

O DISCURSO ECOLÓGICO PARA O GRANDE PÚBLICO: O CASO DO JB ECOLÓGICO

THE ECOLOGICAL DISCOURSE FOR A BIG AUDIENCE: THE JB ECOLÓGICO CASE

Teo Bueno de Abreu¹

Isabel Martins²

¹Nutes/ Laboratório de Linguagens e Mediações/UFRJ/teobuenorj@yahoo.com.br

²Nutes/ Laboratório de Linguagens e Mediações/UFRJ/isabelgmartins@uol.com.br

Resumo:

O presente trabalho analisa os editoriais do primeiro ano de publicação do Suplemento JB Ecológico a partir de algumas considerações da Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 1992,2001).A análise descreve as características composicionais do suporte, identifica e discute elementos que caracterizam a heterogeneidade do Discurso sobre meio ambiente e problematiza algumas das definições de ecologia presentes nos textos dos editoriais. Foram identificados elementos da interdiscursividade apresentada nos editoriais, que dialogam mais frequentemente com os discursos políticos, econômicos e religioso do que com o discurso científico sobre meio ambiente.

Palavras-Chaves: Discurso Ecológico, Mídia, Análise do Discurso.

Abstract

This paper analyses editorials published in an Ecology Supplement from a Brazilian quality paper based upon elements of Critical Discourse Analysis. The analysis describes compositional features of the text; identifies and discusses the heterogeneous character of environmental discourse and problematises some definitions for ecology present in these texts. Aspects of interdiscursivity were identified, in particular those concerning fact that references to political, economical and religious discourses are more frequently found in the text than references to scientific discourse.

Keyword: Ecological Discourse, Media, Discourse Analysis

Introdução

O presente trabalho relata a primeira etapa de uma investigação acerca da natureza dos discursos sobre meio ambiente nos meios de comunicação. Ele se insere como um estudo exploratório de um material impresso que trata a questão ambiental direcionada para um público amplo e não necessariamente especialista.

A partir de um quadro teórico identificado com a análise crítica do discurso (FAIRCLOUGH 2001) realizamos uma análise dos editoriais publicados no primeiro ano do suplemento JB Ecológico de modo a caracterizar a heterogeneidade destes discursos bem como elementos que evidenciem a apropriação do discurso ecológico pela mídia.

Descrição do Quadro Teórico e formulação da questão de pesquisa

O quadro teórico no qual esta investigação está apoiada é o da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001). Esta perspectiva propõe-se uma concepção tridimensional do Discurso (Figura 1) que situa textos, em relação a práticas discursivas, isto é, os contextos de produção, circulação e recepção destes textos, e as práticas sociais nas quais estas atividades ocorrem. Essa concepção permite a articulação de análises micro e macro-sociológicas, pois entende que os textos que circulam pela sociedade e que atuam em uma escala micro social, são na verdade resultados de processos que atuam em escalas macro sociais, tais quais as práticas discursivas e sociais. O texto é entendido aqui como materialização de discursos e não deve ser confundido com a fala na medida que mobiliza na sua constituição diferentes modos semióticos além da linguagem verbal oral (PINTO, 1999) Nesse sentido, se faz necessário entender as condições pelas as quais um determinado texto é produzido e distribuído dentro de um meio social.

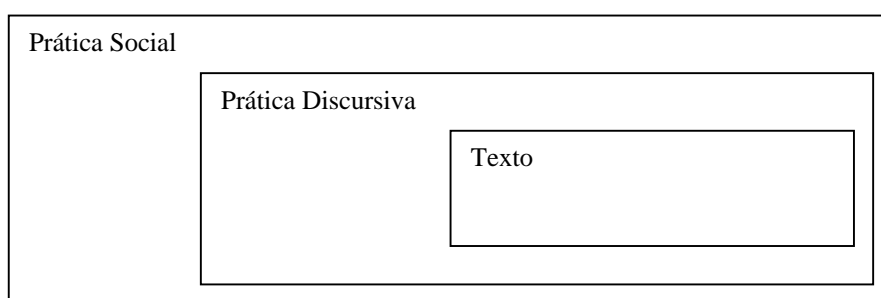


Figura 1: Concepção tridimensional do Discurso

Um conceito central para a nossa análise é o de Heterogeneidade do Discurso. Os Discursos, assim como os textos que os materializam, dialogam com outras esferas discursivas e conseqüentemente, acabam por interiorizar características que são próprias de outros discursos. Dessa forma, a heterogeneidade de um discurso reflete a diversidade de elementos discursivos que compõem esse Discurso. Evidentemente, o grau de heterogeneidade irá variar de um Discurso para o outro, mas essa característica é fundamental para descrição de um Discurso, pois ela revela quais elementos são articulados no interior do Discurso estudado.

As condições de produção de um texto estabelecem os limites e regras pelas quais esse texto pode transitar. Um texto produzido para um jornal irá apresentar características diferentes de um texto de um livro didático. Além disso, essas condições irão influenciar também no diálogo que esse texto fará com outros textos. Esse diálogo, de um texto com outros textos externos a ele próprio, é chamado de intertextualidade. A intertextualidade pode ser manifesta, quando se explicita claramente esse diálogo (citações ou paráfrases dentro do texto), ou pode estar oculta nas enunciações. Segundo Fairclough, dentro do campo dos enunciados, existem relações que se estabelecem com base em diferentes formações discursivas ou diferentes textos. A relação que um Discurso estabelece com outros discursos é chamada de Interdiscursividade. A interdiscursividade permite que um discurso busque elementos de outros Discursos para se constituir.

No caso do presente trabalho, estamos interessados em discutir elementos da heterogeneidade do discurso sobre meio ambiente, ora denominado discurso ecológico, e em identificar de que formas o discurso científico toma parte nesta articulação dentro de um veículo de comunicação. O discurso ecológico apresenta uma alta heterogeneidade por ele ser um discurso que cria uma interface entre várias áreas do conhecimento e da sociedade civil organizada, política e economicamente (Figura 1). (LEFF, 2001)

Podemos pensar na complexidade da heterogeneidade do discurso ecológico que, na sua constituição, relaciona discursos oriundos das ciências Ambientais, Jurídicas, Econômicas além daqueles advindos da mídia e das áreas da Saúde, das Políticas Públicas e do cotidiano dos Cidadãos.

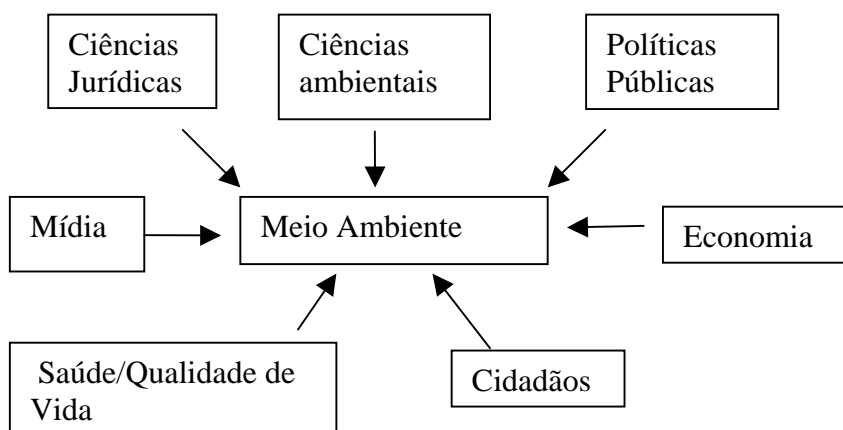


Figura 2 Heterogeneidade do discurso sobre meio ambiente

A figura 2 dá uma visão simplificada e resumida dos elementos discursivos que ajudam a compor o Discurso sobre o meio ambiente. É importante ressaltar que no interior de cada tipo de discurso relacionado ao discurso ecológico, existe uma heterogeneidade que muitas vezes pode gerar antagonismos no interior do próprio discurso. Essa heterogeneidade dos discursos dificulta o estabelecimento de uma única definição para cada um deles. E é sempre bom lembrar que as demarcações de fronteiras entre eles são bastante tênues, sendo difícil precisar, analisando as enunciações e práticas sociais de algum indivíduo, onde termina um e começa o outro visto que os indivíduos transitam entre eles.

É nesse contexto que o estudo do Suplemento JB Ecológico se apresenta como uma oportunidade de investigação de uma forma de articulação desses discursos sob um ponto de vista de sua inserção em um diálogo com o grande público leitor do Jornal do Brasil.

Entre as perguntas de nossa investigação destacamos:

De que formas o conceito de ecologia é apresentado nos textos dos editoriais do suplemento JB Ecológico?

Como se dá a articulação do discurso científico associado à sub-área da Biologia denominada Ecologia, com outros discursos, no interior do texto dos editoriais do JB Ecológico?

Metodologia:

Para o desenvolvimento do presente trabalho, selecionamos as edições do primeiro ano de publicação do suplemento JB Ecológico do Jornal do Brasil. Essas totalizam 12 edições, publicadas no período de Março de 2002 a Janeiro de 2003. Desse material a única edição que não conseguimos recuperar foi a de número 11, publicada em Dezembro de 2002.

A partir da leitura dessas edições, realizamos uma descrição da estrutura do suplemento,

com base no sumário das revistas, caracterizando as seções da revista como permanentes recorrentes ou eventuais. A base para essa classificação das seções foi o número de vezes que determinada seção aparecia dentro daquele período de publicação. As seções consideradas permanentes foram aquelas que apareceram em todas as edições de nosso corpus, as recorrentes foram aquelas que apareceram quatro ou mais vezes e as eventuais as que apareceram menos de quatro vezes.

A distribuição das seções ao longo da revista nos permitiu visualizar quais temáticas foram mais frequentes nesse primeiro ano de publicação do JB Ecológico. A partir desses dados pudemos escolher os textos para análise. A escolha pelos editoriais se justifica não só pelo fato de que eles estão presentes em todas as edições, mas principalmente porque o editorial de uma revista carrega de forma mais clara as posições e conceitos com que a revista trabalha. Para a análise utilizamos o conceito de Heterogeneidade discursiva e algumas orientações metodológicas da Análise Crítica do Discurso proposta por Norman Fairclough (1992,2002), centrando nossa discussão numa exploração de alguns aspectos do conceito de interdiscursividade. Iniciamos uma descrição geral do suporte no qual se inserem os textos a serem analisados discutindo algumas de suas características em termos de composição textual e contexto de produção. Em seguida passamos a examinar como o termo ecologia é definido ou abordado na seqüência dos editoriais publicados no primeiro ano do suplemento, explicitando referências aos principais discursos que constituem estas definições.

Descrição do corpus

O suplemento do Jornal do Brasil “JB Ecológico” é uma publicação mensal que foi lançada em 2001 e que tem como objetivo apresentar, ao público, informações sobre assuntos relacionados ao meio ambiente. O JB Ecológico tem periodicidade mensal, sendo lançado sempre aos sábados de lua cheia. Essa escolha reflete um pouco o caráter alternativo que a publicação pretende ter.

Outra característica presente no suplemento é a de incluir uma diversidade de tipos de texto, por exemplo, matérias jornalísticas, reportagens, entrevistas, poesias, e ensaios fotográficos. Em algumas edições inclusive há resenhas sobre livros de autores literários que tocam a questão

Ambiental de alguma maneira. Essa mistura de gêneros textuais demonstra as múltiplas formas que a revista tem para abordar a questão ambiental e, ao mesmo tempo, revela a própria complexidade do discurso sobre meio ambiente. Ao mesmo tempo em que pretende informar seus leitores com reportagens objetivas, o JB Ecológico tenta também sensibilizá-los com imagens, poesias e colunas contendo textos para reflexão. Em alguns casos, elementos relacionados a gêneros particulares podem se misturar dentro do texto de uma única matéria, como no caso de uma reportagem na qual o autor conjuga o uso de recursos estilísticos ou estruturas de narrativa literária com elementos de descrição factual para tratar, por exemplo, de temas bem objetivos como o relato de um encontro mundial sobre a questão ambiental ou de algum incidente ambiental ocorrido.

Dessa forma, embora a revista se proponha a fazer uso de uma linguagem jornalística para tratar a questão ambiental, permite uma flexibilidade ao explorar outras formas de linguagens para abordar esse assunto, fazendo o que o seu editor chama de Comunicação Ambiental.

O suplemento é editado em cores, no formato de revista, com cerca de 40 páginas por edição e tem como seções fixas: Editorial, Humor, Cartas, Páginas Verdes, Gente Ecológica. A tabela abaixo mostra a distribuição destas seções nos periódicos publicados entre março de 2002 a janeiro de 2003. Suas seções recorrentes são: Filosofia, Política, Natureza Medicinal, Empresariais, Mundo Empresarial Ensaio, Artigos, Ecoturismo, Rio +10, Ed. Ambiental, Selva de Concreto, Opinião, Memória Reflexão, Mundo/Vida Animal, Capa, Brasileiras, Brasil,

Memória, Baía de Guanabara.

Figura 2: Distribuição das seções.

Seções	Ocorrências (N=11 exemplares)
Reflexão	10
Natureza Medicinal	9
Filosofia	7
Empresariais	7
Ensaio	7
Política	6
Ecoturismo	6
Mundo/Vida Animal	6
Capa	6
Artigos	5
Opinião	5
Brasil	5
Mundo Empresarial	4
Rio +10	4
Ed. Ambiental.	4
Selva de Concreto	4
Memória	4
Brasileanas	4
Memória	4
Baía de Guanabara	4

Suas seções são portanto bastante diversificadas, abordando desde temas relacionados à indústria e o mundo empresarial até assuntos voltados para o lazer e entretenimento. Há uma forte ênfase na publicação de notícias relacionadas às ações ambientais de empresas e órgãos governamentais. Há também uma forte presença de reportagens que visam alertar a sociedade de desastres ambientais e incidentes envolvendo empresas com má conduta sócio ambiental, além de entrevistas com personalidades influentes no cenário político-econômico e social que desenvolvem algum tipo de atividade relacionada ao meio ambiente tais como políticos, empresários e ativistas ambientais.

Além das matérias produzidas pelos jornalistas responsáveis pela publicação, há também uma variedade de propagandas na revista. Entretanto, diferentemente de outras publicações, no JB ecológico as propagandas não vendem os produtos das empresas. Na realidade as propagandas publicadas no JB ecológico têm como objetivo vender a imagem dessas empresas, associando-as a práticas que são tidas como sustentáveis ou ambientalmente corretas nos dias de hoje, no seio da discussão sobre o meio ambiente. Por exemplo, a propaganda padrão de uma empresa de refrigerante encontrada nos veículos de comunicação em geral está centrada na apresentação do seu produto final, ressaltando as características comercialmente vantajosas tais como o sabor, sua tradição de produzir produtos de qualidade etc. No JB Ecológico, esta mesma empresa anuncia o seu programa de reciclagem de latas de alumínio. Essa forma de propaganda é inclusive a que o editorial da terceira edição defende ao argumentar que as boas ações ambientais de uma empresa são, nos dias de hoje, até mais importantes de se anunciar do que o produto em si e que essas boas ações devem ter um espaço para serem anunciadas, o JB Ecológico.

As propagandas no JB ecológico variam em quantidade entre uma edição e outra, entretanto há uma constância nos anunciantes. Há anunciantes que anunciam constantemente e outros que eventualmente anunciam. O espaço destinado à propaganda pode ocupar até mesmo páginas duplas, mas na sua maioria são de páginas simples inteiras.

Os anunciantes são majoritariamente empresas, estatais ou privadas, anunciando suas ações ambientais, seus projetos de educação ou conservação de recursos naturais e até mesmo dados de sua produtividade. A maior parte das empresas atua em atividades de extração ou processamento de recursos naturais tais como mineradoras, siderúrgicas, produtoras de combustível fóssil, gasoso ou nuclear e geração de energia elétrica.

Encontra-se também um outro formato de publicidade, conhecido no meio jornalístico como “matéria paga” onde o anunciante, através de sua assessoria de imprensa publica na revista, uma reportagem sobre sua empresa.

Figura 3: Distribuição das propagandas ao longo das revistas.

Edições	Formas de anúncio			Origem do Anunciante							Total
	Páginas Simples	Página Dupla	Bloco	Governo	Empresa	JB	Matéria Paga	Congresso Científico	Político	Ong	
1	9	3	3	6	7	2	x	x	x	x	15
2	3	2	x	3	1	1	1	x	x	x	5
3	3	3	x	2	3	1	1	x	x	x	6
4	5	3	5	4	8	1	1	x	x	x	13
5	3	2	4	1	8	1	1	x	x	x	9
6	2	1	4	2	5	x	x	x	x	x	7
7	5	1	5	3	6	2	x	1	x	x	11
8	4	x	6	1	6	1	x	1	1	x	10
9	3	1	4	x	5	1	x	2	x	x	8
10	2	2	3	1	3	2	2	x	x	1	9
12	3	x	4	x	5	1	1	x	x	1	8

É interessante notar que na época em que o Suplemento foi lançado, o Jornal do Brasil passava por uma crise financeira que resultou no corte ou reformulação de alguns de seus cadernos e seções. No entanto, apesar dessa crise, que perdura até os dias de hoje, o Jornal do Brasil encontrou meios para publicar um suplemento extra inteiramente colorido e com acabamento de revista. Essa situação talvez explique a quantidade de anúncios, e também o pequeno tamanho da equipe editorial da revista composta por apenas 5 integrantes: um editor, uma sub-editora, e 3 repórteres.

Análise do material:

O texto dos onze editoriais analisados revelou aspectos da posição enunciativa de seu autor e sua aderência a diferentes discursos sobre meio ambiente que circulam na sociedade. Como se espera de um editorial, o texto não possui caráter pessoal e, neste caso, inclui diversas referências e relatos de experiências vividas pelo editor, suas reflexões acerca dos rumos políticos e ambientais do país e do mundo.

Ao longo dos editoriais, muitas definições foram atribuídas ao termo Ecologia. Dos onze Editoriais analisados, sete apresentam a palavra ecologia no seu título. São eles: Ecologia do Coração, Ecologia do Copo, Ecologia da Esperança, Ecologia do Sucesso, Ecologia da Liderança, Ecologia do Perdão e Ecologia do Sapo Estes editoriais focalizaram questões tais como: a questão do extermínio de animais para confecção de casacos de pele (Ecologia do Perdão) a posição do Brasil no quadro internacional da discussão ambiental (Ecologia da Liderança), a problemática do aquecimento global (Ecologia do Sapo), a questão do desenvolvimento econômico e a distribuição social dos lucros (Ecologia do Copo), a abordagem humanista que as empresas deveriam ter na prestação de seus serviços e produção de seus produtos (Ecologia do Coração), os rumos políticos que o Brasil pode ter do ponto de vista da eleição do Lula (Ecologia da Esperança) e aspectos das relações humanas no dia a dia empresarial (Ecologia do Sucesso)

Isso demonstra a multiplicidade de contextos de utilização do termo ecologia e um certo esvaziamento de seu significado na medida em que a palavra passa a ser utilizada em qualquer situação sem aparente critério. Esta multiplicidade de contextos relacionados ao termo ecologia demonstra também um pouco do caráter heterogêneo do Discurso sobre meio ambiente presente

na revista, uma vez que as definições buscam elementos de discursos externos à ecologia para defini-la.

A primeira definição para o termo é apresentada no editorial da quarta revista publicada, traz referências ao discurso científico associado à subárea da Biologia, ao se referir à ecologia como sendo o estudo do *Oikos*, que em grego significa casa, explicitando assim a etimologia do termo cunhado pelo cientista Ernest Haeckel em 1866 (COUTINHO, 2002). Entretanto, o editor não desenvolve muito o aspecto científico do termo ecologia e, mais adiante, apresenta a seguinte definição que associa o termo a valores humanistas de amor ao próximo personificada nas referências entidades divinas, líderes religiosos, e cientistas de projeção mundial, cuja atuação abrange períodos variados na história:

“A ecologia, na verdade, é o outro nome do amor planetário. Apenas a versão moderna, científica e lógica do que todos os espíritos guias da humanidade já mostraram, como Buda, Cristo, Giordano Bruno, Einstein, Gandhi, Martin Luther King e é impossível negá-los”.

(JB Ecológico, Nº4, página 08)

Além disso, o editor defende que a ecologia propõe: *“quebrar o nosso ego, o nosso desamor, propõe amar o próximo....propõe sermos fraternos e igualitários.”* e que com isso, a Ecologia estaria propondo uma perigosa revolução na medida que ela pretende ser *“ambientalmente correta, socialmente justa e economicamente sustentável”*. Vemos ainda neste mesmo editorial, uma sugestão de relação entre os conceitos de ecologia e de Desenvolvimento Sustentável que, por sua vez, pressupõe uma relação entre o Discurso ecológico com o Discurso Econômico, que, no entanto não é explicitada ou elaborada da mesma maneira que a relação entre o Discurso ecológico e o Discurso Religioso/Humanista também não é elaborada. No editorial da sétima edição, a ecologia volta a ser associada com o conceito de Amor e, este conceito, associado ao desenvolvimento Sustentável.

Essas múltiplas definições para a Ecologia demonstram ao menos duas interfaces presentes na elaboração do sentido do termo ecologia. Na primeira delas, definições de ecologia que aderem ao Discurso Ecológico são associadas a conceitos de cunho místico e religioso.

Além disso, em alguns editoriais é utilizado também o termo *Desecologia* para se referir a todo tipo de prática contrária ao o que o editor considera Ecológico, como, por exemplo, aquelas das empresas que poluem, que visam o lucro em detrimento do bem estar ambiental, dos políticos que não se sensibilizam com as questões ambientais e dos cidadãos que não apresentam uma conduta adequada à preservação do ambiente, tais como jogar lixo no chão ou desperdiçar água. Esta referência constrói outros sentidos para ecologia, mais vinculados à relação entre economia e desenvolvimento ou ao exercício da cidadania em ações locais em práticas cotidianas.

INTERDISCURSIVIDADE

Nos Editoriais analisados foi possível perceber também os outros discursos que atravessam o Discurso sobre meio ambiente presente na revista. Pudemos identificar articulações do Discurso ecológico com os Discursos Econômico, Religioso, Científico, Político e da Saúde.

O Discurso Político aparece materializado nas referências a líderes, regimes políticos, medidas e acontecimentos políticos. Isto se dá por meio de paráfrases e Discursos Relatados (FAIRCLOUGH, 1992,2001) presentes nos textos de alguns editoriais que analisam o cenário político de uma dada época, se posicionando ideologicamente, e colocando os encaminhamentos que o editor entende como sendo necessários para solucionar ou pelo menos avançar, nas questões ambientais, que ele considera *“a questão de todas as questões”*. São exemplos de

paráfrases:

“Ao propor o desenvolvimento sustentável, onde o social, o meio ambiente e o humanismo vêm juntos, antes, ou como causa maior, do crescimento econômico, Lula nos faz lembrar de uma obra famosa que encantou e fez sonhar várias gerações: O Ponto de Mutação de Fritjof Capra.” (JB Ecológico, Nº12, página 05)

São exemplos de discursos relatados:

“Quem faz as coisas andarem -disse Fábio (Feldmam, secretário executivo do Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas) , perante o auditório lotado da Rio +10 Brasil- são as pessoas líderes de si mesmas, aquelas que lutam por algo em que acreditam verdadeiramente.” (JB Ecológico, nº6, página 07)

No editorial da edição 9, intitulado *A ecologia da esperança*, encontramos também metáforas e trocadilhos que fazem referências a elementos do discurso político e que reforçam o caráter integrador e integrado atribuído ao termo ecologia anteriormente:

“É só umidecer e colorir de parcerias e nenhum preconceito, a estrela solitária do PT. Misturar o vermelho somente com o vermelho, o que pode, perdoe me os chineses, ser mão. E não apenas com o verde, que pode ser Xiitismo, mas com todas as cores, suprapartidárias e sem fronteiras ideológicas da natureza.”... “vai Lula, ser multicolor no planalto central e cinza do País (...) [vai] Ser o primeiro bombeiro de um país, uma natureza e um meio ambiente em chamas.” (JB Ecológico, Nº9, página 05)

A relação entre economia e o meio ambiente é tema recorrente da revista como um todo e isso transparece também nos editoriais. Identificamos situações nas quais o Discurso Econômico constitui o discurso sobre meio ambiente presente nos editoriais do suplemento por meio referências a questões relacionadas ao desenvolvimento e ao papel crucial das empresas no desenvolvimento de posturas e ações ecológicas. É interessante notar que esta visão não dialoga com os argumentos expostos em outros textos de editorial que conferem um caráter mais integral ou um caráter mais humanista à questão.

“São as Empresas, que têm dinheiro e sabem da importância estratégica e multinacional de mercado de estar em paz com a questão ambiental, as grandes parceiras do meio ambiente hoje.”
(JB Ecológico, No 3, Página 09)

Referências a elementos do discurso religioso aparecem na associação feita entre desenvolvimento sustentável, ecologia e meio ambiente como “criação de deus”. No editorial da segunda edição chega a se falar de um Jesus ecológico que diria que *o coração “é o único caminho para a verdade e a luz”*. A aparição desse tipo de discurso traz junto uma série de metáforas que tornam o planeta terra nossa casa ou um barco planetário. A condição humana é colocada como parte de um todo maior na qual o homem é apenas coadjuvante em um cenário cósmico.

O Discurso Científico é trazido nos editoriais principalmente na forma de paráfrases. Colocações tais como a de que a terra está fervendo ou em ebulição se referem e utilizam claramente de informações que foram produzidas a partir de trabalhos científicos descrevendo o efeito estufa ou discutindo as consequências do aquecimento global. No entanto os editoriais não incluem, em geral, referências explícitas a suas fontes científicas, nem trazem a voz dos próprios cientistas para o seu texto, por meio de citações, por exemplo. Uma única exceção se deu no caso do editorial da edição de número 12 onde o cientista Fritjof Capra é citado no contexto de uma análise das propostas do governo Lula para o seu mandato. Na sua maioria, todas as informações advindas do campo de pesquisa científica são parafraseadas em novos termos e colocações.

Finalmente, discursos próprios das áreas da saúde transparecem na forma de conceitos relacionados ao bem estar social. O editor associa a qualidade de vida à preservação dos recursos naturais, a manutenção dos Corpos de água limpos e uma melhor relação homem natureza.

Conclusão

A análise aqui apresentada nos permite concluir que os editoriais do JB Ecológico constroem um discurso sobre meio ambiente bastante heterogêneo que combina referências a uma diversidade de textos campos e práticas discursivas tais como a religião, a economia e a política. No entanto, apesar desta pluralidade, relações entre estas referências e o Discurso científico são raras e pouco elaboradas.

Há uma forte tendência a colocar a ecologia como sinônimo de desenvolvimento sustentável que não dialoga com discursos de diversos representantes da área de Pesquisa em Ecologia, que são radicalmente contrários a esta associação e suas implicações.

O caráter místico-espiritual e sentimental é muito mais explorado, apelando muito mais para os argumentos humanistas e transcendentais da preservação dos recursos naturais. No entanto ao mesmo tempo, transparece uma opinião de que o desenvolvimento não pode parar, e de que atualmente as empresas são as maiores parceiras do meio ambiente. Percebe-se, ainda, uma sugestão de que as contradições econômicas e sociais que o sistema capitalista gera podem ser superadas dentro do próprio sistema capitalista, através de uma revolução de valores e não na estrutura do sistema.

A publicação do JB Ecológico, e isso fica claro no editorial referente à comunicação ambiental na terceira edição, procura atender a uma demanda de mercado referente à popularização a cerca das ações ambientais movidas por empresas e governos. Esse fato pode ser notado na seguinte passagem extraída do editorial citado acima:

“Por que essa quantidade de ações pro - ativas, educativas e multiplicativas não está na mídia? Por que esses projetos e peças de comunicação só circulam dentro do próprio setor (...) E não para os públicos externos, a sociedade, o mundo e a própria mídia que forma opinião serem igual e ecologicamente contagiados. Com o meio ambiente protegido mais anunciado, todos nós ganharíamos. Não haveria perdedores diante da natureza que é a face natural de Deus.” (JB Ecológico, nº3, página 09)

A publicação do suplemento veio ao encontro do interesse das empresas e governos de terem um canal de comunicação com o grande público para escoar as notícias que anteriormente circulavam apenas em esferas restritas de especialistas da área ambiental empresarial. Esse espaço de comunicação ambiental que a revista oferece permite um entendimento mais amplo das temáticas abordadas pela revista e as propagandas nela publicadas. O JB ecológico serve como uma ponte entre o grande público e as empresas e governos que investem política e

economicamente na área ambiental.

Consequentemente, o Discurso sobre meio ambiente articulado na revista tende a estar mais próximo das abordagens economicistas da questão ambiental, mas também reserva um espaço para as abordagens mais emotivas e espirituais. Dessa forma, o JB Ecológico acaba por articular discursos, muitas vezes antagônicos, na tentativa de tentar dialogar com um público amplo e heterogêneo como aquele que constitui os leitores de jornais de grande circulação.

Agora nos resta articular essas reflexões acerca dos materiais de divulgação ambiental com as discussões geradas na área de Educação Ambiental de modo a contribuir para a construção de uma leitura crítica desses materiais. No presente momento estamos iniciando um levantamento bibliográfico da área para melhor dialogar com os seus autores.

REFERÊNCIAS

Coutinho, Marília. *Ecologia Polissêmica*. Disponível em:
http://www.imaginario.com.br/artigo/a0031_a0060/a0044.shtml *Revista Imaginário*, 2002.
Acesso em 30/07/2005

Fairclough, Norman *Discurso e mudança Social*- Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

.Leff, Enrique. *Epistemologia Ambiental*, São Paulo, Cortez Editora, 2001.

Pinto, Milton José, *Comunicação e Discurso: introdução à análise do discurso*, 2ª Edição, São Paulo, Hacker Editores, 1999, 2002