país ou deixam as fronteiras vulneráveis etc. São poucas as matérias que trazem um equilíbrio ou mostram a importância, por exemplo, dos serviços ambientais da área”.*

*“A difusão enfoca sempre o que é maior, o menor fica esquecido, a menos que sejam áreas protegidas invadidas ou incendiadas”.*

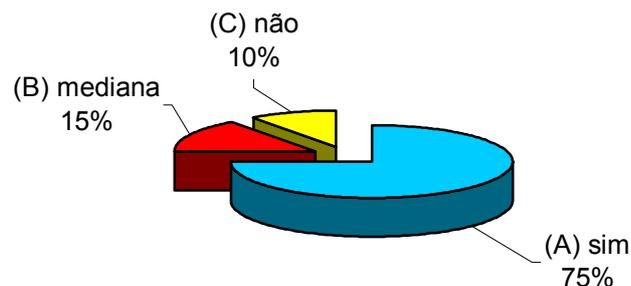
**Figura 13: Razão do enfoque da Difusão**



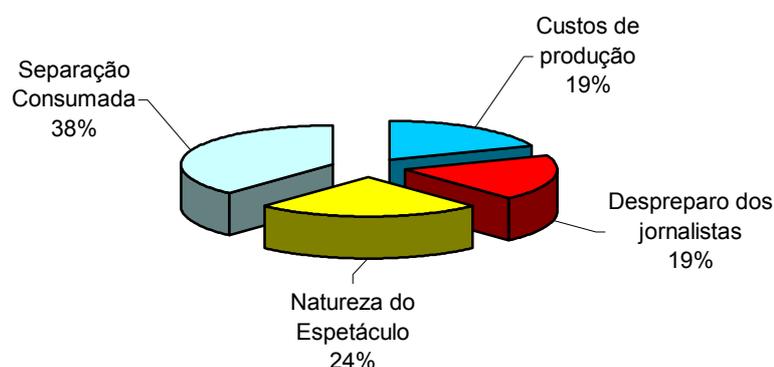
Parece importante validar a importância da articulação da mídia com ONG's ambientalistas, tendo sido esta, além da questão da difusão espetacular, a única forma que desponta como "facilitadora" na difusão das áreas protegidas.

#### M. Dificuldades de difusão das áreas protegidas através da mídia de massa e razão destas dificuldades

**Figura14: Existência de dificuldades de difusão das áreas protegidas através da mídia de massa**



**Figura 15: Principais fatores que dificultam a difusão das áreas protegidas através da mídia de massa**



75% dos entrevistados identificam dificuldades de difusão das áreas protegidas. Para 38% dos mesmos, as dificuldades são conceituais, devido a cisão homem-natureza, ou, relacionando esta cisão com a Teoria do Espetáculo, “separação consumada”.

Para 24 % dos entrevistados, as dificuldades relacionam-se com a categoria “natureza espetáculo”, caracterizada pela difusão que privilegia a catástrofe. Dificuldades relativas aos custos de produção das matérias e à preparação do jornalista para cobertura das mesmas ficaram empatadas com 19% cada.

### **M.1 Separação Consumada:**

*“Para questões que não tenham o enfoque turístico, sim. A “questão ambiental” é ameaçadora para todo mundo. Ela exige mudança no planejamento e na execução de ações, enquanto deveria estar no início e no centro das discussões. É muito ameaçadora para os empresários em geral. Tentar conhecer, discutir, esclarecer sem necessidade de discutir a tragédia é difícil.*

*Ela (a questão ambiental) é ameaçadora também para os profissionais da comunicação, porque para encara-la de frente é preciso mudar a sua própria visão*

*de mundo. Ameaça também as pessoas e a sociedade como um todo, assusta. Uma pesquisa da Gallup mostrou que 2/3 dos habitantes da grande São Paulo gostariam de mudar-se para lá. Ora, como se faz isso? Mudar 12 milhões de habitantes de cidade?*

*As pessoas não conseguem enxergar a questão ambiental de forma clara. Por exemplo na primeira pesquisa realizada pelo ISER, 2/3 dos respondentes disseram que era mais importante cuidar da questão ambiental, a despeito de interesses econômicos. Na segunda pesquisa, 2/3 dos respondentes mostraram que se enxergam “fora da natureza”. Enquanto as pessoas não tiverem a percepção de que a questão ambiental é uma questão que envolve tudo e a todos, elas não vão entender que o que acontece fora delas vai acontecer dentro delas.*

*Também temos dificuldades em levar estas questões para a política. Ela não apareceu como importante na última campanha política. As cidades metropolitanas brasileiras, por exemplo, não foram estudadas”*

*“Superficialidade e falta de informação.”*

*“ A principal é que a mídia parece ver o meio ambiente dissociado das questões socioculturais e políticas do país. O meio ambiente é uma coisa e o ser humano, no caso o brasileiro, é outra!”*

*“Não há uma cobertura sistemática. Há setoristas, mas não um setor. Quem cobre essa área foi estigmatizado com o adjetivo acompanhante. É jornalista ambientalista. Logo, não vê o todo. Vê o bioma, mas não a indústria ao lado. A Amazônia é a jungle, rain forest. Mas ninguém presta atenção que tem a maior fábrica de alumínio do continente, por exemplo. Que é uma das maiores produtoras mundiais de caulim, bauxita, alumina, minério de ferro. Por isso, a região tem dificuldade de controlar os processos de sua própria história. É vítima de um espelho que lhe impõe a feição sem refleti-la.”*

## **M.2 Natureza Espetáculo**

*“Além do que, em termos midiáticos, a pauta ambiental só consta dos agendamentos principalmente se está associada com tragédias ambientais ou pessimismos ecológicos.”*

*“O que é bom não dá manchete. O que corre na sua normalidade não é notícia”.*

*“Suponho que não seja fácil encontrar ganchos que emplaquem na grande imprensa, sobretudo nos veículos diários, que precisam de uma notícia, não apenas de uma paisagem.”*

*“Como o que é notícia, em geral, é onde está havendo algum problema (desmatamento, fogo, conflito, invasão etc.), a área que estiver com algum desses casos, estará na mídia”.*

*“Incorpora para a própria comunicação muitos custos, por conta do modelo do espetáculo (que não se restringe às questões ambientais)”.*

*“Biodiversidade não é notícia – só se divulga quando “estoura” alguma coisa. Em geral, biodiversidade não serve nem mesmo para matérias especiais, não é assunto corriqueiro”*

*“Falta de espaço na grande mídia para a informação ambiental, a não ser quando é problema, ou nos cadernos de ecoturismo, quando é destino”*

### **M.3 Custos**

*“Isso está embutido na questão dos custos de produção. As áreas protegidas se encontram geralmente em localidades distantes, de difícil acesso, o que encarece o processo de realização de reportagens”*

*“No caso da administração federal há uma grave falta de recursos. Existem casos particulares de reservas protegidas que, por serem espaços, menores, contam com recursos suficientes para administrar eficazmente essas áreas. Também se pode afirmar que muitos problemas são culturais e decorrentes de séculos de ocupação não planejada”*

### **M.4 Despreparo dos jornalistas/ Componentes de Comunicação**

*“Desconhecimento, desinformação e, por conta disso, a percepção de que não seja importante, de que não deva ser entendido como notícia.”*

*“Superficialidade e falta de informação.”*

*“Acesso do jornalista à informação; falha na Assessoria de Imprensa Federal, Estadual e Municipal que deveria passar as informações para os jornalistas; falta de interesse dos próprios jornalistas em buscar estas informações, pois isso não é pauta”*

*“Há duas dificuldades. De parte dos governos que criam (e das universidades, ongs e daqui pra frente, possivelmente, empresas que as administram) existe a falta de criatividade (inteligência, talvez) de componentes de comunicação realmente eficazes. É preciso sair dos números sobre a extensão da área protegida e entrar no mundo econômico, do quanto economicamente isso é bom para os governos, para as comunidades e para a população em geral.”*

*“Apesar de existirem inúmeros projetos envolvendo a Biodiversidade e as áreas naturais, estes projetos quase nunca incluem em seus orçamentos o componente ‘democratização da informação ambiental’... e aí a informação ambiental sobre a biodiversidade acaba ‘encastelada’ em pequenos fóruns, que já detêm a informação;*

*falta de interesse do mercado (leitores) pela informação ambiental (existem dezenas de títulos nas bancas do país sobre temas diversos, de sexo, vida de artistas, moda, culinária, beleza, etc., e quase nenhum sobre meio ambiente;*

*falta de capacitação dos profissionais de comunicação;*

*falta de uma visão conservacionista dos editores e pauteiros;*

*falta de veículos especializados em meio ambiente em número e tiragem suficiente. O que existe atualmente, somadas as tiragens, não alcança 500 mil exemplares por mês.”*

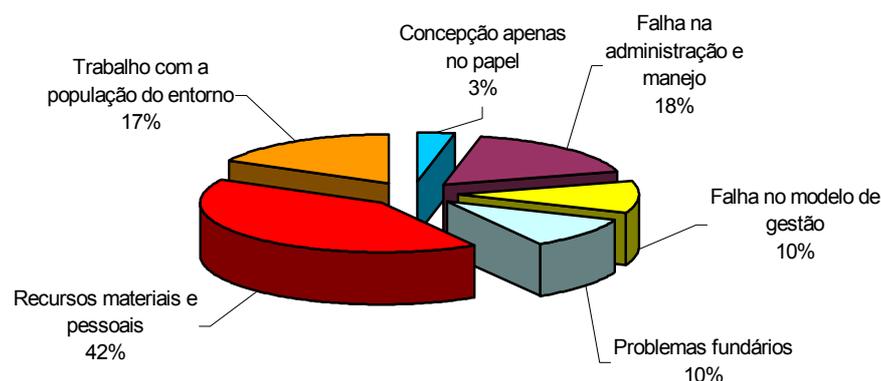
## **N. Existência de Problemas de gestão nas áreas protegidas**

Esta foi a única pergunta que obteve unanimidade de respostas: 100% dos jornalistas identificam problemas de gestão nas áreas protegidas. 42 % atribuem os problemas à falta de recursos humanos e financeiros; 18 % consideram problemas administrativos e falhas na gestão; 17% relacionam a falta de trabalho com a população do entorno e 10% a problemas fundiários, como exemplificado abaixo.

| <b>Descreva alguns, caso existam</b> |   |
|--------------------------------------|---|
| Concepção apenas no papel            | 1 |
| Falha na administração e manejo      | 5 |
| Falha no modelo de gestão            | 3 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Problemas fundários                 | 3  |
| Recursos materiais e pessoais       | 12 |
| Trabalho com a população do entorno | 5  |

**Figura 16: Diferentes problemas de gestão das áreas protegidas**



### N.1 Falta de Recursos Humanos e Financeiros

*“Recentemente o governo criou a Resex Verde para Sempre, em Porto de Moz, no Pará. Após a criação, no início de novembro, o governo sequer marcou uma reunião com os moradores da reserva, para explicar o que vai acontecer a partir de agora. Em uma reunião em dezembro, promovida pelo Greenpeace, representantes do Ibama afirmaram não ter recursos para a implementação. Não há recursos para a demarcação e elaboração do Plano de Manejo. Enquanto isso, madeireiros continuam saqueando a área da mesma maneira que faziam antes de sua criação.”*

*“Falta de recursos para elaboração de planos de manejo, implantação de infraestrutura. Isso, apesar da lei do SNUC destinar os recursos de compensação para as UCs (o dinheiro acaba no ralo do Tesouro e daí para o contingenciamento).*

*“Falta de pessoal, falta de recursos”*

*“O maior de todos os problemas de gestão de áreas protegidas em geral no Brasil é a falta de recursos. A maior parte delas existe apenas no papel. Áreas imensas na Amazônia contam às vezes com um ou dois funcionários”.*

*“Além disso falta pessoal em número e em qualificação para trabalhar na gestão dos parques”*

*“Não é um tema que eu domino, mas acredito que a falta de um corpo técnico e agentes de fiscalização em número suficiente”.*

## **N.2 Falha no Modelo de Gestão**

*“Falta de estrutura de fiscalização e manejo”.*

*“O próprio modelo de gestão não favorece. No caso dos parques nacionais, o Brasil poderia repetir experiências bem sucedidas no exterior quando investimentos em infra-estrutura garantem um bom número de visitantes e receita própria para a manutenção das atividades. O sucateamento do IBAMA, as leis que determinam a proteção no papel mas não de fato, e a desinformação geral sobre quais são e como foram divididas as áreas de proteção reforçam o estoque de indiferença e desmobilização da sociedade”.*

*“...Por falar em gestão, quase todos os parques daqui foram criados mas não têm sequer Conselhos e contam com 4 ou 5 servidores públicos para cuidar de grandes porções de terras protegidas”.*

*“O principal problema é operacional. Todo processo de concepção e criação é feito em Brasília, por técnicos e burocratas, intelectuais, acadêmicos. A operação é entregue a técnicos que ganham mal e têm pouco apoio, mesmo porque a cabeça está muito distante. A cabeça sabe pouco dos braços – e os controla menos ainda. Daí tanta distorção quando se desce do plano da idealização para o nível da realidade”. (Lúcio Flávio)“O Estado é completa e totalmente incompetente para proteger áreas de proteção. De todas as formas e em todas as instâncias. E, além de não proteger, proíbe que outros o façam”.*

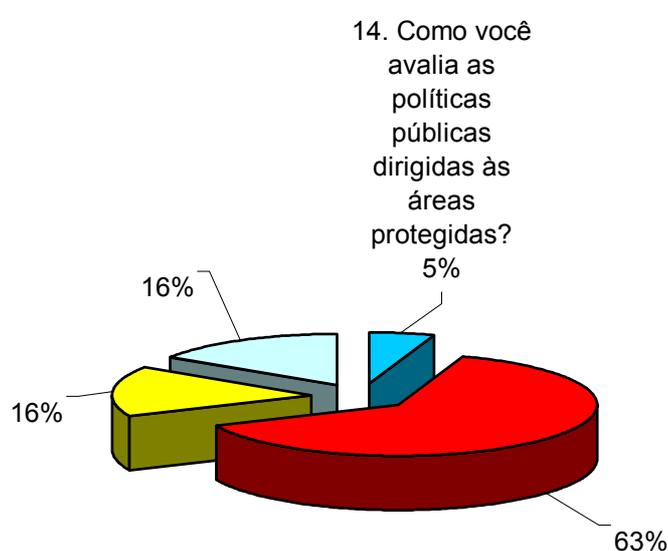
## **N.3 Falta de trabalho com população do entorno**

*“...no Brasil, é muito difícil a não existência de presença humana em áreas naturais, criando-se uma situação de injustiça social e a figura do ‘refugiado ecológico’ que apesar de ter chegado muito antes da lei que criou a proteção daquela determinada área, é tratado como um estorvo indesejável e restringido na reprodução de sua cultura e modo de vida.*

*“Só posso falar, com alguma propriedade, sobre as de Mato Grosso. O principal problema é divulgação. A população do entorno (e também as mais distantes) não sabe, em sua grande maioria, para que serve tal parque criado, quais suas potencialidades e limitações. No Mato Grosso, os parques são vistos como entrave ao desenvolvimento do estado, quase todo centrado na produção agropecuária de grandes latifúndios.”*

O. Como você avalia as políticas públicas dirigidas às áreas protegidas? Por que?

**Figura 17 Avaliação das políticas públicas dirigidas às áreas protegidas**

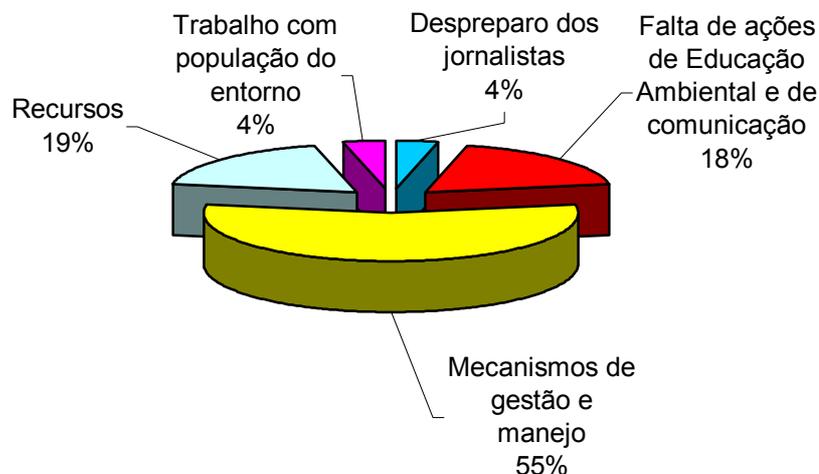


A maioria dos jornalistas (63%) avalia como “medianamente positivas” as políticas públicas brasileiras ligadas às áreas protegidas. Como críticas, 5% mencionam falhas de mecanismo de gestão e manejo; 18% citam a falta de ações nas áreas de comunicação e educação ambiental e outros 18% a necessidade de ampliação dos recursos humanos e financeiros para implementação das políticas. Foram mencionados, ainda, temas como a necessidade de trabalho com a

população do entorno, e a necessidade de capacitação para jornalistas na área ambiental.

Apesar de alguns jornalistas - 6% do total terem classificado as políticas públicas como “Fracas e Ruins”, a maioria dos jornalistas considera que as políticas são medianamente positivas e os maiores problemas são relacionados com a aplicabilidade, gestão e comunicação, reforçando a questão da “proteção no papel”.

**Figura 18: Razão das críticas negativas**



*“A Legislação ambiental brasileira é bastante razoável. Na prática, porém, estamos muito atrasados. As Áreas Protegidas não fogem à regra. Cada vez mais são tomadas como um obstáculo ao desenvolvimento.”*

*“Acredito que o governo do nosso presidente Lula está acertando na criação de áreas protegidas de uso direto, mesmo faltando mecanismos que garantam a longo prazo, a conservação da biodiversidade nas áreas criadas (se nada for feito para garantir a sustentabilidade econômica dos extrativistas e ribeirinhos beneficiados com as áreas criadas). No caso das áreas de proteção integral as políticas públicas estão muito deficientes. Quem sabe o programa Arpa, ajude alguma coisa, pelo menos na Amazônia.”*

*“Qualquer política pública para áreas protegidas é positiva. O meu “medianamente”, no caso, está concentrado na escassez de ações e dificuldades de implementação. O Arpa, por exemplo, em atividade desde 2002, tem executado pouquíssimo. Não está atingindo as metas em termos de criação de unidades e praticamente não está implementando nada, ainda. Mas o pouco que está sendo feito é, sem dúvida, positivo.*

*“Não basta apenas anunciar a criação delas. É preciso mantê-las e gerenciá-las de maneira adequada.”*

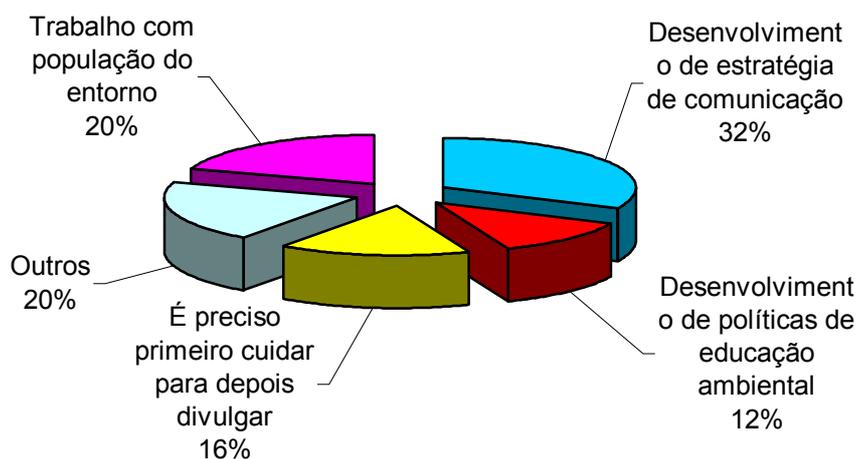
*“Há boas intenções, há muita coisa boa no papel, mas não há visão integrada no governo (seja federal, estadual ou municipal). O eterno conflito de uso.”*

*“Da intenção ao fato consumado existe uma grande distância. Os resultados nem sempre são os esperados.”*

## P. Recomendações para os órgãos públicos em relação à difusão das áreas protegidas

Figura 19

### Recomendações para a difusão das áreas protegidas



#### Detalhamento dos "outros":

- Articulação com ONG's
- Descentralização do poder
- Integração dos ministérios
- Investimento em pesquisa
- Preparação dos jornalistas

Desenvolvimento de estratégias de comunicação, com 32% menções, foram as recomendações mais citadas para difusão das áreas protegidas. “Trabalho com a população do entorno” demonstra a preocupação dos jornalistas em comunicar e difundir as regras, possibilidades e alternativas para as comunidades do entorno das áreas protegidas, com 20 % de menções.

16% dos jornalistas acredita que não adiantam estratégias de difusão enquanto não existirem efetivos mecanismos de gestão e implementação das leis; 12% aposta na necessidade de investimento em ações de educação ambiental. Também foram citadas a necessidade de “integração dos Ministérios”; necessidade de “descentralização do poder”; investimento e fomento à pesquisa; desenvolvimento de cursos para capacitação de jornalistas para atuação na área ambiental e articulação com entidades do Terceiro Setor.

### **Desenvolvimento de Estratégias de Comunicação**

*“Órgãos públicos, como a Diretoria de Áreas Protegidas do Ibama ou o próprio Arpa, precisam de uma abrangente estratégia de comunicação. O problema é que isso não existe ainda. A questão é que a comunicação não é pensada no momento de gestação dos programas e a comunicação acaba tornando-se deficiente. Os executores de políticas públicas costumam entender que comunicação é importante, mas não reconhecem que comunicação tem um custo elevado. Portanto, criam estruturas de comunicação insuficientes para dar conta das necessidades.” (A.M.)*

*“Um plano de curto ,médio e longo prazos definindo um pacote de medidas que pretendam disseminar as informações sobre a importância dessas áreas, como elas estão divididas, onde se situam, em que medida elas nos beneficiam e o que cada um de nós pode e deve fazer em favor delas.” (A. T.)*

*“Em primeiro lugar, e acima de qualquer outra prioridade, tratar a comunicação ambiental como talvez o insumo mais importante como fator de preservação ambiental de qualquer área natural, tão ou mais importante quanto os investimentos em segurança, limpeza, delimitação, demarcação, etc., pois a comunicação é o*

'cimento' que constrói as pontes da gestão eficiente, que leva em conta as pessoas e seus diversos interesses. Neste sentido, é importante levar em conta, entre outros fatores, que:

**1. A comunicação ambiental, como qualquer atividade humana, não é neutra** - Trata-se de uma técnica, um instrumento, que tanto pode estar a serviço de grupos e pessoas empenhadas sinceramente na defesa do meio ambiente, quanto movidas por interesses individuais ou corporativos que contratam profissionais para tentar passar uma imagem de ambientalmente responsáveis. Diante da impossibilidade de neutralidade, a política de comunicação ambiental precisa balizar sua conduta por um código de ética ambiental, como, por exemplo, o adotado pelo Jornal do Meio Ambiente (ver em [www.jornaldomeioambiente.com.br](http://www.jornaldomeioambiente.com.br) , na página Código de Ética).

**2. Direito e dever de se comunicar** - As organizações têm o direito e o dever de se comunicarem adequadamente com o público interessado, informando sobre como estão cuidando do meio ambiente. ...Qualquer plano ou campanha de Comunicação Ambiental deve estar baseado no desejo sincero em se comunicar francamente com seus diversos públicos

**3. Um profissional da comunicação ambiental não precisa necessariamente ser ambientalista.**

**4. Os limites da comunicação Ambiental - Só democratizar a informação ambiental pode não ser suficiente para produzir as mudanças necessárias de opinião.** Não é pelo maior ou menor volume de informações que a população aprende a pensar criticamente e atuar em seu mundo para transformá-lo, se não tiver uma cultura e uma formação que predisponha as pessoas a valorizar esta informação. Sem isso, as pessoas vão pouco a pouco tornando-se insensíveis diante da informação, como se fosse mais uma espécie de poluição onde as palavras perdem o significado e importância, e tanto faz saber que derrubaram uma árvore ou uma floresta.

**5. Adaptar o 'ecologês'** - Não basta ter clareza do que precisa ser mudado a fim de conseguir uma relação mais harmônica da espécie humana com a biodiversidade. É preciso sensibilizar e mobilizar a sociedade em direção a esse mundo melhor, por isso, aqueles que se comunicam com o público precisam falar uma linguagem que seja percebida por todos.

**6. A opinião pública não é um livro em branco** - Ao traçar uma política de comunicação ambiental com foco na conservação das áreas naturais deve-se levar em conta que a opinião pública já dispõe de informações ambientais, mas essas informações podem ser negativas, incompletas, falsas, preconceituosas, tendenciosas. Nem toda a informação ou o melhor plano de comunicação ambiental do mundo irá convencer ou sensibilizar quem não quer ser convencido nem sensibilizado. Por isso, uma política de comunicação ambiental nunca parte do zero, mas precisa pesquisar a percepção que os diferentes públicos já possuem e, a partir daí, estabelecer uma estratégia para identificar quais os públicos são os mais prioritários, que tipo de mensagem e linguagem serão mais apropriados, que veículos deverão ser empregados, que campanhas devem ser prioritárias. A cada período, uma nova pesquisa deve ser efetivada a fim de avaliar se a política de comunicação está sendo eficaz, redefinindo prioridades e aprendendo com os erros.

**7. A verdade como melhor estratégia** - O melhor antídoto para a desconfiança do público é a verdade, com a circulação de documentos e informações específicas para este público e identificação de parceiros para projetos

**8. Os papéis das mídias** – Ao traçar planos de mídia para a área ambiental é importante que os profissionais de comunicação compreendam o papel complementar da chamada Grande Mídia e das mídias especializadas em meio ambiente, a fim de evitar o desperdício de informação e de recursos, e obterem melhores resultados junto ao segmento da opinião pública que realmente se interessa e leva em conta a informação ambiental.

**9. O todo em vez das partes** - É importante adotar um Plano de Comunicação de forma sistêmica, ou seja, envolvendo a todos e não apenas um de seus setores, pois não adianta um setor para preservar e criar uma imagem de compromisso com o meio ambiente, se outros setores contribuem para a imagem de poluição e degradação ambiental

**10. Comunicação em mão dupla** – O diálogo tem a função de reconciliar posições conflitantes, sendo mais eficaz que a imposição e o controle. Ao criar canais de negociação, como Conselhos Comunitários, ou de Gestão, ou Auditorias Ambientais Não-Governamentais, as organizações permitem que os tomadores de decisão se antecipem a problemas ou adotem novos procedimentos no seu gerenciamento e atividades ambientais. As análises e decisões sobre os problemas, quando tomadas em conjunto, estimulam o envolvimento e comprometimento de todos nas soluções adotadas.

### **Primeiro administrar para depois divulgar**

*“Controlar a população de animais, controlar o plantio. O inventário vai razoavelmente bem, as falhas são no manejo. Seria necessário passar as informações de forma interessante, “vender” a pauta para o jornalista; contratar Assessoria de Imprensa com capacidade técnica para gerar e difundir informações para o repórter. Em geral, com algumas exceções, a Assessoria de Imprensa é feita sob demanda, quando deveria ser proativa, deveriam propor pautas” (L. J.)*

*“Em primeiro lugar, se equipar com uma proteção eficaz, para em seguida mostrar. Vejamos por exemplo a Amazônia, com 45 % de terras públicas. Por que não pagar os pobres para trabalhar? No momento que em se fizer isso, o sistema político de proteção à ilegalidade desaba”. (W. N.)*

*“A melhor maneira de tornar as áreas protegidas notícia (e de preferência boa notícia) é trabalhar na implantação real e no cumprimento de suas funções. Assim, sempre haverá um bom exemplo a ser divulgado. A transparência também é uma ótima prática, quando se quer fazer da imprensa um aliado. Ser sincero na divulgação de problemas existentes e não escamotear dados pode fazer com que a divulgação de matérias ajude na solução”. (M. C.)*

*“Trabalhar eficientemente com aspectos econômicos, com as mais recentes pesquisas científicas sobre o tema e buscar adequar a linguagem com os diferentes públicos interessados, que somos todos nós, não é?” (André Alves)*

## **Articulação com ONG's**

*“Utilizar a credibilidade e capacidade de “megafone” das ONGs ambientalistas, principalmente aquelas com uma agenda nacional”.(B. F.)*

## **Preparação dos jornalistas**

*“É preciso fazer cursos e seminários de formação para jornalistas e proporcionar visitas técnicas de grupos de jornalistas às diferentes áreas protegidas”. (A. M.)*

*“Melhorar a educação como um todo – começando pelos jornalistas que não sabem sobre o que estão escrevendo”.(R. R.)*

## **Política Educação Ambiental**

*“O trabalho de educação ambiental, direcionado para o público em geral, é simplesmente essencial. O mesmo vale para o tratamento dado para a imprensa”. (E. G.)*

*Que se criem ações de educação ambiental para que todos nós possamos entender e contribuir para a preservação/conservação da biodiversidade e dos recursos naturais”. (A.T.)*

## **Trabalho com as populações do entorno**

*“É complicado divulgar algo que muitas vezes não existe na prática. O melhor a fazer é tentar buscar resultados junto com a comunidade envolvida com determinada região”. (E. G.)*

*“Eles devem desenhar estratégias menos passivas de divulgação – normalmente releases sobre unidades de conservação só são lançados quando uma nova área é criada ou quando há um grande incêndio, por exemplo. Com certeza pesquisas realizadas aí ou a relação com as comunidades próximas poderiam render boas pautas”. (R. S.)*

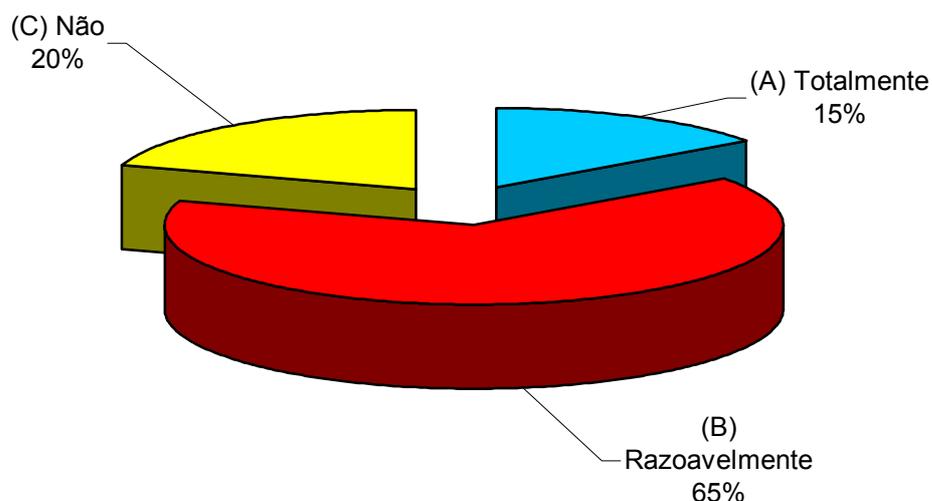
*“Procurar, em primeiro lugar, trabalhar com as populações de vizinhança” ( B. F.))*

## **Outros**

*“Do meu ponto de vista e posição geográfica, a descentralização do poder. Reconhecer que há vida inteligente na Amazônia. Se não é suficiente para dar conta das tarefas, é preciso suplementá-la. Mas não substituí-la. Brasília é uma base de lançamento de caixas pretas.”(L.F.)*

**Q. Verificação do entendimento do público interessado na temática ambiental sobre as áreas protegidas e a sua importância**

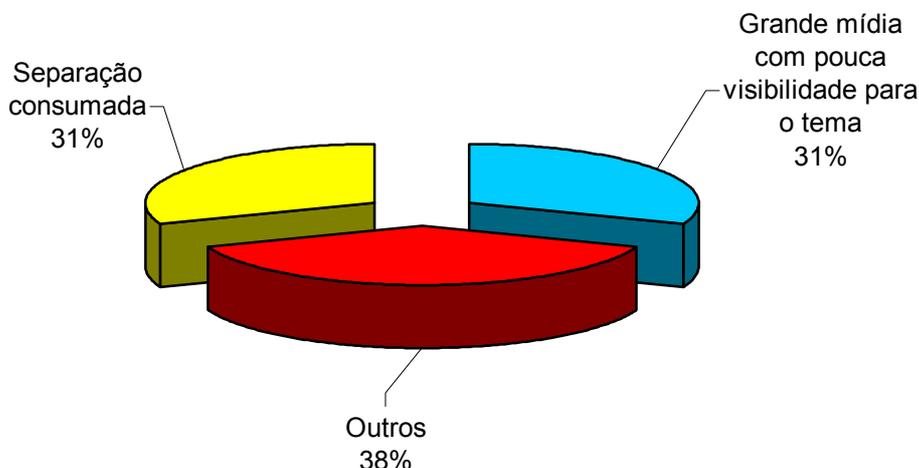
**Figura 20: Entendimento do público interessado na temática ambiental sobre as áreas protegidas e a sua importância**



A maioria dos entrevistados (65 %) acredita que o público das mídias especializadas (“mídia verde”) compreende razoavelmente o que é uma área protegida e sua importância para conservação dos recursos naturais, porque já é um público interessado na temática “verde”.

Dos que responderam que mesmo o público das mídias destinadas à difusão ambiental não compreende bem a temática, 31% responderam que isso se deve devido à descontinuidade e descontextualização com a qual os temas ambientais são tratados (“Separação Consumada”).

Da mesma forma, 31% acredita que o público não entende porque não vê as questões relativas às áreas protegidas na grande mídia.

**Figura 21: Razão do entendimento****Público já interessado nas questões ambientais**

*“No meu caso porque é um público voltado para as questões socioambientais”.*

*“Porque o público interessado é aquele que já tem, ainda que num nível latente, a preocupação sobre a necessidade da preservação e conservação de áreas protegidas para garantia da evolução da biodiversidade e a preservação da nossa sociedade e das futuras gerações.”*

**Separação Consumada**

*“Uma grande parte entende, mas não a sua complexidade e extensão. Por exemplo, para conservar é preciso preservar as cadeias. Do nosso cerrado original, restam aproximadamente vinte por cento, sendo que em fragmentos contínuos de mais de 2000 hectares restam apenas 5 %.”*

*“A população em geral não entende no que a questão ambiental (e as áreas protegidas inserida nela) tem a ver com o seu dia-a-dia. Não sei de quem é a maior culpa disso: imprensa, ambientalistas, governo, talvez todos juntos, mas ainda não se conseguiu mostrar a importância dos serviços ambientais”*

*“Acho que o público brasileiro interessado na temática ambiental, ainda pensa “verde” e quanto mais distante melhor. Ou seja, é fácil defender a Amazônia (e até contribuir com alguns trocados para alguma campanha) e continuar poluindo a praia da moda, ou deixar o cocô do cachorro na calçada. A tendência ainda é, mas felizmente percebe-se avanço, embarcar em mitos e agendas importadas que, entenda, cumpriram um papel importante, mas hoje deveriam contribuir para a criação de uma agenda nacional, ou seja, aquela que nos interessa, aos brasileiros.”*

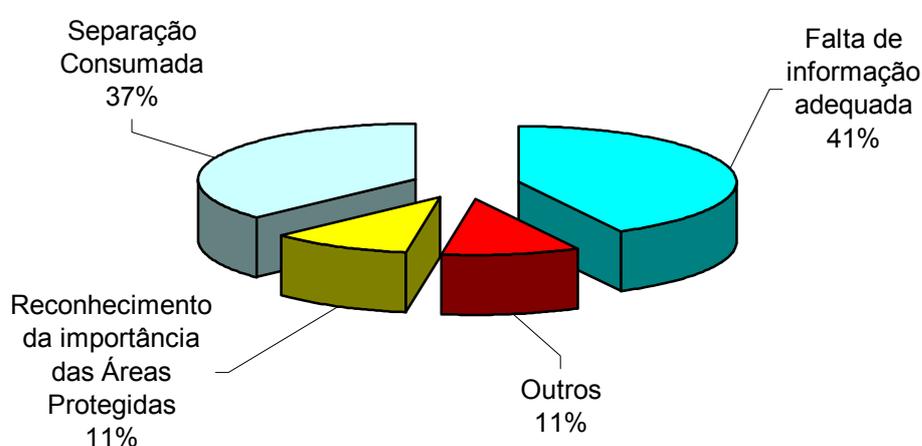
### Pouca visibilidade na grande mídia

*“Não é bem esclarecido. Nem por si, nem por quem tinha a obrigação de esclarecê-lo”*

### **R. Entendimento do grande público sobre o que é uma área protegida e a sua importância na percepção do jornalista**

Para 68% dos entrevistados, o público das mídias de massa não entende o que uma área protegida e sua importância e 32% entende apenas “razoavelmente”. Nenhum dos entrevistados acredita que o público das grandes mídias compreende o que é uma área protegida. Os maiores motivos são a falta de informação e a descontextualização com a qual os temas são apresentados (separação consumada).

**Figura 22: Razão**



### **Falta de informação**

*“Se mesmo as pessoas que “gostam” de meio ambiente tem dificuldade em entender o verdadeiro papel de uma área protegida, imagine quem nem se interessa pelo assunto”*

*”Principalmente porque a mensagem não chega até ele e a que chega é simplória”*

*“Falta de informação básica”.*

*“Por falta de publicidade positiva, informativa da sua importância hoje global”.*

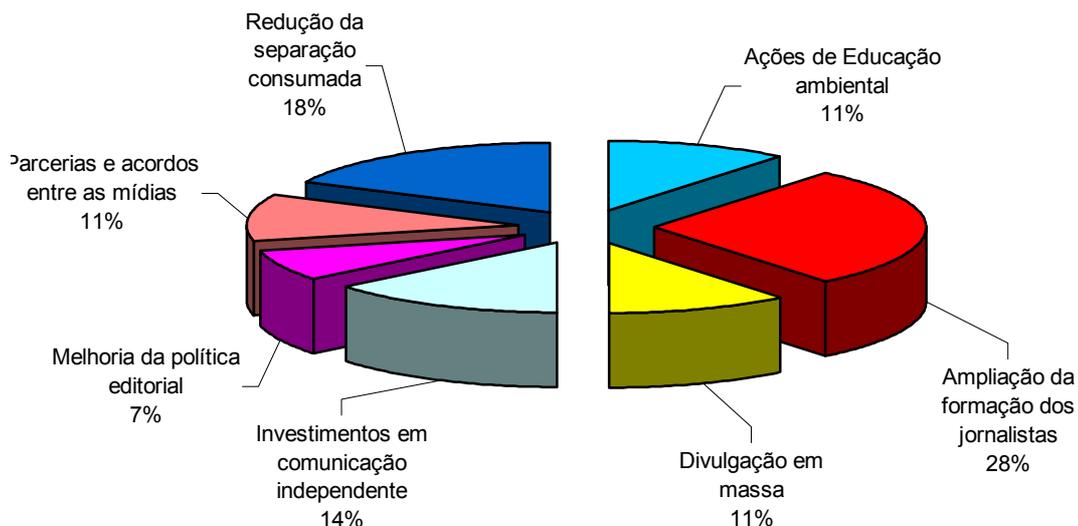
### **Separação Consumada**

*“Unidade de Conservação é quase uma entidade política. Os parques ficam em “redomas de vidro” virtuais. A visitação é muitas vezes difícil. Não existe infraestrutura e sobretudo, proposta de educação ambiental e uso pela população, o que acaba gerando um círculo vicioso: o desconhecimento gera um sentimento negativo da população ou alheamento, que gera oposição, como se a UC ‘atrapalhasse’ o progresso”*

*“Porque quando falamos em grande público, estamos quase sempre falando do eixo Rio-São Paulo, que, infelizmente, não tem uma visão, por não conhecer, inclusive, uma área protegida, as motivações que levaram a sua criação e o próprio funcionamento.”*

**S . Sugestões dos entrevistados para que a mídia possa colaborar melhor com a difusão das áreas protegidas**

**Figura 23: Sugestões para aprimoramento da Difusão das áreas Protegidas**



A sugestão de ampliação da formação dos jornalistas, com 26 % das menções, obteve o maior número de citações, confirmando a demanda do jornalista por educação especializada.

A redução da cisão homem-natureza (separação consumada) através de uma difusão que contextualize, com linguagem apropriada, para públicos diversos, a complexidade dos aspectos envolvidos nas questões ambientais de forma simples foi a segunda forma de contribuição para aprimoramento da difusão de temas ambientais pela mídia, com 18% de menções nesse sentido. Em terceiro, investimentos em comunicação ambiental independente; seguida de sugestões de parcerias entre as mídias, ações maciças em difusão de massa e ações de educação ambiental.

### **Ampliação da formação dos jornalistas**

*“Seriidade e conseqüência no acompanhamento da agenda ambiental do país. Humildade para reconhecer que a matriz não pode abarcar um país com o tamanho*

*do Brasil. Descentralização da cobertura. Investimento na qualificação de pessoal e no apoio a sucursais, correspondentes e enviados especiais. Um jornalismo compatível com a dimensão do desafio Brasil”.*

### **Redução da Separação Consumada**

*“A mídia precisa dar uma cobertura mais aprofundada”.*

*“A visão de mundo da mídia precisa ser alterada. A questão ambiental é complexa e isso precisa ser incorporado ao cotidiano do repórter”.*

*“Primeiramente, colocar os planos de manejo em prática. Depois trabalhar a aproximação das áreas protegidas com a realidade das pessoas; montar uma infraestrutura de qualidade; mostrar o lado positivo das áreas protegidas, dizendo o que são e para que servem; produzir informação de qualidade para as UC’s.; cobrar ingresso diferenciado para a manutenção do parque; entre outras coisas”.*

*“Talvez o jornalista deva compreender a importância dessas questões ambientais na sua totalidade, transversalidade e importância para a vida humana. A partir daí, poderá criar pautas que atraiam a atenção e, conseqüentemente, consigam disputar espaço nas editoriais – todas elas, pois a questão ambiental é permeável por elas”.*

*“O Poder Público deveria chamar a mídia para participar da discussão, de modo que a visão das questões possa ser mudada.”*

### **Investimento em Comunicação independente**

*“Creio ser necessário maior investimento em comunicação independente de qualidade. Até o início de 2004, a Rede Brasileira de Comunicação Ambiental fez gestões para a criação, por meio do MMA, de um programa de apoio à comunicação ambiental independente, no sentido de fortalecer a comunicação ambiental como um componente importante da preservação ambiental. No entanto, após a criação de um GT para estudar o assunto e propor normas de acesso a recursos, o assunto foi abandonado e esse GT nunca se reuniu. Creio que o fortalecimento da mídia ambiental independente levaria a Grande Imprensa a conseqüentemente respeitar e se interessar mais pelos temas ambientais.”*

### **Ações de educação ambiental**

*“Divulgação em massa de ações de educação ambiental e da importância dos recursos naturais, da fauna e da flora nas nossas vidas.”*

*“Muita educação ambiental específica para jornalistas”.*

## **7. ENTRE A INFORMAÇÃO E O ESPETÁCULO: PENSANDO ALGUNS CAMINHOS PARA A DIFUSÃO DAS ÁREAS PROTEGIDAS**

*“Sabendo porta-la, toda ferramenta é uma arma” (Ani DiFranco)*

<sup>25</sup> Pensar alguns caminhos para a difusão das áreas protegidas é um desafio estimulante e alguns resultados expressivos emergem das análises. Desta forma, inicia-se o caminho de reflexão entre a informação e o espetáculo, buscando recapitular alguns resultados e trazer à luz algumas questões para reflexão, bem como algumas recomendações, quando possíveis:

### **7.1 Da difusão das áreas protegidas pela mídia de massa**

Entre 7/99 a 6/04, sob as terminologias-chave relacionadas com as áreas protegidas e as categorias de manejo do SNUC, apenas 13% tiveram alguma correlação com as Unidades de Conservação. O Sistema Nacional de Unidades de Conservação, criado através da Lei 9985 e considerado estratégico para a proteção da natureza no Brasil, não foi sequer mencionado durante o período de análise, mesmo na época de sua criação.

---

<sup>25</sup> Como primeiro aspecto em relação às análises das matérias selecionadas, cabe ressaltar a impossibilidade de se trabalhar com as mesmas categorias na análise das matérias e nas entrevistas com os jornalistas. Isso se deu sobretudo por conta dos objetivos diferenciados de cada uma das análises. No caso das matérias, as categorias definidas objetivaram conhecer “o quê” e “como” as Unidades de Conservação são difundidas pela mídia impressa selecionada; no caso das entrevistas com os jornalistas, as categorias visaram investigar o modo crítico pelo qual os jornalistas avaliam a difusão das Unidades de Conservação na mídia impressa de massa.

Além disso, nenhuma matéria com todos os conceitos necessários à compreensão das diferentes tipologias, graus de proteção e níveis de uso das Unidades de Conservação foi encontrada na análise em questão. As matérias difundem a temática e a relacionam apenas com uma categoria mais ampla, ecossistemas, sem fazer menção aos conceitos e práticas de uso definidas pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC). Este resultado indica que a terminologia “Unidades de Conservação” e os conceitos relativos ao Sistema Nacional de Unidades de Conservação não figuram na mídia analisada com expressividade ou precisão.

Em relação ao caráter descritivo das matérias veiculadas, sem interpretação de conteúdo ou discussão, esse parece assinalar uma superficialidade de abordagem, mesmo quando se considera a complexidade do tema tratado, remetendo à idéia de que o assunto é apresentado ao grande público dissociado do contexto político-social no qual se insere. Tal dissociação foi confirmada na perspectiva dos jornalistas, que consideraram um dos problemas centrais na difusão da temática ambiental, a forma “simplista”, “descontextualizada” e “sem transversalidade” com a qual a difusão das áreas protegidas e temas conexos é realizada na mídia de massa.

Não há, portanto, uma educação do público sobre um sistema que afeta toda a população, direta ou indiretamente. A discussão pertinente às Unidades de Conservação definitivamente não ocupa espaço na mídia impressa de massa de maior circulação no país.

As populações locais nas áreas de inserção das Unidades de Conservação e suas demandas e/ou papel na gestão não são reconhecidas ainda como temática relacionada de forma relevante. No entanto, elas são essenciais para o desdobramento da informação em ações concretas para a conservação de áreas protegidas. Assim, o trabalho com as populações locais, tão necessário segundo os jornalistas entrevistados, e uma das sugestões para melhoria da difusão segundo os mesmos, não aparece como expressivo na mídia analisada, como exemplifica o trecho abaixo, extraído de uma das entrevistas concedidas:

*“O Ibama não emprega quem já vive e conhece, ancestralmente, os lugares que transforma em unidades de conservação. Não inclui nem transforma as comunidades locais em “Defensores Oficiais” do meio ambiente”.*

Neste sentido, uma política de difusão que considere uma interpretação mais aprofundada, levando em conta discussões conceituais de base, aspectos sobre o papel dos atores sociais envolvidos na dinâmica, bem como aspectos econômicos, políticos e sociais para essencial para a difusão das áreas protegidas brasileiras.

Um outro aspecto relevante aparece como resultado das análises: a discussão, a compreensão e a difusão da obrigatoriedade legal da existência de planos de manejo para a gestão das áreas protegidas, embora essencial, é praticamente inexistente na mídia de massa analisada. Esta lacuna é reconhecida, no entanto, pelos construtores da informação.

Quanto à difusão de políticas públicas, aproximadamente metade das matérias analisadas faz referência a Políticas Públicas da atualidade. Este talvez seja um dos aspectos considerados “positivos” da difusão, encontrados nas matérias

analisadas. Da mesma forma, a maioria dos jornalistas avalia as políticas públicas relacionadas com as áreas protegidas como “positiva” e/ou “medianamente positiva”, embora façam restrições à aplicabilidade das mesmas e à ineficiência dos mecanismos de gestão destas políticas. Pode-se inferir, portanto, que de alguma maneira já existe uma preocupação na mídia analisada quanto à difusão de políticas. No entanto, a totalidade dos entrevistados reconhece que faltam “mecanismos de gestão e proteção efetiva”, que possam transformar as áreas protegidas “de direito” em Áreas protegidas “de fato”. A maioria dos entrevistados reconhece que não existe um problema na difusão de políticas públicas relacionadas às áreas protegidas e que as principais dificuldades estão diretamente relacionadas com a falta de recursos humanos e financeiros, bem como na aplicabilidade e no controle dos instrumentos de gestão previstos por lei.

Outro aspecto importante emerge das pesquisas: a questão do acesso ao conhecimento e da aquisição de informação por parte dos jornalistas. Os construtores da informação reconhecem que existem lacunas no conhecimento em relação às áreas protegidas e à temática ambiental e demandam a ampliação destes conhecimentos através de formação especializada.

Além disso, é importante frisar que, para os jornalistas, a informação concentra-se nas mídias especializadas na temática ambiental. Neste sentido, parcerias para a troca de informações e alianças entre as mídias de massa e “mídias verde”, objetivando a difusão da informação sobre as áreas protegidas e temas relacionados, seriam necessárias e recomendáveis.

Parece também interessante notar que, apesar dessa lacuna percebida pelos jornalistas, a maior parte das matérias analisadas faz referência a alguma fonte de informação que possa ser utilizada, tanto como fonte de consulta, como uma possibilidade de extensão sobre o tema. Essas fontes se relacionam, principalmente, ao Ministério do Meio Ambiente, ao IBAMA e a Instituições do Terceiro Setor.

Surge a partir deste resultado, um outro aspecto que merece uma reflexão mais aprofundada: as Universidades e Institutos de Pesquisa, instâncias formais de geração de conhecimento, não parecem ser percebidas como referências ou fontes de informação, nem pela mídia de massa, nem pelos construtores da informação. Recomenda-se, neste sentido, a formação de parcerias entre os construtores da informação, as mídias especializadas e os editores das mídias de massa, no intuito de utilizar o conhecimento acadêmico como fonte de informação para a difusão das áreas protegidas e temas conexos.

Este aprofundamento pode ser potencializado através de ações de comunicação empreendidas pela assessoria especializada no Governo, em particular com os construtores da informação, de forma a provê-los com os dados necessários para contextualização das matérias relacionadas com as Unidades de Conservação.

O fortalecimento de Assessorias de Imprensa governamentais, parece portanto essencial, para que a mídia possa veicular uma discussão mais consistente sobre o tema. A Assessoria governamental deve trabalhar diretamente com os

jornalistas ambientais e com os responsáveis editoriais das mídias de massa, fornecendo as informações necessárias, tanto em relação à legislação e políticas públicas, quanto na promoção de ações realizadas pelo Governo, Instituições do Terceiro Setor e Entidades privadas, de forma permanente.

Além disso, recomenda-se uma estratégia conjunta de difusão das ações bem sucedidas através de eventos de atualização, distribuição de boletins informativos e a inclusão dos jornalistas no Fórum de Áreas Protegidas recentemente lançado pelo Ministério do Meio Ambiente.

## **7.2 A Difusão Midiática na Sociedade do Espetáculo e a Percepção dos Jornalistas: Reflexões e Questões**

No contexto da Sociedade do Espetáculo, dois aspectos importantes emergem das análises comparativas em relação às matérias difundidas e a percepção dos jornalistas sobre esta difusão.

Em primeiro plano, parece essencial refletir sobre a difusão da biodiversidade através da mídia de massa e a percepção dos jornalistas com relação a esta difusão. Embora a maioria das matérias difunda aspectos relacionados com a biodiversidade (66%), a minoria (3 %) dos entrevistados reconhece esta difusão. Biodiversidade é, portanto, o elemento de maior “appeal” nas matérias divulgadas e os jornalistas não reconhecem este “appeal”.

No entanto, na maioria das matérias que difundem a biodiversidade, parece clara a relação entre biodiversidade e valoração econômica dos recursos naturais. A biodiversidade é, portanto apresentada de forma utilitarista, valiosa enquanto “mercadoria”.

*“A divisão é mostrada unitária, ao passo que a unidade é mostrada dividida(...)A forma-mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesmo, a categoria do quantitativo. Ela desenvolve o quantitativo e só pode se desenvolver nele(...)”* DEBORD:1997; p.37

Pode-se talvez inferir que, desta forma, a valoração utilitarista da biodiversidade pode, em certos casos, desviar a atenção para a conservação das áreas protegidas enquanto patrimônio natural, levando o leitor a acreditar que a “utilidade” da biodiversidade é parte do processo de conservação. Por trás de uma “aparente” preocupação com a conservação de recursos naturais, pode-se detectar, a importância conferida à transformação dos recursos naturais em divisas e crescimento econômico. Parece haver, neste sentido, um desconhecimento dos jornalistas quanto à difusão da biodiversidade na mídia de massa e a forma através da qual esta difusão acontece.

Mediante a apresentação destes resultados, pode-se refletir sobre as seguintes questões: Para a mídia analisada, a biodiversidade vale enquanto transformação em mercadoria? Por que a biodiversidade não figura como um dos temas centrais de difusão na percepção dos jornalistas? Será que os jornalistas já se deram conta da forma utilitarista com a qual a biodiversidade é difundida na mídia impressa de massa? Acredita-se que estes temas mereceriam um aprofundamento em outras pesquisas.

Um outro aspecto importante diz respeito à “espetacularização” da natureza na mídia de massa. Embora as matérias analisadas mostrem que essa “espetacularização” se dá tanto sua forma “negativa” (difusão de catástrofes), quanto na sua forma “positiva” (difusão da beleza cênica da natureza e do ecoturismo), quase na mesma proporção (53% x 47%), a maioria dos jornalistas não reconhece a difusão espetacular na sua forma positiva. Estaria o jornalista deixando de aproveitar o modo de operação “espetacular” na sua forma positiva? Será que os jornalistas, embora *reconheçam* o espetáculo como elemento midiático privilegiado, de fato o *conhecem*, ou seja, entendem como ele se apresenta?

Quanto à separação homem-natureza, com base na Teoria do Espetáculo denominada “Separação Consumada”, a cisão homem-natureza torna-se evidente na difusão midiática através da mídia analisada. Na maioria das matérias (77%), o homem é apresentado como agente externo à natureza e não parte dela, como ameaça e não “cúmplice” da proteção da natureza.

Algumas reflexões emergem deste resultado, incitando a novas inquietudes: apenas na minoria das matérias analisadas o elemento humano aparece “integrado” às Unidades de Conservação/Ecossistemas. Para os jornalistas, entretanto, já não há uma referência de separação de princípio e elas nunca estiveram “integradas”, pois as áreas protegidas são difundidas como separadas do homem, por estarem separadas efetivamente. Os jornalistas vêem as áreas protegidas como “*redomas de vidro*” ou “*reservas de mercado*”, devendo, portanto, serem mantidas nesta

separação, de modo a manter o “homem” afastado da natureza como garantia da manutenção do patrimônio, como ilustrado no depoimento a seguir:

*“As Áreas Protegidas são muito importantes, sobretudo porque o avanço desordenado do homem causa alterações muito grandes, tanto na vida quanto no meio físico. Se não houver contenção, os homens vão tomar tudo”.*

Estes resultados nos levam às seguintes questões, que devem ser consideradas para reflexões posteriores, sugeridas como temas para aprofundamento em trabalhos futuros:

Se o homem é interpretado como agente externo em relação à natureza, proteger os recursos naturais e a diversidade biológica seria proteger a natureza contra as ações do homem? Como promover a difusão da informação para reduzir as distâncias entre o homem e as áreas protegidas, de modo que estas sejam consideradas um “bem e uma responsabilidade de todos”? Como difundir estas questões? Como difundir a complexidade dos assuntos relacionados e dos temas envolvidos, se as áreas protegidas são interpretadas como santuários, “paraísos intocáveis” para o homem contemporâneo, e esta situação é reforçada pela mídia?

Parece oportuno, nesse sentido, um aprofundamento dessas questões, objetivando-se encontrar um caminho entre a conservação das áreas protegidas e, ao mesmo tempo, fomentar a busca de informações que contextualizem todos os aspectos e atores envolvidos na conservação das Unidades de Conservação, de modo a reduzir a “separação consumada” entre homem e natureza, ambos elementos dos mesmos ecossistemas. Isto reforça a necessidade de uma estratégia

de difusão midiática que discuta a responsabilidade individual e coletiva com relação à proteção da natureza.

Todos estes resultados remetem a algumas questões e demandas para consideração e reflexão, ainda que não possam ser resolvidas neste trabalho:

- Uma maior difusão da informação disponível sobre as áreas protegidas, que, no momento, encontra-se na sua maior parte centralizada no Poder Público Federal;
- Ampliação da oferta de educação para capacitação dos jornalistas ambientais;
- A importância de uma maior articulação da mídia com Instituições do Terceiro Setor, para que as mesmas possam colaborar para a difusão das Unidades de Conservação de forma transversal;
- A necessidade de aproximação das chamadas “mídias verdes” com a grande mídia, articulando parcerias para a troca de informação;
- O resgate do papel da Academia na tradução e difusão de conhecimento gerado sobre o tema para a sociedade e, neste caso específico, para a mídia especializada, de modo que a mesma possa articular a difusão, através dos construtores da informação, com a mídia de massa;
- A difusão de informações dirigidas às populações locais nas áreas de inserção das Unidades de Conservação, através das assessorias de imprensa especializada do governo, em conjunto com Instituições do Terceiro Setor e a articulação destas informações, através destas assessorias de imprensa com os construtores da informação;

### 7.3 Reflexão final: Espetáculo sem Informação X Informação sem espetáculo

Considerando-se o objeto de estudo em questão, as áreas protegidas brasileiras, podem emergir dois olhares: um olhar cético e um olhar esperançoso. O olhar cético aparece através do reconhecimento de que o modo privilegiado de expressão da contemporaneidade é o espetáculo; o olhar esperançoso diz respeito à crença de que mediante informação e educação, a difusão midiática de massa não está para sempre perdida.

Assim, pode-se “ousar” articular esses dois olhares a partir da Teoria do Espetáculo de Debord e de algumas idéias de Negri (2003). Para Debord, tudo é espetáculo e a vida se tornou um lugar de mera representação. Assim, é possível depreender, numa atitude crítica, que não há saída além do espetáculo. Se não há saída, não existe uma “única” saída ou fórmula redentora e pode-se acreditar que dentro, em qualquer lugar, pode haver um espaço de resistência, pois, segundo Negri, *“As resistências deixam de ser marginais e tornam-se ativas no centro de uma sociedade que se abre em rede”* (HARDT & NEGRI:2003, p.44)

Se o espetáculo é a forma de produção na contemporaneidade e dele não se pode escapar e agir por outros caminhos com os mesmos resultados, cabe levantar a hipótese de que talvez não se deva ou não se possa ser “contra o espetáculo, mas “com ele”.

Usar as mesmas ferramentas, transformando-as em “armas” que objetivem a sustentabilidade na dinâmica homem e natureza, numa perspectiva ecológica-social. Para tanto, é preciso buscar esses “pontos de resistência” no sistema e agir em busca de ações que visem mudanças, limitadas ou impactantes, que, associadas a outras ações e mudanças empreendidas em outros lugares, transformem o padrão de informação difundida na atualidade, produzindo, por sua vez, novas informações e resultados.

Na mídia, o espetáculo tal como aparece não transmite a informação necessária para contextualização das áreas protegidas além das aparências; os jornalistas reconhecem que existe espetacularização mas não têm noção de sua abrangência.

Isto pode estar significando o “descompromisso” ou “desinteresse” da mídia com relação à busca por informações?

Se os interesses econômicos obstaculizam a veiculação das informações, estaria o jornalista deixando de exercer importante atitude de resistência, já que “informação sem espetáculo”, ao que parece, não “se vende para a massa”? As ações de resistência estão “fora do espetáculo”?

Não seria essa aproximação interessante, ou seja, a apropriação da forma espetacular pelos jornalistas e do conteúdo de informação pela mídia?

Enquanto a mídia espetaculariza mas não transmite a informação, o jornalista recusa o espetáculo e uma aproximação com o mesmo. Como esse “duplo desconhecimento” se sustenta?

O desdobramento destas análises exigiria um tempo de reflexão maior, e,

*“uma resposta não poderá ser dada, a não ser no nível da linguagem do movimento, dentro do movimento (...) É que hoje não se fala mais em tomar o poder, mas em fazer poder, fazer um outro poder, e, se todos sabem que esta é uma perspectiva utópica, sabem também que ela se torna necessária e realista pela vertigem da passagem de época que estamos vivendo” (NEGRI: 2003, p. 239)*

## **8. DA METODOLOGIA DE PESQUISA, DAS LIMITAÇÕES DE PESQUISA E DAS POSSÍVEIS CONTINUIDADES**

### **8.1 Da Metodologia**

A princípio, a metodologia utilizada permite que sejam selecionados vários temas na área ambiental (biopirataria, “agenda marrom”, mudanças climáticas, etc.), em conjunção com qualquer outra mídia (mídia impressa de massa, mídias virtuais, televisão, jornal, etc), seja esta análise realizada com a forma midiática do veículo como um todo (por exemplo, “Revista”), seja com um único veículo, como foi o caso da presente pesquisa.

Em relação à metodologia de pesquisa, acredita-se que este trabalho aporta alguns aspectos interessantes de inovação, que, no entanto, devem ser testados quanto à sua efetiva reaplicabilidade para aprovação.

### **8.2 Dos Objetivos e dos Limites de Pesquisa**

Os objetivos da pesquisa foram atendidos, tanto na investigação do objeto de estudo, quanto na construção de uma possível abordagem metodológica. A pesquisa limitou-se a investigar um tema específico, a difusão midiática das áreas protegidas brasileiras, em apenas um veículo de massa. Desta forma, acredita-se

que outros veículos de massa, bem como veículos especializados possam ter um enfoque distinto.

Além disso, teria sido interessante investigar percepções e sugestões dos Assessores de Comunicação do Meio Ambiente, bem como representantes da Sociedade Civil Organizada.

Não foi possível, devido às limitações de tempo, fazer uma análise evolutiva da difusão midiática das áreas protegidas, bem como investigar se acidentes e acontecimentos pontuais influenciaram na difusão de forma quantitativa ou qualitativa.

### **8.3 Da Continuidade da Pesquisa**

Sugere-se a continuidade da pesquisa através da ampliação dos veículos de comunicação selecionados (internet, televisão, jornal), bem como entrevistas com setores representativos da Sociedade Civil Organizada e do Ministério do Meio Ambiente. Estimula-se ainda a investigação da evolução e da influência histórica dos temas difundidos; bem como um estudo das imagens difundidas correlacionando as imagens à Teoria do Espetáculo.

Além disso, sugere-se a análise dos cursos de formação existentes na área ambiental e um estudo comparativo entre a difusão midiática das áreas protegidas (e/ou outros temas ambientais) na mídia impressa de massa e na mídia especializada.

Espera-se, por fim, que a metodologia utilizada possa ser testada com outros objetos de estudo, outras mídias e outros atores na área ambiental.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, THALES H. N. **Ecológicas Manhãs de Sábado: o espetáculo da natureza na televisão brasileira**. São Paulo: Annablume FAPESP, 2003.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERQUÒ, E. S. **Bioestatística**. São Paulo: EPU, 1981.

BRASIL. **Política Nacional da Biodiversidade**. Decreto Nº 4.339, de 22 de agosto de 2002

BRASIL. Ministério do meio Ambiente. **Jornal das Áreas Protegidas**, 2003

BRUGGER, P.; Loureiro, C. F.; Layrargues, P.; Castro, R. (org) *et al.* **Os Novos Meios de Comunicação: Uma antítese da Educação Ambiental” in Educação Ambiental: Repensando o espaço da cidadania**. São Paulo: Editora Cortês, 2002.

BRUNTLAND; Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas 2 ed., 1987.

CABRAL,N.R.A.J. & SOUZA,M.P. **Área de Proteção Ambiental: Planejamento e Gestão de Áreas Protegidas**. São Paulo: Ed.RiMa, 2002.

CAPRILES. **Revista ECO 21**. 2002.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro : Contraponto, 1988.

DIEGUES, A. C. **O mito moderno da natureza intocada**. Rio de Janeiro: HUCITEC, 4ª edição, 49-51p.

FERREIRA, A et al. **Novo Dicionário Aurélio**, Rio de Janeiro, Ed. Nova Fronteira, 1986.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**, São Paulo, Ed. Graal, 2004.

FUNBIO. Fundo Brasileiro para a Biodiversidade. **Relatório Anual**. Rio de Janeiro: 2002

GUATTARI, F. **As três ecologias**. São Paulo: Papyrus, 12ª edição. 23-25p.:2000

GUIMARÃES, D in **Por uma outra Comunicação**, Dênis de Moraes(org), Rio de Janeiro: Record, 2003.

HALL, P. **The Carrier Wave: New information Technology and the Geography of Innovation**, Londres: Unwin Hyman, 1988.

HALL, S.. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002, 9 p; 12-13 p.

HARDT & NEGRI Império. Rio de Janeiro, 5ª edição: Record: 2003

IBGE. **Indicadores de Desenvolvimento sustentável**. Brasil 2002 – [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)- acesso 12/01/2003

IRVING, M.A **Desenvolvimento, Conservação Ambiental e Qualidade de Vida: Potencialidades, Conflitos e Desafios da Realidade Brasileira**. Rio de Janeiro: Série Documenta N°11, RJ, Eicos- UFRJ, 2000.

IRVING, M.A. **Participação e Envolvimento Comunitário: Garantia Ética de Sustentabilidade em Projetos de Desenvolvimento** in Arquivos Brasileiros de Psicologia, Vol. 50. N° 4, IP, UFRJ, CNPQ, 1998, 76 p.

IRVING, M.A. - **Refletindo sobre o Ecoturismo em áreas protegidas: tendências no contexto brasileiro**. In: IRVING,M.A. & AZEVEDO, J. – **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Ed.Futura, 2002.

ISER. **O que o Brasileiro pensa do Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: 2002.

KNOWLES & ONESTINI - **Parcerias para o Desenvolvimento Sustentável in Um Guia de Boas Práticas: América Latina**. IULA, I.C.L.E.I. 33p. 2003

KUNSCH & FISCHMANN (org) **“Mídia e Tolerância”**, São Paulo: Edusp, 40-49p

LATOUR, B. **"O coro de queixosos"**, Folha de São Paulo, 17/08/1997. Caderno Mais, p.7.

LEROY, J. P. **Ecologia, Economia e Ética: Pressupostos do Desenvolvimento Sustentável"** in Revista Proposta-Fase, Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional. Rio de Janeiro: 2003.

LOPES, S. A. **Formação de cidadania: comunicação e informação da sociedade** in Construindo os recursos do amanhã, Centro de Recursos Ambientais (CRA). Loureiro C.F. (Org), Salvador, Bahia: 2003.

LOUREIRO, C. F. **Cidadania e Meio Ambiente**. Salvador, Bahia:Centro de Recursos Ambientais, 2003.

LOUREIRO, C. F. & Azaziel M. & Franca N. (Orgs) **Educação Ambiental e Gestão Participativa em Unidades de Conservação**. Rio de Janeiro, RJ, IBASE: IBAMA, 2003.

MINAYO, M. C. (Org) **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**, Rio de Janeiro: Editora Vozes, Petrópolis, 1994.

MOSCOVICI, S. **Hommes Domestiques, Hommmes Sauvages** in O mito moderno da natureza intocada, HUCITEC 1974 p.49

MARTÍN-BARBERO. **Globalização comunicacional e transformação cultural** in Por uma outra comunicação. Dênis de Moraes(org), Rio de Janeiro: Record, 2003.

MERCADANTE. **Jornal das Áreas Protegidas**. Brasília: 2003

MORAES, R. **Educação, mídia e meio ambiente**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

NEGRI, A **Cinco Lições sobre o Império**, DP&A, Rio de Janeiro, 2003

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU. **Atlas Mundial para a Biodiversidade: Recursos Vivos da Terra para o Século XXI**, Londres: 2002.

PALOS, C. e MENDES, R. **Problematização da Educação ambiental através de oficina** in Novos Instrumentos de Gestão Ambiental Urbana. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001. 63 p.

RAMONET, I. **Geopolítica do Caos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

REDCLIFT, M.S **Global Environmental Change and Global Inequality** in International Sociology. Londres: Sage, vol.13, nº 4, dez.de 1998.

REDE BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL – [WWW.REBEA.ORG.BR](http://WWW.REBEA.ORG.BR) - ACESSO 26/10/2003

SPERBER, D. In **Introdução às ciências cognitivas** 356-359 ps

SODRÉ, M **Reinventando a Cultura: A Comunicação e seus produtos** Petrópolis: Editora Vozes, 4ª Edição, 2001.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1995.

UICN – The World Conservation Union. **Business & Biodiversity**. 2002

\_\_\_\_\_ The World Conservation Union. **Recomendaciones**. 2002

VILAS BOAS, S. **Formação & Informação Ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo; Summus, 2004.

WORLD WILD FUND. **Planeta Vivo**. Brasília, D.F., 1999 – [www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br)

WORLD WILD FUND **Áreas Protegidas ou Espaços Ameaçados**. 1999

WWF-Brasil, IIEB – Instituto Internacional de Educação do Brasil. **Manual de Comunicação e Meio Ambiente**. São Paulo: Editora Peirópolis, 2004.

**Palavras Chave: Mídia, Difusão Ambiental, Unidades de Conservação**

**APÊNDICE A**

**CATEGORIAS DE ANÁLISE PARA AS MATÉRIAS  
SELECIONADAS**

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>ANÁLISE / ÁREAS DE PESQUISA</b> |
|------------------------------------|

|                  |   |   |   |   |   |   |
|------------------|---|---|---|---|---|---|
| Áreas Protegidas |   |   |   |   |   |   |
| 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

|                         |   |   |   |   |
|-------------------------|---|---|---|---|
| Unidades de Conservação |   |   |   |   |
| 1                       | 2 | 3 | 4 | 5 |

|                   |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|
| Estação Ecológica |   |   |   |
| 1                 | 2 | 3 | 4 |

|                   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|---|---|---|
| Reserva Biológica |   |   |   |   |   |   |
| 1                 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

**FORMA:**

|                         |
|-------------------------|
| Texto Descritivo (S/N)? |
| Texto Analítico (S/N)?  |
| Quantidade de Imagens:  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**CARTOGRAFIA DO CONTEÚDO:**

|  |
|--|
| Apresenta de forma precisa os conceitos referentes as Unidades de Conservação? |
| Faz referência à alguma fonte de informação?                                   |
| - Universidades (S / N)  |
| - Órgãos federais (S / N)  |
| - Órgãos estaduais (S / N)   |
| - Órgãos municipais (S / N)  |
| - Terceiro setor (S / N)   |
| - Órgãos internacionais (S / N)  |
| - Livros (S / N)   |
| - Outras fontes de mídia (S / N)   |
| Faz menção a população local? (S / N)  |
| Faz relação entre U.C. e biodiversidade? (S / N)                               |
| Faz relação entre U.C. e as atividades econômicas? (S / N)                     |
| Faz menção a Planos de Manejo? (S / N)   |
| Faz menção a políticas públicas? (S / N)                                       |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**CATEGORIA DO ESPETÁCULO:**

|  |
|--|
| A separação consumada (S / N)          |
| A natureza como Espetáculo (S/N)       |
| Unidade e divisão na aparência (S / N) |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |



**ANÁLISE / ÁREAS DE PESQUISA**

| Monumento Natural |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|
| 1                 | 2 | 3 | 4 |

| Refúgio da Vida Silvestre |   |   |   |
|---------------------------|---|---|---|
| 1                         | 2 | 3 | 4 |

| Área de Proteção Ambiental |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1                          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |

**FORMA:**

Texto Descritivo (S/N)?

Texto Analítico (S/N)?

Quantidade de Imagens:

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CARTOGRAFIA DO CONTEÚDO:**

Apresenta de forma precisa os conceitos referentes as Unidades de Conservação?

Faz referência à alguma fonte de informação?

- Universidades (S / N)
- Órgãos federais (S / N)
- Órgãos estaduais (S / N)
- Órgãos municipais (S / N)
- Terceiro setor (S / N)
- Órgãos internacionais (S / N)
- Livros (S / N)
- Outras fontes de mídia (S / N)

Faz menção a população local? (S / N)

Faz relação entre U.C. e biodiversidade? (S / N)

Faz relação entre U.C. e as atividades econômicas? (S / N)

Faz menção a Planos de Manejo? (S / N)

Faz menção a políticas públicas? (S / N)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CATEGORIA DO ESPETÁCULO:**

A separação consumada (S / N)

A natureza como Espetáculo (S/N)

Unidade e divisão na aparência (S / N)

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |





## **APÊNDICE B**

### **LISTA DAS MATÉRIAS SELECIONADAS**

1. Berçário Gigante - 16/06/99
2. Sozinhos no fim do mundo- 16/06/99
3. Belas e selvagens- 14/07/99
4. Farra didática- 11/08/99
5. Xenofobia na selva- 18/08/99
6. Matança amazônica- 25/08/99
7. A força do senhor dos macacos - 01/09/99
8. O sertão virou pó- 01/09/99
9. Bichos de sobra- 22/09/99
10. As paisagens intocadas - 06/10/99
11. Os campeões da vida- 13/10/99
12. Radical de leve- 03/11/99
13. Crime ecológico - 01/12/99
14. Do oiapoque ao - 01/12/99
15. Verão submerso - 08/12/99
16. O planeta resiste aos ataques - Veja 2000 especial
17. Quer entrar? Tire a roupa - 02/02/00
18. Mar de jacarés- 23/02/00
19. Praia do ano 2000- 29/03/00
20. No papel de mocinho- 12/04/00
21. Permuta-se ar- 19/04/00
22. A solidão mata - 26/04/00
23. Licença para cortar - 17/05/00
24. Mausoléu na selva- 14/06/00
25. Inferno no paraíso - 12/07/00
26. Parque turbinado - 20/09/00
27. Incendio apagado- 27/09/00
28. É possível ver de perto- 04/10/00
29. É permitido matar- 25/10/00
30. Guerra sem tiros - 15/11/00
31. Até onde a Amazônia pode resistir? - 22/11/00
32. Capitalismo nas aldeias- 24/01/01
33. A Vez do pantanal é agora- 31/01/01
34. Limpando a barra - 31/01/01
35. Onças em São Paulo - 10/04/01
36. O senhor das flores - 18/04/01
37. Um campo de futebol a cada 8 segundos - 23/05/01
38. A floresta dá dinheiro - 22/08/01
39. Atire e pague- 22/08/01
40. A bioladroagem- 24/10/01
41. As melhores praias do país- 14/11/01
42. Ecologia Chique- 28/11/01
43. Ele é campeão - 13/02/02
44. A floresta dá dinheiro- 13/02/02
45. Na floresta dos macacos -03/07/02
46. A população voltou a crescer / Veja especial maio de 02
47. A Terra pede socorro- 21/08/02
48. A seca é fogo - 21/09/02
49. Pantanal com asfalto- 08/01/03
50. A rapina dos corais- 03/09/03

51. Um salto para a vida- 15/10/03
52. A Amazonia será ocupada - 12/11/03
53. O Trator no governo 10/12/03
54. Tem gringo no mato - 11/02/04
55. A guerra natural -18/02/04
56. Um paraíso cercado e ameaçado- 25/02/04
57. Sem fé ou sem lei - 28/04/04
58. A Estação do Pantanal - 12/05/04
59. A natureza contra-ataca - 19/05/04
60. Desmatamento ao Vivo- 19/05/04
61. Fiscal, espécie rara - 28/06/04

**APÊNDICE C**  
**MODELO DE QUESTIONÁRIO**



Fevereiro/2005

Caro XXXX

Este é um questionário dirigido aos jornalistas brasileiros considerados referência na área ambiental, e será enviado para não mais do que vinte profissionais.

O objetivo do questionário é mapear as percepções, avaliações e sugestões dos jornalistas pesquisados quanto à difusão das **áreas protegidas** (unidades de conservação), a conservação da biodiversidade e temas conexos na mídia brasileira.

O resultado comporá a minha tese de mestrado que está em fase de elaboração para o Programa EICOS, Cátedra da Unesco no Brasil, UFRJ.

Agradeço a sua colaboração e informo que o resultado será disponibilizado na íntegra para a Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental.

Grata,

Maria Cecília Trannim

**Observações:**

- a. Ao responder as perguntas e caso sinta necessidade de detalhar mais as informações, utilize o espaço no final da pesquisa.
- b. Esta pesquisa é composta de perguntas fechadas, nas quais somente uma resposta é possível e perguntas abertas, nas quais é desejado que você detalhe/descreva a sua posição/percepção.
- c. As perguntas nas quais o número esteja acompanhado da letra "a", indicam que são decorrentes da pergunta anterior.

1. Faixa etária:  
(A) de 19 a 24 anos (B) de 25 a 29 anos (C) 30 a 34 anos (D) de 35 a 39 anos (E) de 40 a 44 anos (F) de 45 a 49 anos (G) acima de 50 anos

2. Formação: .....

3. Área de especialização: .....

3.a. A sua especialização é: (A) formal (B) informal

4. Veículo(s) de comunicação em que você:

4.a. Trabalha: .....

4.b. Colabora: .....

## PESQUISA SOBRE ÁREAS PROTEGIDAS

---

.....

5. Há quanto tempo exerce a sua profissão?  
(A) menos de 5 anos (B) de 6 a 10 (C) de 11 a 15 (D) de 16 a 20 (E) a mais de 21

6. Quando você iniciou a sua atuação na área ambiental?  
(A) menos de 5 anos (B) de 6 a 10 (C) de 11 a 15 (D) de 16 a 20 (E) a mais de 21

7. Na sua opinião, quais são os principais temas enfocados na cobertura ambiental?

.....  
.....  
.....

7.a. Na sua percepção, a conotação simbólica desses temas é:  
(A) positiva (B) medianamente positiva (C) indiferente (D) medianamente negativa (E) negativa

7.b. Porque?

.....  
.....  
.....

8. Como você definiria “áreas protegidas” com suas palavras?

.....  
.....  
.....

9. Na sua opinião, qual a importância das áreas protegidas para a conservação da biodiversidade?

.....  
.....  
.....

10. De que maneira a mídia tem divulgado as áreas protegidas?

## PESQUISA SOBRE ÁREAS PROTEGIDAS

---

.....

.....

.....

10.a. Com que frequência é feita esta divulgação?

- (A) semanalmente (B) quinzenalmente (C) mensalmente (D) semestralmente (E) não posso precisar

11. Na sua opinião, quais as áreas protegidas mais divulgadas pela mídia?

.....

.....

.....

11.a. Na sua opinião, qual a razão do enfoque nessa(s) área(s)?

.....

.....

.....

12. Há dificuldades de difusão das áreas protegidas através da mídia de massa?

- (A) sim (B) mediana (C) não

12.a. Caso positivo, indique as dificuldades preponderantes em relação à cobertura e a difusão ambiental

.....

.....

.....

13. Você identifica problemas de gestão das áreas protegidas?

- (A) Sim (B) Não

13.a Descreva alguns, caso existam:

.....

.....

## PESQUISA SOBRE ÁREAS PROTEGIDAS

---

.....  
.....

14. Como você avalia as políticas públicas dirigidas às áreas protegidas?  
(A) Positiva (B) Medianamente positiva (C) Indiferente (D) Inexistente

14.a. Porque?

.....  
.....  
.....

15. Quais as recomendações que você entende serem pertinentes aos órgãos públicos para a divulgação e difusão das áreas protegidas?

.....  
.....  
.....

16. Você acha que o seu público (o público interessado na temática ambiental) entende o que é uma área protegida e a sua importância?  
(A) totalmente (B) razoavelmente (C) não

16.a. Porque?

.....  
.....  
.....

17. Você acha que o grande público entende o que é uma área protegida e a sua importância?  
(A) totalmente (B) razoavelmente (C) não

17.a. Porque?

.....  
.....  
.....



## **APÊNDICE D**

### **GRÁFICOS**

Gráfico -1: Matérias selecionadas sob as palavras-chave X

Matérias analisadas

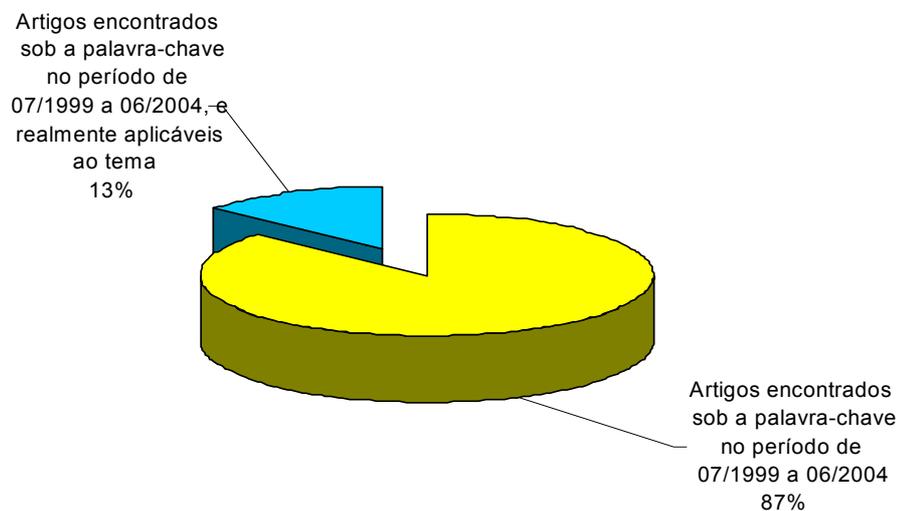


Gráfico- 2: Texto descritivo ou analítico

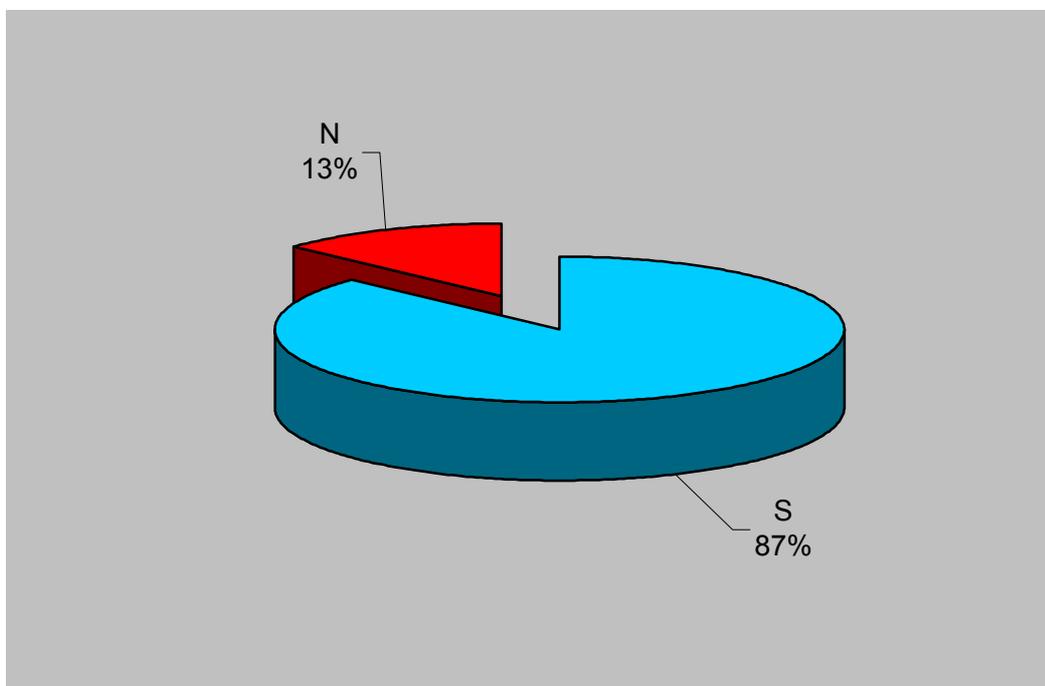


Gráfico – 3:

Precisão dos conceitos referentes às Unidades de Conservação

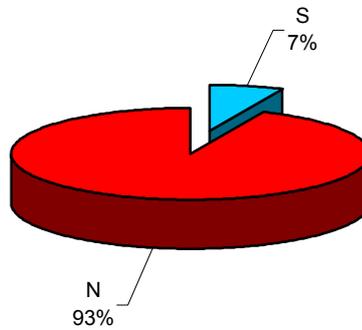


Gráfico – 4: Referência às fontes de informação

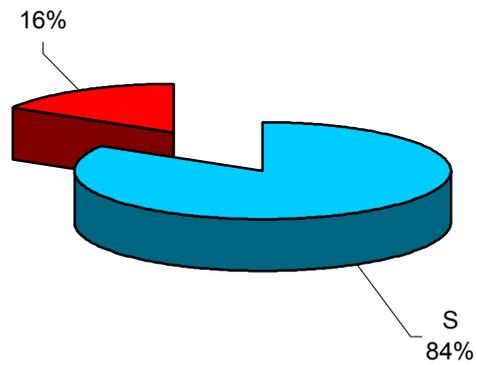


Gráfico – 5: Menção a Universidades

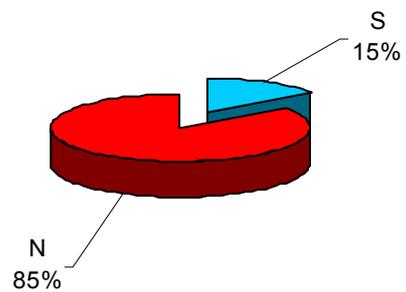


Gráfico – 6: Menção a Órgãos Federais

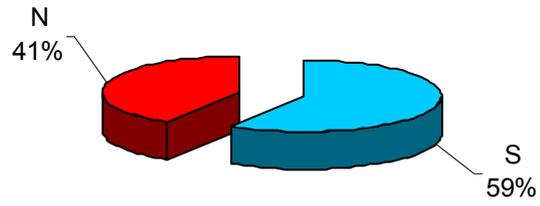


Gráfico – 7: Menção a Órgãos Estaduais

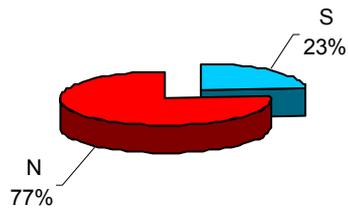


Gráfico – 8: Menção a Órgãos Municipais

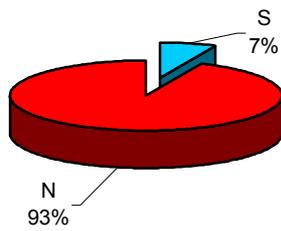


Gráfico – 9: Menção a Instituições do Terceiro Setor

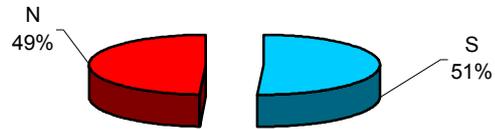


Gráfico – 10: Menção a Órgãos Internacionais

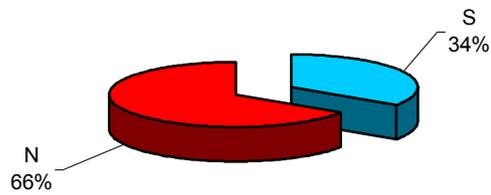


Gráfico – 11: Menção a livros

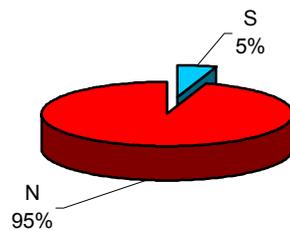


Gráfico – 12: Menção a outras fontes de mídia

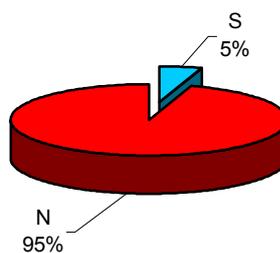


Gráfico – 13: Menção à população local

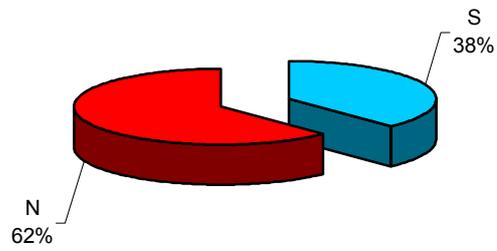


Gráfico – 14: Relação entre Unidades de Conservação e Biodiversidade

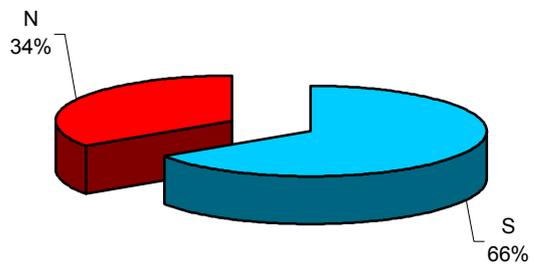


Gráfico – 15: Relação entre Unidades de Conservação e Atividades Econômicas

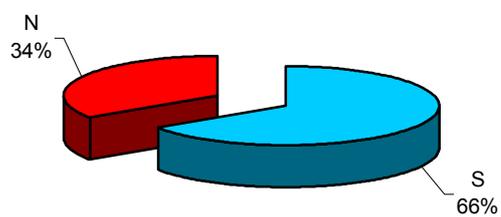


Gráfico – 16: Menção a Planos de

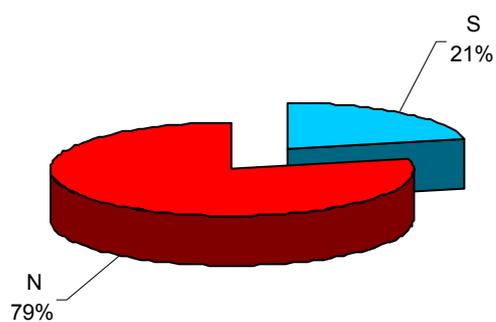


Gráfico – 17: Menção a Políticas Públicas

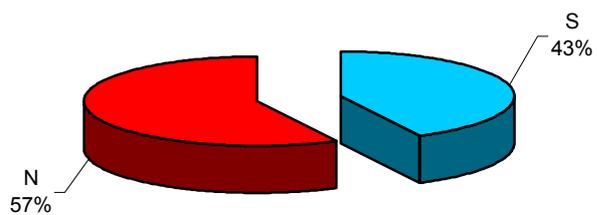


Gráfico – 18: Separação Consumada

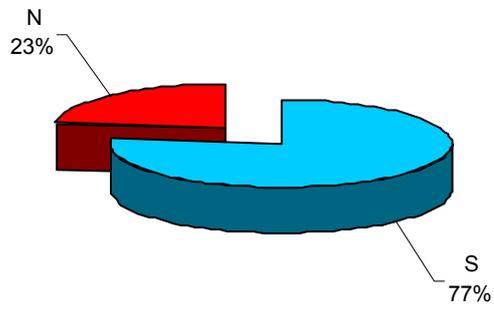


Gráfico – 19: Matéria espetaculariza a Natureza?

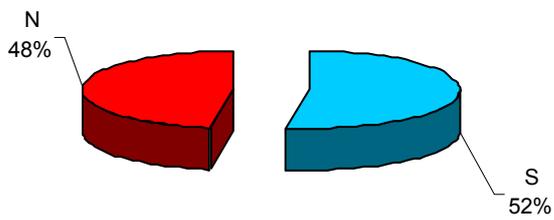


Gráfico – 20: Espetacularizações positivas ou negativas?

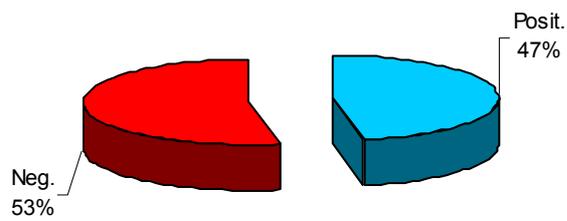


Gráfico – 21: Unidade e Divisão na aparência

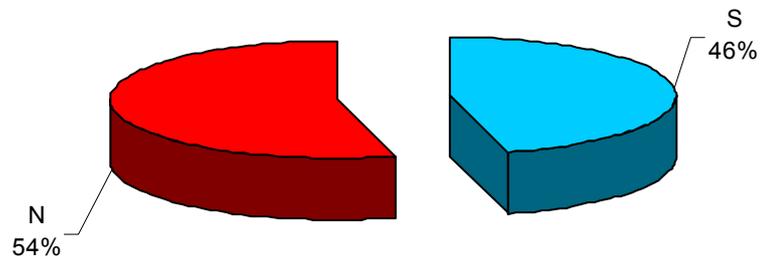


Gráfico – 22: Faixa Etária

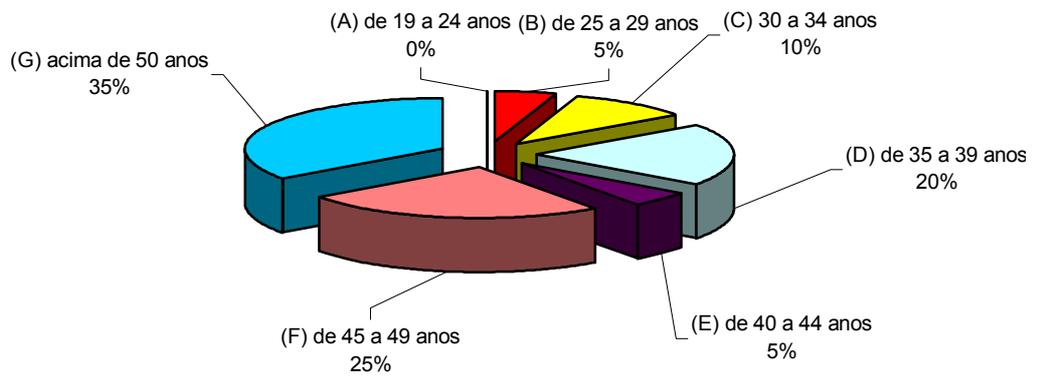


Gráfico – 23: Formação tradicional ou exercida pela prática?

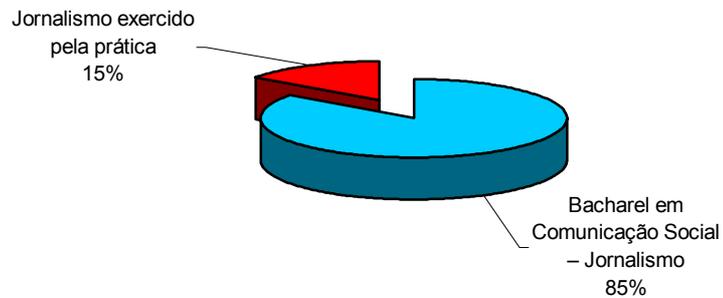


Gráfico – 24: Possui formações adicionais?

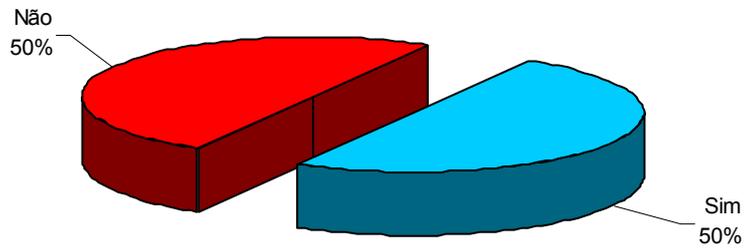


Gráfico – 25: Formações em outras áreas

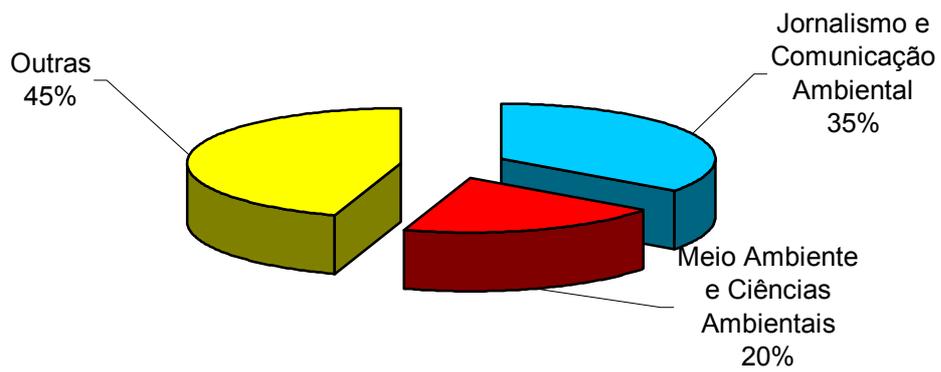


Gráfico – 26: Especialização formal ou informal?

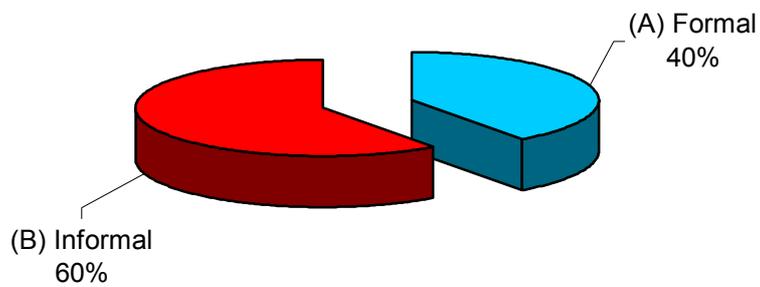


Gráfico – 27: Tempo de exercício da profissão

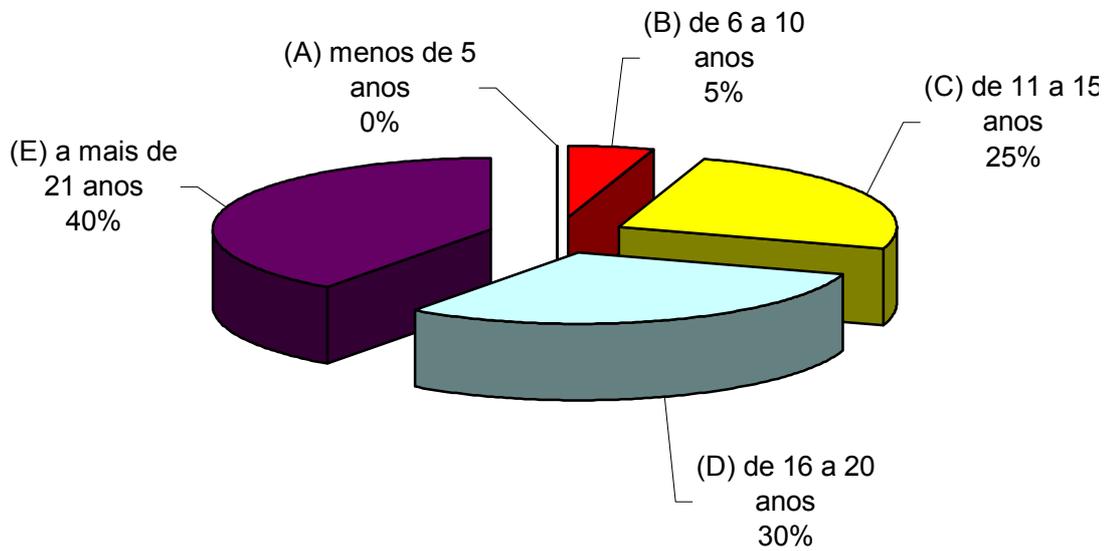


Gráfico – 28: Tempo de exercício na área Ambiental

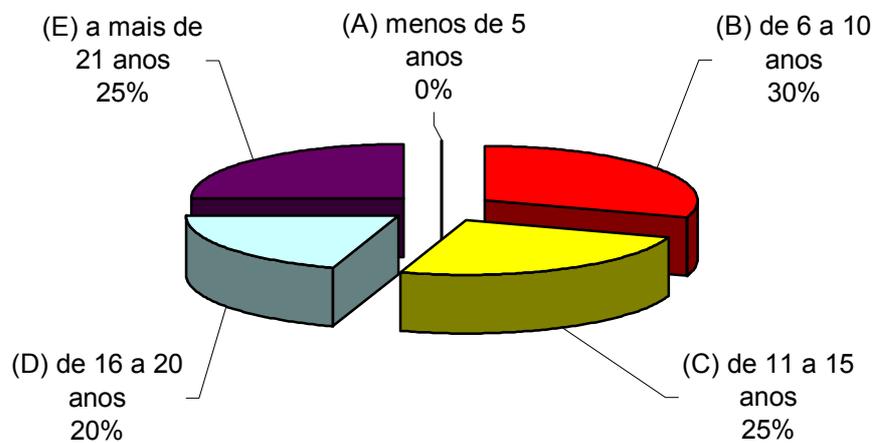


Gráfico – 29: Desmatamentos, secas e queimadas / acidentes, catástrofes e desastres.

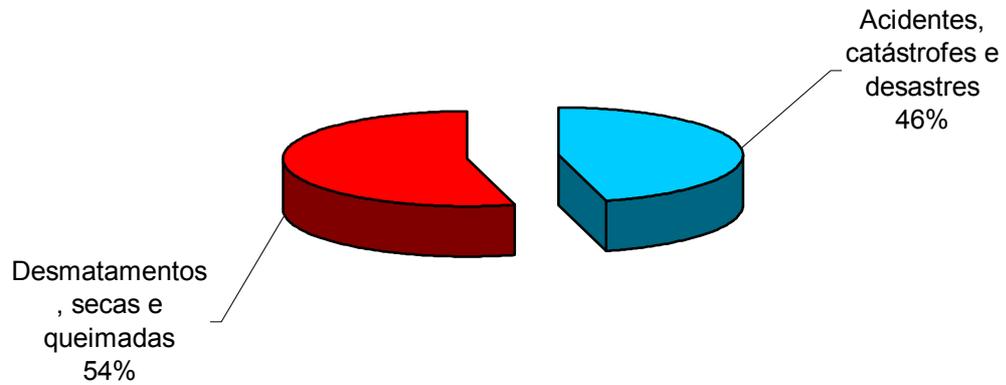


Gráfico – 30: Divisão de “outros temas” por menção:

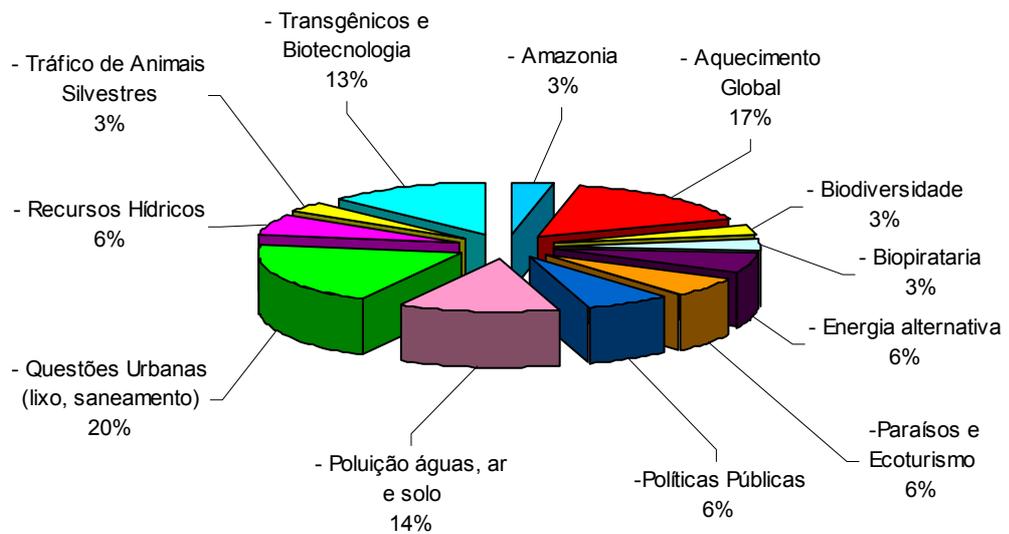


Gráfico – 31: Conotação simbólica dos temas ambientais difundidos pela mídia

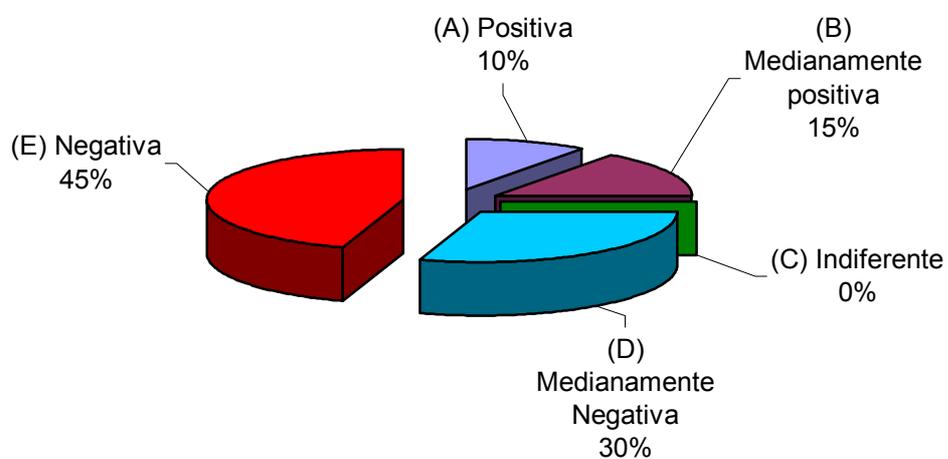


Gráfico – 32: Qual a razão desta conotação?

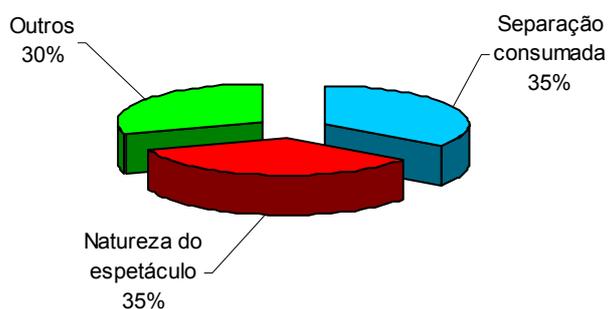


Gráfico – 33: Maneira pela qual a mídia tem divulgado as áreas protegidas

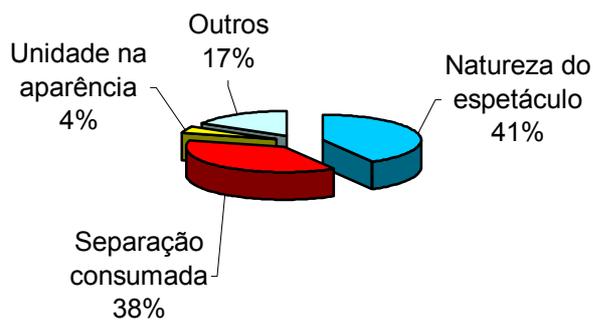


Gráfico – 34: Frequência da divulgação

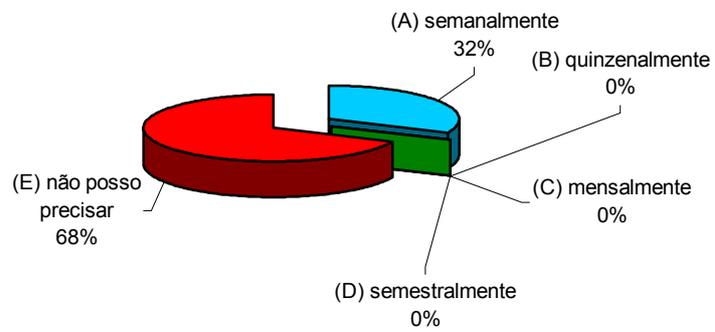


Gráfico – 35: Áreas mais divulgadas pela mídia, na opinião dos jornalistas

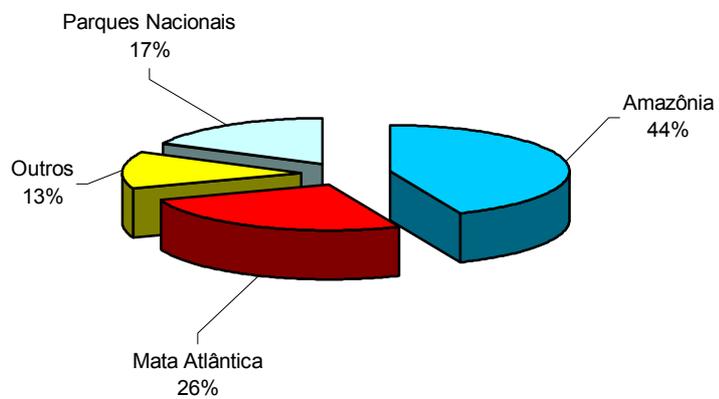


Gráfico – 36: Razão do enfoque da Difusão

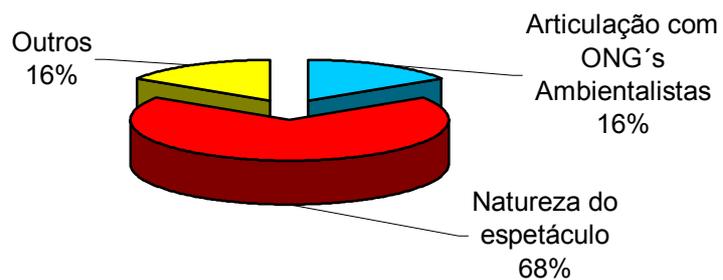


Gráfico – 37: Existência de dificuldades de difusão das áreas protegidas através da  
mídia de massa

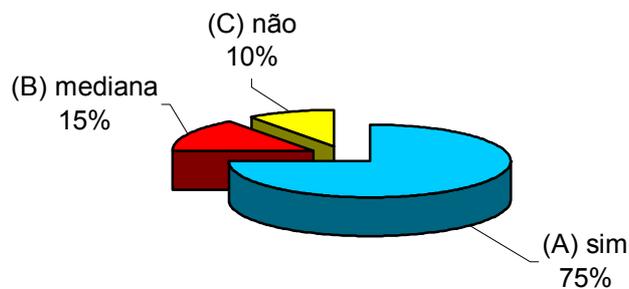


Gráfico – 38: Principais fatores que dificultam a difusão das áreas protegidas através  
da mídia de massa

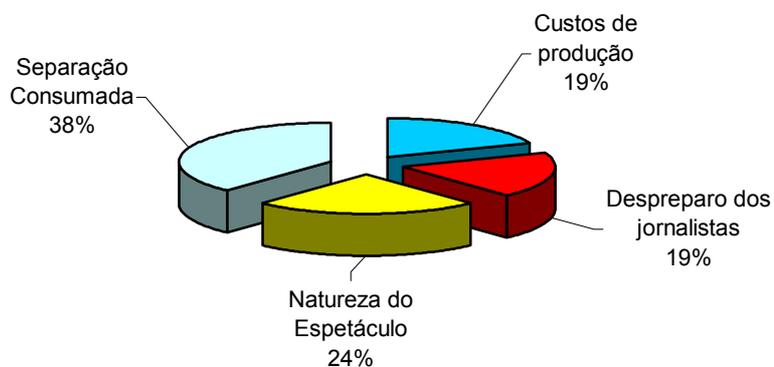


Gráfico 39 - Problemas de gestão das áreas protegidas

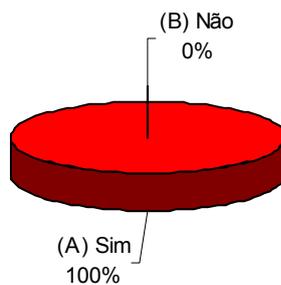


Gráfico-40: Diferentes problemas de gestão das áreas protegidas

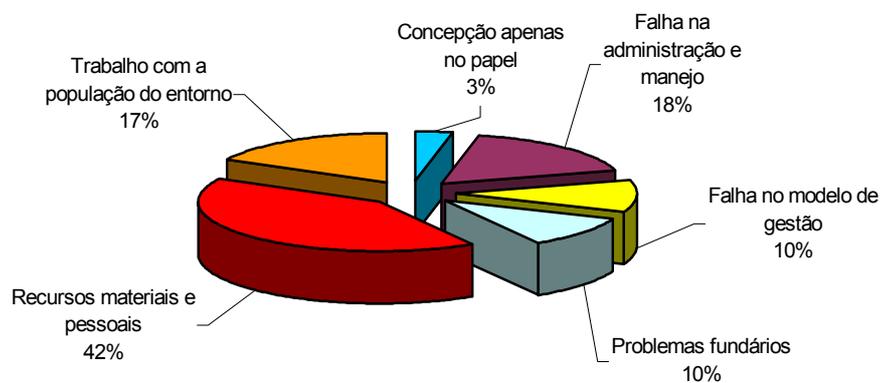


Gráfico-41: Avaliação das políticas públicas dirigidas às áreas protegidas

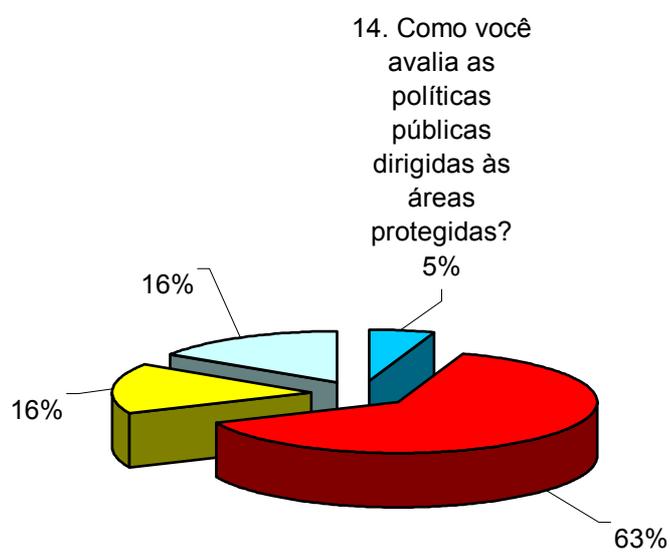


Gráfico-42: Razão das críticas negativas

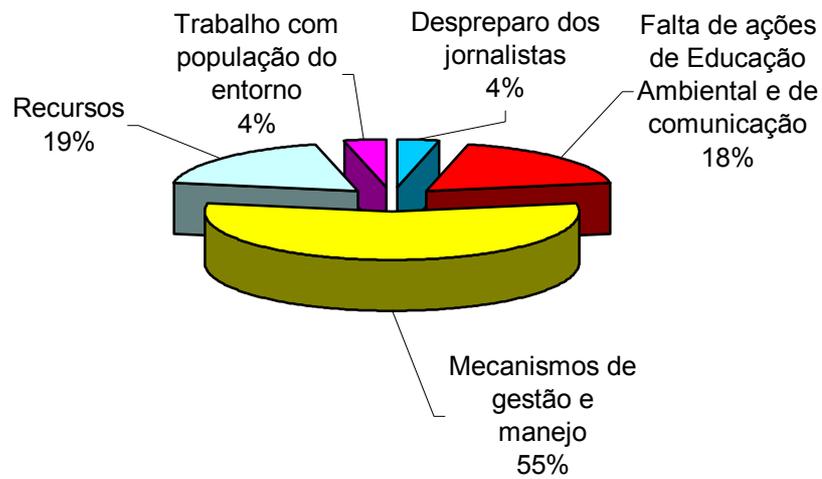


Gráfico-43:

Recomendações para a difusão das áreas protegidas

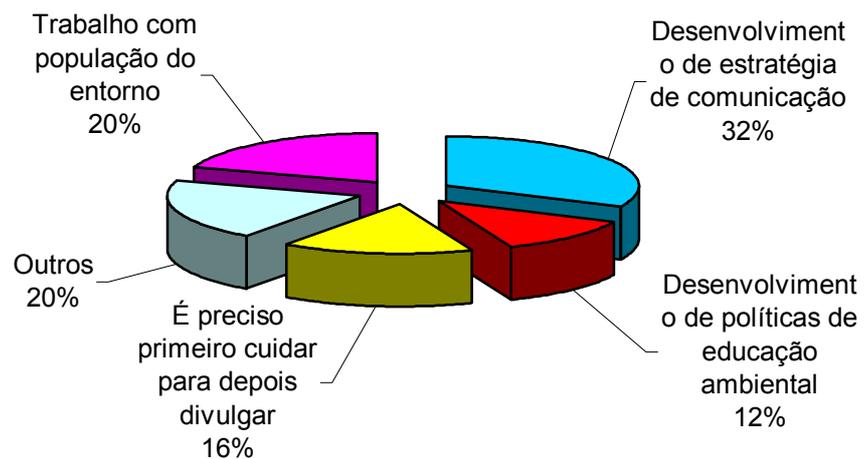


Gráfico-44: Entendimento do público interessado na temática ambiental sobre as áreas protegidas e a sua importância

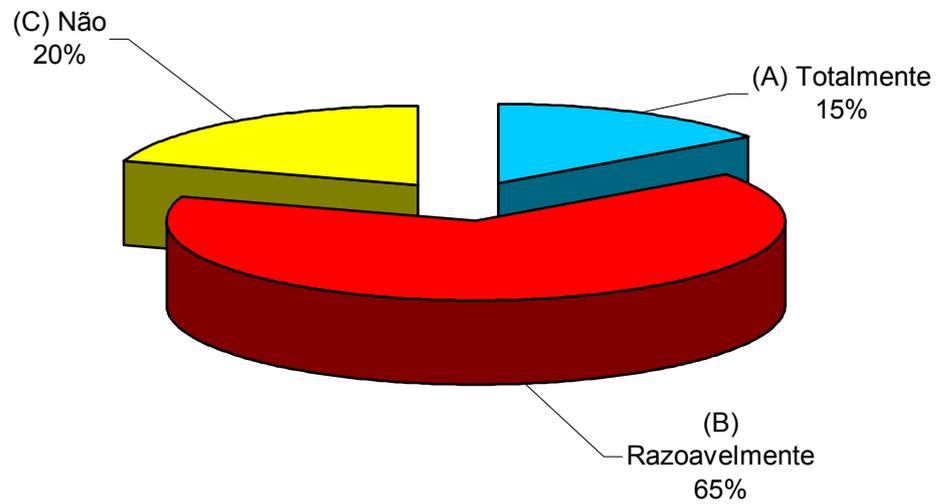


Gráfico- 45: Razão do entendimento

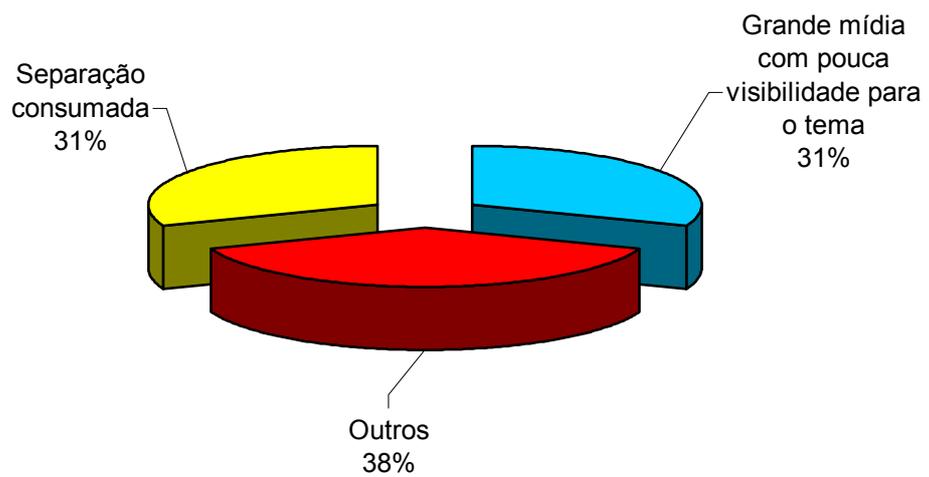


Gráfico-46: Entendimento do grande público sobre as áreas protegidas e a sua importância

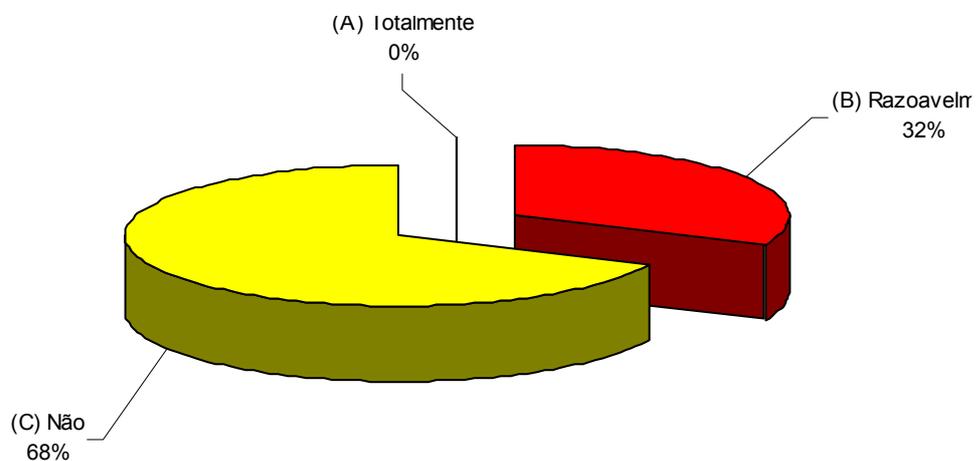


Gráfico-47: Razão

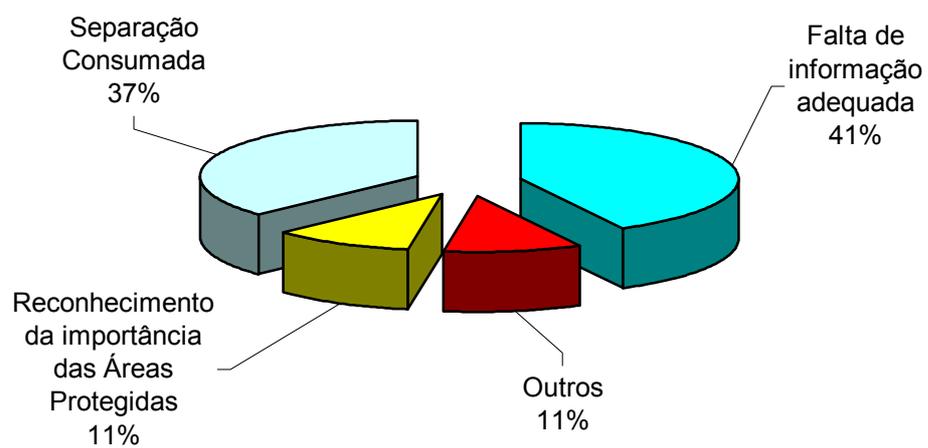


Gráfico-48: Sugestões para aprimoramento da Difusão das áreas Protegida

