

EM NOME DO BEM COMUM: A COMUNICAÇÃO COMO MEIO PARA AMPLIAR E VALORIZAR AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

Antonio Carlos Teixeira¹

Resumo

Este artigo se inspira em pensamentos e argumentos de profissionais e formadores de opinião das áreas de comunicação, ética, sustentabilidade e economia, como o teólogo brasileiro Leonardo Boff, o jornalista brasileiro André Trigueiro, o economista bengali Muhammad Yunus e o empresário estoniano Rainer Nõlvak, bem como em pesquisas relacionadas à percepção do consumidor e em exemplos bem-sucedidos de como a informação pode transformar o comportamento humano e estimular boas práticas ambientais. O objetivo deste texto é mostrar a importância da comunicação para sensibilizar a sociedade sobre questões que são essenciais à proteção dos recursos naturais e, conseqüentemente, ao bem-estar humano.

Palavras-Chave

Comunicação, meio ambiente, sustentabilidade, consciência socioambiental, bem comum, educação ambiental

Abstract

This article is based on opinions and thoughts and arguments of professionals and opinion makers in the areas of communication, ethics, sustainability and economy, as the Brazilian theologian Leonardo Boff, the Brazilian journalist André Trigueiro, the Bengali economist Muhammad Yunus and the Estonian business Rainer Nõlvak as well as in research related to consumer perception and successful examples of how information can change human behavior and encourage good environmental practices. The aim of this paper is to show the importance of communication to educate society about issues that are essential to the protection of natural resources and therefore welfare-human.

Keywords

Communication, environment, sustainability, social and environmental awareness, welfare, environmental education

1 - Introdução

Comunicar é ação. É “comunicação²”. Por meio dela, podemos mudar o mundo. Por exemplo: o que podemos fazer para ampliar a conscientização sobre a importância da sustentabilidade para a continuação da vida na Terra? Muita coisa, segundo especialistas no tema que inspiram este trabalho. Mas todas elas precisam de comunicação! Mas essa comunicação deve ser exercida em benefício da sustentabilidade. Mas o que significa sustentabilidade?

Não há um consenso sobre a definição da palavra “sustentabilidade”. Segundo TEIXEIRA (2004):

A palavra “sustentável” pode expressar algo “capaz de se manter mais ou menos constante, ou estável, por um longo período.” Já “sustentabilidade”, numa definição primária, pode ser entendida como uma qualidade de “sustentável”. No começo da década de 1980, Lester Brown, fundador do

Worldwatch Institute e atual presidente do Earth Policy Institute, introduziu um novo conceito sobre a palavra, a partir da visão de que uma comunidade sustentável seria aquela capaz de satisfazer às próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras. Sabemos ainda que a expressão “desenvolvimento sustentável” está sujeita a várias interpretações e que pensamentos e correntes das áreas ambiental e econômica acreditam que as palavras “desenvolvimento” e “sustentável” seriam incompatíveis na tentativa de transmitir uma ideia conjunta por serem, teoricamente, contraditórias em relação à evolução humana e preservação/conservação do meio ambiente. Igualmente estamos cientes de que “desenvolvimento sustentável” também se tornou uma questão política entre nações ricas e pobres, desenvolvidas e subdesenvolvidas, do norte e do sul do Planeta.

Vamos entender “sustentabilidade” neste artigo como a busca pelo equilíbrio entre as ações decorrentes da evolução humana e o uso do meio ambiente e dos recursos naturais pela espécie (TEIXEIRA, 2004).

Quando presenciamos, por exemplo, uma pessoa lavando a calçada com água tratada, podemos concluir, num primeiro momento, que ela não reúne informações suficientes para perceber esta situação como um ato de desperdício. Mas, diante de tanta informação a que temos acesso, como uma pessoa pode ainda desperdiçar água? O planeta Terra dispõe somente de 2,4% de água doce em geleiras e calotas polares e a água disponível para consumo imediato (contida em rios, lagos e lagoas) representa apenas 0,06% de

toda a quantidade presente no planeta³. A despeito de ser pequenino, esse percentual representa toda a reserva hídrica existente no mundo sob a forma de rios, lagos, cachoeiras e outros ambientes. E mesmo que a água doce não fosse finita, a discussão que aqui se impõe é sobre seu desperdício por parte do *sapiens*⁴.

Mas será que podemos afirmar que recebemos tantas informações sobre meio ambiente assim? Por nos interessarmos pelo assunto, buscamos estar a par do que acontece com relação a ele. E quem não se interessa? E quem ainda crê que “meio ambiente” significa apenas fauna e flora? E quem pensa que os únicos que estão em contato com o meio ambiente são indígenas e povos das florestas? Será que precisamos nos comunicar mais e melhor para viabilizar o acesso à informação ambiental? Podemos ser mais úteis e esclarecedores? Sim, claro!

De acordo com TRIGUEIRO (2003):

Um erro bastante comum é confundir meio ambiente com fauna e flora, como se fossem sinônimos. É grave também a constatação de que a maioria dos brasileiros não se percebe como parte do meio ambiente, normalmente entendido como algo de fora, que não nos inclui. A expansão da consciência ambiental se dá na exata proporção em que percebemos meio ambiente como algo que começa dentro de cada um de nós, alcançando tudo o que nos cerca e as relações que estabelecemos com o universo. Trata-se de um assunto tão rico e vasto que suas ramificações atingem de forma transversal todas as áreas do conhecimento.

2 - Informação e sustentabilidade

Na pesquisa realizada pelo Ministério do Meio Ambiente brasileiro e pela empresa Walmart Brasil “Sustentabilidade aqui e agora – Brasileiros de 11 capitais falam sobre meio ambiente, hábitos de consumo e reciclagem” foi feita a seguinte pergunta: “Você se considera informado sobre meio ambiente ou ecologia?”. Mais da metade dos entrevistados (52%) se considerou “mais ou menos informado”. Ou seja: a maioria dos pesquisados não se mostrou plenamente consciente sobre temas ambientais ou ecológicos.

Mas em que área da discussão ambiental o pesquisado se consideraria “mais informado”? Em quais temas ele se reconheceria detentor de menos informação? Como se dá essa comunicação para que ele se sinta mais ou menos informado?

Se apenas 22% disseram ser “bem informados” e singelos 4% responderam ser “muito bem informados” é sinal de que ainda temos muito a avançar nas formas de comunicação diretamente ligadas a meio ambiente e à sustentabilidade. Principalmente quando avaliamos as respostas sobre as fontes dessas informações ambientais e ecológicas.

Para 65% dos entrevistados, TVs abertas e rádios ainda são as principais fontes de informação ambiental. Tecnologias de comunicação do século passado, os custos para acesso à programação desses veículos pesam menos no bolso do brasileiro, quando comparados com internet e sistemas a cabo/satélite.

As escolas apareceram com 29% das respostas, seguidas por “governos/políticos” e “jornais e revistas”, com 25% cada. O dado aqui é que a escola é identificada como um centro de informação. Mas será que, neste caso, informação foi confundida com educação? Se sim ou não, podemos perceber as escolas como um segmento que pode avançar muito – tanto no Brasil quanto na América Latina – em termos de base para a educação socioambiental formal, e também contribuir para aumentar as fontes de comunicação ambiental.

As escolhas pelas opções “governos/políticos” e “jornais e revistas” sinalizaram com uma certa desatenção por parte das autoridades com seus cidadãos na comunicação de assuntos ambientais e na qualidade, importância e trato que dão os editores desses veículos de comunicação às pautas e informações relacionadas ao tema. Nesse caso, é importante lembrar que tanto jornais quanto revistas (impressos) são produtos pelos quais os consumidores precisam pagar para ter acesso à informação, fator importante quando se reflete sobre a comparação com o percentual obtido na opção “TVs e rádios” da pesquisa. Ainda entre as opções de informação ambiental, internet e comunidades de bairro foram identificadas por 19% dos pesquisados, enquanto que empresas em geral ficaram com 9% das respostas.

Aqui temos uma dimensão do tamanho da estrada que pode ser trilhada para ampliar as opções de informação ambiental. Os resultados da citada pesquisa dão pistas sobre a insuficiência de ferramentas de comunicação na disponibilização e no uso de informações sobre o tema em comunidades e em ambientes corporativos. Se houver fortaleci-

mento dessas duas pontas, provavelmente, serão ampliadas as possibilidades de conscientização ambiental não apenas do cidadão brasileiro, mas também da população latino-americana.

O resultado verificado em relação à internet pode ser analisado sob duas vertentes. Na primeira, como um reflexo das condições de acesso à rede, ainda insuficientes para todas as camadas e classes sociais brasileiras; na segunda, uma motivação insuficiente do cidadão para buscar informações ambientais na web. Valem aqui, diante desses resultados, alguns questionamentos: o brasileiro se sente incentivado a buscar esse assunto na rede? Ou o que tem procurado na internet? Quais são os sites que visita com frequência? Como fazer o consumidor se sentir interessado em pesquisar temas ambientais na internet?

3 - Informação e educação

Diante dos resultados da pesquisa citada, emerge outra questão para reflexão: que tipo de informação ambiental atrai a atenção das pessoas em todo o mundo? Supõe-se que o interesse ser bastante variado passando por temas tais como: prevenção, manejo, catástrofes, consumo, descarte, preservação, conservação, inovação tecnológica, recursos naturais, legislação, sustentabilidade, cidadania, desenvolvimento, produção, comercialização, relações entre homem e fauna-flora, entre outras.

Mais uma questão que merece ser aprofundada é: as pessoas assumem uma postura ativa, buscando informações sobre meio ambiente que lhe interessam e/ou lhe ajudem a formar uma consciência ambiental e crítica, ou consomem apenas o que é servido pela mídia internacional?

Como os cidadãos planetários se colocam frente à informação ambiental? Expressam uma postura ativa, buscando conhecimentos que julgam necessários para uma formação reflexiva? Ou se mostram passivos, consumindo apenas notícias que são transmitidas pelos meios de comunicação?

Com base nos autores que contribuem para as reflexões deste artigo e nas experiências nele citadas, a informação constitui um fator-chave para ampliar a consciência ambiental e impulsionar a mudança de hábito da sociedade planetária em prol do meio ambien-

te.

4 - Xanxerê: comunicação e consciência socioambiental

Vale ressaltar que, a pesquisa citada revelou, também, a opinião dos entrevistados sobre a utilização de sacolas plásticas no comércio brasileiro, principalmente por parte dos supermercados. Para 27% das pessoas ouvidas, a não utilização de sacolas plásticas foi a primeira de três ações importantes que os estabelecimentos comerciais deveriam fazer em prol do meio ambiente. As outras foram: criar estações de reciclagem nas lojas (20%) e comunicar quais são os produtos que ajudam a preservar o meio ambiente e a saúde (16%).

Embora ainda seja baixa a percepção dos consumidores sobre a importância de usar as chamadas sacolas retornáveis, também denominadas de ecobags”, 60% dos entrevistados se mostraram favoráveis a apoiar uma lei que proibisse a distribuição de sacolas plásticas em supermercados e demais estabelecimentos comerciais.

Nesse sentido, parece oportuno ressaltar o exemplo de sensibilização socioambiental na utilização de sacolas plásticas que vem sendo colocado em prática na cidade de Xanxerê. Localizado na região oeste do estado brasileiro de Santa Catarina, o município, de 44 mil habitantes, foi o primeiro do país a implantar um programa de redução do uso de sacolas e estímulo ao uso de bolsas reutilizáveis. Não foi preciso a criação de leis ou decretos. A única ferramenta utilizada foi a comunicação.

O programa que já tem 3 anos de existência é motivo de orgulho da cidade, pois foi implantado em conjunto por todos os agentes da sociedade: empresários do setor supermercadista, comerciantes, poder executivo municipal e moradores se reuniram diversas vezes e até criaram campanhas e vídeos na internet para estimular ainda mais a utilização de sacolas reutilizáveis. Resultado: Desde o começo do programa, Xanxerê já deixou de utilizar mais de 1 bilhão de sacolas plásticas. O grau de adesão ao uso de sacolas retornáveis é de 90%, o que tem feito de Xanxerê uma cidade capaz de inspirar dezenas de municípios vizinhos a realizar projetos e programas semelhantes.

A posição de vanguarda socioambiental que está sendo demonstrada pela cidade e o exemplo de conscientização e de responsabilidade social por parte de todos os agentes

do município (executivo municipal, empresários e população) foram resultados principalmente de um trabalho de comunicação baseado no bem comum. Assim fica mais evidente que, quando se pratica o bem comum é sinal de que o conceito de sustentabilidade esta sendo bem entendido e compartilhado. Xanxerê é um pequeno exemplo dentro de um universo de cerca de 5.560 municípios brasileiros, a maioria desprovida de programas e projetos semelhantes.

5 - O exemplo que vem da Estônia

Na Europa Setentrional, a pequena Estônia mostrou ao mundo uma rápida e barata ação em prol da sustentabilidade. E o que os estonianos usaram para alcançar seu objetivo? A conexão pela comunicação. Em 2008, o empresário Rainer Nõlvak resolveu agir para derrotar um péssimo hábito dos seus compatriotas: o despejo de resíduos sólidos urbanos e entulhos nas florestas primárias do país, que ocupam mais da metade do território estoniano. A missão parecia impossível: organizar um mutirão gigante para limpar as florestas da Estônia em apenas um dia. Mas para isso era necessário reunir pelo menos 40 mil pessoas.

Nõlvak e sua equipe não desanimaram. Ao contrário: se mobilizaram e criaram o movimento *Let's Do It*. No dia 3 de maio de 2008, data escolhida para a ação, nada menos que 50 mil voluntários compareceram ao chamado de Nõlvak e seu grupo. O resultado chamou a atenção do mundo: 10 mil toneladas de lixo foram retiradas das florestas de toda a Estônia. Vale ressaltar que, de acordo com o governo local, seriam necessários três anos e 22 milhões de euros, para alcançar os resultados que os voluntários do *Let's Do It* conquistaram em apenas cinco horas e com 500 mil euros.

6 - Comunicar para cuidar: exemplos de ações cidadãos em nome do bem comum

Ações semelhantes, inclusive, estão sendo implantadas em outros países. Mas nem sempre a sustentabilidade só pode ser exercida ou demonstrada com a participação de milhares de pessoas. É o que demonstra a experiência dos artistas brasileiros Ferréz, MV Bill e Seu Jorge. E o exemplo deles se baseia no exercício de sua conexão com a sociedade partindo da comunicação pessoal. Esses artistas consideram que não é possível falar de sustentabilidade para as pessoas – principalmente as menos favorecidas social e economicamente – sem antes fortalecer a sua autoestima, por meio de ações que levem à conscientização da sua capacidade enquanto seres humanos, ao reconhecimento da sua

identidade, à valorização da sua cultura e à restauração da sua dignidade (TEIXEIRA, 2010).

Sustentabilidade, como revela o caso citado, é um ato de cidadania. Esse mesmo fio condutor leva a pensar sobre duas experiências brasileiras e uma vinda de Bangladesh, na Ásia, que levam a fortalecer a percepção de que o fortalecimento da sustentabilidade humana é o primeiro passo para alcançar a dimensão plena do ser.

Dagmar Garroux – a Tia Dag –, da Casa do Zezinho, cuida de 1.200 crianças, ou melhor, “Zezinhos”, em um espaço encravado entre os bairros do Capão Redondo, Parque Santo Antonio e Jardim Ângela, na zona sul da cidade de São Paulo. Lá, as palavras de ordem são respeito, solidariedade, tolerância, inclusão, afeto e liberdade. Por lá, a conexão para a sustentabilidade é exercida por meio da Pedagogia do Arco Íris, metodologia educacional baseada na diversidade e no desenvolvimento da autonomia de pensamento e de ação a partir de quatro pilares da educação: ser (espiritualidade), conhecer (ciências), saber (filosofia) e fazer (arte) (TEIXEIRA, 2010).

No bairro do Jardim Botânico, na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, a Associação Saúde Criança mostra que é possível contribuir para a sustentabilidade auxiliando os pequenos menos favorecidos na reestruturação de suas famílias. “Não há cidadania sem saúde integral”, diz Vera Cordeiro, fundadora da ASC. A comunicação que Vera e sua equipe desenvolvem se dá por meio do Plano de Ação Familiar (PAF), que trabalha a sustentabilidade humana a partir de componentes como saúde, profissionalização, moradia, educação e cidadania (TEIXEIRA, 2010).

Partindo de ações brasileiras para voltar a refletir com base em uma visão global, outro exemplo de motivação pessoal ganhou repercussão internacional. Em 1976, o economista bengali Muhammad Yunus sentiu-se tocado pelas dificuldades enfrentadas por moradores da aldeia de Jobra para receber empréstimos do sistema financeiro tradicional. Em função disso, tirou recursos do seu próprio bolso e os confiou a algumas dezenas de mulheres para que pudessem confeccionar seus artesanatos. Surpreso com a pontualidade dos pagamentos, Yunus resolveu ir adiante: nasceu, assim, o Grameencredit (crédito rural), experiência visionária e revolucionária que viria a ser o embrião do Grameen Bank, mais conhecido como “Banco dos Pobres”, que ele fundou em 1983.

O ato de comunicar de Yunus foi o de estender a mão a quem nunca tinha sido visto como “digno de confiança” pelo *status quo*. O exemplo dele levou à clara percepção de pessoas que vivem em condições de pobreza e miséria não podem ser consideradas como potencialmente desonestas. Ao barrar o destino de famílias “condenadas” a serem párias por várias gerações, o economista deu a sua contribuição para a sustentabilidade: Nobel da Paz de 2006, Yunus emprestou dinheiro a pais analfabetos e transformou filhos em médicos, doutores e engenheiros. “A pobreza foi gerada pelo sistema que criamos. Se quisermos eliminá-la, temos que acabar com a sua semente” (TEIXEIRA, 2010).

O corajoso e libertário ato de Yunus está em perfeita sintonia com outro princípio básico da sustentabilidade, que é defendido pelo teólogo, escritor e professor Leonardo Boff (2002): o cuidar.

Sem cuidado, a vida não sobrevive. Tudo o que fazemos vem acompanhado de cuidado, pois sem ele erramos, ofendemos e destruimos. A maior força que se opõe à entropia é o cuidado, pois ele permite que as coisas e a vida durem mais tempo. O cuidado é uma relação amorosa para com a realidade; anula as desconfianças e confere sossego e paz a quem o recebe. Onde há cuidado, não há violência. E tudo o que amamos, também cuidamos.

Com base nas reflexões e exemplos mencionados neste artigo, é possível concluir que, para promover o equilíbrio ambiental e a sustentabilidade, não existem fórmulas mágicas ou milagrosas. O que precisamos é ampliar a nossa capacidade de comunicação sobre os temas decisivos para a proteção dos recursos naturais planetários, adicionando a esse desafio uma boa dose de bom senso e de desejo pela construção do bem comum.

Para desenvolver esse sentimento, é importante, ainda, ampliarmos nosso senso crítico de observação. Esse ato deve ser estimulado entre nós desde a infância para que tenhamos maiores probabilidades e possibilidades de “ver” a real dimensão do meio ambiente. Nas palavras de TELLES, ROCHA et al (2002):

Atrás da tarefa de observar, existe a tarefa de procurar, notar, perceber. As observações podem focalizar um acontecimento. Observar é uma forma de descobrir informação. Ao compartilhar nossas observações,

vemos “pontos cegos” nossos e os dos outros. Aprendemos a ver e a notar o que não tínhamos percebido antes. Desenvolvemos discriminações. Nossas observações devem ser orientadas por objetivos. Há inúmeras oportunidades de se observar o que ocorre no mundo que nos cerca. Mas será que ensinamos como as crianças devem usar olhos e ouvidos? Será que estão empregando todos os seus sentidos?

Assim, considera-se que o desenvolvimento e o fortalecimento da comunicação em diferentes circunstâncias e realidades, algumas delas aqui exemplificadas, vêm contribuindo para avanços no processo de evolução humana. Oxalá, possamos ampliar nossos canais e sentidos a favor da sustentabilidade na Terra e continuar a honrar o planeta que nos oferece o que há de mais sagrado no universo: a vida.

Referências bibliográficas

III FÓRUM INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE – Site do evento realizado entre os dias 19 e 20 de maio de 2010, na cidade do Rio de Janeiro (Brasil). Disponível em: <<http://comunicacoesustentabilidade.com/blog-2010/?p=1>>. Acesso em: 18 abril de 2012.

BOFF, Leonardo. “Do iceberg à Arca de Noé - O nascimento de uma ética planetária”. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 1ª ed., 2002, p. 98-99.

LET’S DO IT! – Site oficial do movimento Let’s Do It!. Disponível em: <<http://www.letsdoitworld.org>>. Acesso em: 18 abril de 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE XANXERÊ – Site da prefeitura da cidade de Xaxerê (Santa Catarina, Brasil). Disponível em: <<http://www.xanxere.sc.gov.br>>. Acesso em: 18 abril 2012.

SUSTENTABILIDADE AQUI E AGORA – Brasileiros de 11 capitais falam sobre meio ambiente, hábitos de consumo e reciclagem. Ministério do Meio Ambiente, Walmart Brasil, 2010. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/182/_arquivos/sustentabilidade_aqui_agora_182.pdf>. Acesso em: 18 abril 2012.

TEIXEIRA, Antonio Carlos. Educação ambiental: caminho para a sustentabilidade, in “A questão ambiental - desenvolvimento e sustentabilidade”. Rio de Janeiro: FUNEN-SEG, 2004, p. 8-9.

TEIXEIRA, Antonio Carlos. “Dia Mundial do Meio Ambiente: conexões pela sustentabilidade”. Artigo publicado no site “Nós da Comunicação” edição de 4 de junho de 2010. Disponível em: <http://www.nosdacomunicacao.com.br/panorama_interna.asp?panorama=284&tipo=G>. Acesso em: 18 abril 2012.

TELLES, Marcelo de Queiroz; ROCHA, Mário Borges da; PEDROSO, Mylene Lyra; MACHADO, Silvia Maria de Campos. “Vivências integradas com o meio ambiente - práticas de educação ambiental para escolas, parques, praças e zoológicos”. São Paulo: Sá Editora, 2002, p. 49.

TRIGUEIRO, André. Introdução, in “Meio Ambiente no Século 21 - 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento”. (André Trigueiro). Rio de Janeiro: Sextante, 2003, 1ª ed., p. 13.

TUDO SOBRE XANXERÊ – Site sobre a cidade de Xanxerê (SC). Disponível em: <<http://www.tudosobrexanxere.com.br>>. Acesso em: 18 abril 2012.

¹Jornalista, pós-graduado em Ciências Ambientais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, coordenador e co-autor do livro “A questão ambiental - desenvolvimento e sustentabilidade (Rio de Janeiro: FUNENSEG, 2004), integrante da Rede Brasileira de Informação Ambiental (REBIA) e da Red de Comunicación Ambiental de América Latina y el Caribe (RedCalc), consultor de comunicação, meio ambiente e sustentabilidade, editor do blog TerraGaia
antoniocarlosteixeiraact@nym.hush.com
www.terraguia.wordpress.com

² Ato de comunicar; informação, aviso. ROCHA, Ruth. Minidicionário. 10. ed. Rio de Janeiro: Scipione, 1997. 747 p.

³ Wikipédia. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%81gua>>. Acesso em 18 abr.2012.

⁴ “Homo sapiens”, como é conhecido taxonomicamente o ser humano. A expressão deriva do latim "homem sábio" e também chamado de pessoa, gente ou homem. É a única espécie animal de primata bípede do gênero Homo ainda viva. Fonte: Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Homo_sapiens>.