



MÍDIAS E QUESTÕES AMBIENTAIS: PERCEPÇÃO DE PROFESSORES PARTICIPANTES DE UM CURSO DE EXTENSÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Solange Reiguel Vieira¹; Karyne Baptista de Souza Cruz²; Josmaria Lopes de Moraes³

RESUMO

Este estudo analisou as respostas dos participantes de um fórum de discussão a respeito do papel da mídia na discussão das questões ambientais. O fórum foi realizado no início de um curso semipresencial em educação ambiental e contou com a participação de 28 professores do ensino básico. Foi empregado Análise Textual Discursiva com o intuito de descrever e interpretar os sentidos das falas dos professores. Os metatextos produzidos no processo de análise, confrontados com a literatura, mostraram que os participantes consideram que a mídia constitui a principal fonte de notícias da população, que atua como formadora de opinião, que está apresentando muitas questões ambientais. Evidenciou-se o posicionamento dos participantes do fórum quanto a importância de aproveitar as informações da mídia para trabalhar a educação ambiental em sala de aula.

Palavras-chave: Mídia; Formação de professores; Educação ambiental.

MEDIA AND ENVIRONMENTAL ISSUES: PERCEPTION OF TEACHERS PARTICIPATING IN AN EXTENSION COURSE IN ENVIRONMENTAL EDUCATION

ABSTRACT

This study analyzed participants' responses to a discussion forum about the role of the media in discussing environmental issues. The forum it held at the beginning of a blended learning course of environmental education. The forum has the participation of 28 teachers of basic education. Discursive Textual Analysis was use in order to describe and interpret the meanings of teachers' speeches. The Meta texts produced in the analysis process, confronted with the literature, showed that the participants consider that the media is the main

1 Doutoranda em Educação (Universidade Federal do Paraná). Mestre em Ciência e Tecnologia Ambiental. Graduada em Geografia. Profa. da Educação Básica do Paraná. solqeografia@gmail.com.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Formação Científica, Educacional e Tecnológica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Graduada em Ciências Biológicas. Especialista em Educação Ambiental (PUCPR). E-mail: kabsouza@yahoo.com.br.

3 Doutora em Química. Professora do Programa de Pós-Graduação em Formação Científica, Educacional e Tecnológica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. E-mail: jlmorais@utfpr.edu.br.

source of news of the population, which acts as opinion maker, who is presenting many environmental issues. It was evidenced the position of the participants of the forum on the importance of taking advantage of the information of the media to work environmental education in the classroom.

Keywords: Media; Teacher training; Environmental Education.

Introdução

O século XXI marca a expansão da tecnologia da informação e comunicação (TIC), midiática e cultural. "Tudo isso é exacerbado pela chamada globalização, um processo que se caracteriza pela propagação e uso de uma grande quantidade de informações que se originam nos universos simbólico e técnico-científico. [...]" (BRÜGGER, 2002, p. 145-146). Também se verifica a emergência da questão ambiental por meio de discussões sobre a educação ambiental, que estão relacionadas às questões ambientais amplas na sociedade contemporânea (TOZONI-REIS, 2004; LEFF, 2008).

A educação ambiental pode ser definida como um "processo político de apropriação crítica e reflexiva de conhecimentos, atitudes, valores e comportamentos que tem por objetivo a construção de uma sociedade sustentável do ponto de vista ambiental e social, sendo transformadora e emancipatória" (TOZONI-REIS, 2007, p. 179).

Atualmente, a educação ambiental vem tendo visibilidade no campo da mídia. Diariamente temos acesso a discursos relacionados à problemática ambiental que evidenciam nossa relação com o planeta. Nessa correnteza, "somos persuadidos a jogar o jogo da preservação do planeta e da espécie humana, modificando hábitos e atitudes, produzindo um outro modo de vida: o ecologicamente correto" (GARRÉ, 2012, p. 2). Assim, os debates sobre as questões ambientais se tornaram recorrentes na mídia, principalmente em torno da expressão sustentabilidade, que ganhou repercussão nos meios de comunicação, tornando-se conhecida mundialmente (CAMPOS, 2012; HENNING, GARRÉ, HENNING, 2010).

Apesar dos vários debates ocorridos nas últimas décadas acerca das questões ambientais, é preciso compreender que o desafio ambiental "é o único que se coloca para além das fragmentações tão em voga [...] é mais complexo do que vem sendo posto no debate midiático e, até mesmo, científico

[...] se resume à ideia de que há limites para a relação da humanidade, por meio de cada sociedade, com o planeta!" (GONÇALVES, 2004, p. 170).

A mídia está presente em todas as esferas sociais, tanto pelos meios de comunicação tradicionais (impressos, rádio, televisão e cinema), quanto, pelos meios de comunicação modernos (mídias tecnológicas em geral). De acordo com Pimenta (1996), as mídias tecnológicas possuem grande velocidade na veiculação e difusão das informações, no entanto, é preciso operar com a informação para se chegar ao conhecimento, então, os professores têm papel de mediadores entre a sociedade da informação e os alunos, possibilitando-os a reflexão para a construção permanente do saber.

Considerando a problemática apresentada, foi realizado um Fórum de Discussão⁴ Mídia e questões ambientais, no início de um Curso de Extensão em Educação Ambiental realizado na modalidade semipresencial para professores do ensino básico. Após esclarecimentos para os professores sobre a participação no fórum - foi colocado para debate a seguinte questão: Qual tem sido o papel da mídia (TV, internet, rádio e outros meios) na necessária discussão das questões ambientais? Entendendo que todo texto produzido possibilita uma variedade de leituras, as quais podem ser relacionadas com a percepção de seus autores sobre determinado fato, este trabalho apresenta uma análise das mensagens publicadas durante a realização do fórum de discussão.

Encaminhamento metodológico

O trabalho foi realizado empregando uma abordagem qualitativa que tem como características empregar o ambiente natural como sua fonte direta de dados sendo o pesquisador seu principal instrumento e os dados coletados são principalmente descritivos (LÜDKE; ANDRÉ, 2013).

Segundo Moraes (2003) as pesquisas com abordagens qualitativas têm se utilizado cada vez mais de análises textuais. Seja partindo de textos já

⁴ O Fórum de discussão é um espaço para debates temáticos realizados por meio de envio e distribuição de mensagens dos participantes. Essa ferramenta de comunicação possibilita a interação entre cursistas e professor, de forma assíncrona. "As mensagens são publicadas em uma área comum e obedecem a uma organização lógica [...]" (FILATRO, 2008, p. 122).

existentes (análise documental) ou produzindo material de análise a partir de entrevistas ou de outras formas de coleta de dados.

A análise textual discursiva (ATD) propõe-se a descrever e interpretar alguns dos sentidos que a leitura de um conjunto de texto pode promover (MORAES, 2003). A ATD consiste em um processo rigoroso, sistemático e não neutro, em que a interpretação realizada pelos pesquisadores carrega em si uma subjetividade, a qual envolve as concepções de mundo do investigador, seus discursos, ideias preconizadas, ampliadas e reelaboradas durante o processo de construção do conhecimento (MORAES; GALIAZZI, 2007).

Para a realização de uma ATD são necessárias três etapas: unitarização, organização de categorias, produção de metatexto. No processo de unitarização desconstruímos o texto, fragmentando-o em unidades de significado. Mais do que propriamente divisões ou recortes as unidades de análise podem ser entendidas como elementos destacados dos textos, aspectos importantes destes que o pesquisador entende mereçam ser salientados, tendo em vista sua pertinência em relação aos fenômenos investigados. Quando assim entendidas, as unidades estão necessariamente conectadas ao todo (MORAES; GALIAZZI, 2007, p.15).

A segunda etapa da ATD constitui-se na organização de categorias, as quais podem vir a ser constantemente reagrupadas. Essa categorização corresponde a simplificações, reduções e sínteses de informações de pesquisa, concretizados por comparação e diferenciação de elementos unitários, resultando em formação de conjunto de elementos que possuem algo em comum. (MORAES; GALIAZZI, 2007, p.75).

Na terceira etapa o processo de análise textual culmina na produção de metatexto, a partir de um conjunto de textos. A elaboração dos metatextos permite a obtenção de descrições e interpretações capazes de apresentarem novos modos de compreender os fenômenos investigados (MORAES; GALIAZZI, 2007, p. 89). O metatexto necessita ainda ser constantemente aperfeiçoado e reorganizado, pois, por ser um processo de escrita, exige uma permanente reconsideração em relação à sua estrutura e seus argumentos.

Os dados analisados neste trabalho foram coletados no Fórum denominado Mídia e questões ambientais, realizado no período de 24 de

setembro a 02 de outubro de 2013 no Ambiente Virtual de Aprendizagem – Moodle da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O fórum contou com a participação de 28 professores da educação básica do estado do Paraná, sendo 15 do sexo feminino e 13 do sexo masculino. Dos participantes 17 cursistas realizaram apenas uma postagem e 11 fizeram de duas a três participações.

Neste trabalho, não foram consideradas as participações que correspondiam apenas a concordar com colegas sem apresentar contribuição para a discussão. Para a análise dos dados foram escolhidos os temas: (1) Mídia, (2) Percepção do papel da mídia, (3) Mídia e questões ambientais e (4) Possibilidades de trabalhar com as questões ambientais a partir do que é veiculado na mídia.

Resultados e Discussões

Antes de iniciar essa discussão é necessário diferenciar os termos mídia e tecnologia que serão usados neste trabalho. Mídia “refere-se a textos (livros, guias de estudo, textos on-line), imagens (fixas ou em movimento) e som”. Tecnologia “refere-se ao veículo utilizado para comunicar as mensagens representadas em uma mídia.” (MULLER, 2012, p.51).

Verificou-se que a maioria dos comentários se referiu à mídia em geral. Porém, houve comentários que especificaram particularidades da mídia televisiva (TV, documentários, vídeos), rádio, web (jornais on-line, redes sociais) e impressa (jornais e revistas).

Alguns relatos dos professores foram utilizados para compor os metatexto apresentados na sequência.

Vivemos na **era digital**, nós professores temos um aliado importante para compartilhar ou interagir sobre um tema importante e impactante com os alunos que são as **mídias tecnológicas: TV, Rádio, Redes Sociais, outros** (P12). No atual estágio da tecnologia temos a disponibilidade de **vários tipos de comunicação** – de mídias (P28). **A influência que a TV** possui sobre as pessoas é inegável o que pode ser positivo ou negativo (P10, P15). Tenho percebido **a questão ambiental na TV, nos jornais impressos** ou disponíveis na internet (P14).

Tema 2 – Percepção do papel da Mídia

Os professores realizaram falas trazendo sua percepção sobre qual tem sido o papel da mídia, foram preparados dois blocos sendo o primeiro relacionado com: informar; tornar acessível (nível local, regional e global); mostrar; oportunizar conhecimento; sensibilizar; as pessoas. No segundo bloco foram organizados os relatos que apresentaram maior criticidade sobre como tem sido o papel da mídia.

As mídias (TV, Rádio, internet, outras) **são ferramentas de divulgação no mundo em que vivemos (P1, P14, P9, P13, P15)**. Ela tem a possibilidade de proporcionar uma **construção de novos conceitos, novos hábitos** e até de **novas formas de conhecimento (P4)**. A **influência que a TV** possui sobre as pessoas é inegável o que pode ser positivo ou negativo (P10, P15). É indiscutível que muitos assistem TV e aqueles que não frequentam ou frequentaram escolas, não têm acesso a livros, só possuem este canal para se informar.

Assim **a mídia muitas vezes faz o papel do educador (P1)**. Atualmente a mídia é uma ferramenta de extrema importância [...] pois **ela nos permite um leque muito grande de opiniões**, porém, nem sempre esses programas estão em horários de maior audiência (P10). Uma questão preocupante é que necessitamos de uma capacidade gigantesca de **discernimento das informações** que nos chegam, pelas mídias, pois muitas destas tem como finalidade de **omitir a realidade (P22)**. **A TV informa (e outras mídias) nem sempre mobiliza, nem sempre provoca alguma reflexão.** (P14).

As diferentes formas de mídia oferecem uma **quantidade imensa de informação**, mas muitas vezes **sem qualquer consistência ou confiabilidade (P1, P9)**. O poder da mídia é muito grande e é triste saber que ela é tão tendenciosa (P11). A mídia é um instrumento de **grande capacidade de formar opiniões e de infelizmente de distorcer fatos e de manipular opiniões**, isso porque está sempre a **serviço de algum tipo de interesse (P21)**. Infelizmente a mídia está a **serviço dos interesses dos seus proprietários e patrocinadores** e não a serviço do povo. Isso desde a época do império romano a onde a frase **“pão e circo para o povo”** foi dita há muito tempo pelo imperador romano Vespasiano, quando da construção do Grande Coliseu (P13). A mídia, nas suas mais diversas variáveis, sempre exerceu o **papel de informar, o problema é a qualidade política das informações.** (P15). Melhor seria **se as informações “educativas” não estivessem relegadas** a programas em horários de pouca audiência (P10). Outra questão são os interesses (consumismo, por exemplo) que são **interesses do mundo empresarial globalizado (P14)**.

Os comentários evidenciam a publicidade, que envolve interesses econômicos de grandes grupos comerciais e consumidores no mundo, nesse sentido, “a mídia influencia, assim, grandemente a construção dos conceitos de meio ambiente e de natureza, com grande repercussão nas relações dos

homens entre si” (BRÜGGER, 2002, p.160).

Tema 3 – Mídia e questões ambientais

Nas falas dos professores se realça o reconhecimento da importância da mídia para veicular assuntos ambientais além da criticidade dos participantes ao realizar algumas considerações sobre os interesses da mídia.

O papel da mídia é fundamental para o **avanço da percepção da importância das questões ambientais** pela sociedade (P8, P16, P20, P25). Ela é um veículo que atinge as massas, nos vários níveis sociais, econômicos e culturais da população, tornando-se **um meio para que se possa sensibilizar e reeducar a sociedade**, seja nas pequenas mudanças nos hábitos cotidianos e em propor ações mais complexas e dinâmicas (P25). Como a **mídia emprega uma linguagem, normalmente, adequada para o entendimento das massas e hoje atingiu níveis de acesso** jamais alcançados, esta tem ajudado a tratar o assunto. Entretanto, ainda não é suficiente, e o assunto ainda não é satisfatoriamente nela veiculado/trabalhado. (P23). Se a **mídia for bem usada pode sim fazer toda a diferença em questões ambientais** (P8). Entendo também a importância da mídia quanto as questões ambientais, por ela ser **um veículo que atinge as massas, nos vários níveis sociais, econômicos e culturais da população**, tornando-se um meio para que se possa exercer o papel de divulgação dos **problemas ambientais** (P16), **sensibilizar sociedade quanto a emergência das questões ambientais** (P25).

Campos (2012) fala do compromisso ético que os meios de comunicação devem ter com as atuais e as futuras gerações, de informar adequadamente os receptores da mídia sobre as questões ambientais.

Aos meios de comunicação cabe o dever de informar corretamente sobre as questões do meio ambiente, privilegiando a preservação da vida, o que, muitas vezes, recomenda uma cobertura continuada e sóbria, ao invés do ímpeto sensacionalista voltado apenas para a ampliação da audiência (CAMPOS, 2012).

O que se observa é que a **maioria dos programas relacionados ao meio ambiente são apresentados em horários de pouca audiência**, não atingindo um maior número de pessoas (P2). Um canal de grande audiência, infelizmente, não utiliza seu horário nobre para tratar de **questões ambientais e sociais** e sim um horário em que poucos estão dispostos a acordar para adentrar nesse círculo de cidadão consciente (P10). Uma possível explicação para este fato está relacionada com a questão financeira, afinal são os patrocinadores que fazem suas escolhas e o meio ambiente raramente é esta escolha. No entanto, na sociedade atual há algumas pessoas e **instituições** envolvidas e **preocupadas com a**

preservação do meio ambiente (P22). Muitas vezes, utilizam a mídia e a internet para divulgar ações e pedir auxílio nessa tarefa tão necessária (P10). Os **temas ambientais poderiam ter uma maior divulgação e abrangência**.

Verifica-se como sendo uma estratégia da mídia a utilização de “campanhas, programas de TV e grandes reportagens nas quais somos interpelados a cada momento, convidados a participar da grande campanha mundial para Salvar o Planeta e assim, vamos nos responsabilizando cada vez mais por nossas atitudes individuais e coletivas” (GARRÉ, 2012, p. 3).

Os meios de comunicação social têm um papel importante **mostrando algumas realidades** relacionadas com problemas ambientais (P5) que muitas pessoas **desconhecem, ou não querem ver** (P6). Pode trazer para a população conhecimento referente as **questões ambientais-locais, regionais ou globais** (P19). Uma crítica a mídia é o fato que, a questão ambiental trazida pela mídia, tende a alimentar a ideia de que há um mundo natural construído em oposição ao mundo humano. Falta também a crítica da **problemática ambiental como algo complexo**, que ultrapassa os limites naturais e se integra a uma rede de relações naturais-sociais-culturais (P3). Tenho observado que ultimamente a mídia de modo em geral está levantando mais a bandeira das questões ambientais, **nem sempre demonstrando conhecimento** (P1). Sendo a mídia movida por interesses acabamos reféns das **informações “rápidas”** e nem sempre corretas (P11). A **mídia televisiva, de massa, trata as questões ambientais de forma superficial**, "desastres naturais". A sociedade **não é provocada** para a reflexão e mudança de comportamento (P15).

Para Henning, Garré e Henning (2010) os discursos emblemáticos da mídia evidenciam a estratégia de consciência coletiva para a proteção com o mundo atual e servem para refletirmos o quanto influenciam na mudança de pensamentos e práticas cotidianas em relação ao planeta.

Também devemos considerar que algumas informações equivocadas em relação às questões ambientais é um indicador da falta de conhecimento sobre a educação ambiental por parte dos profissionais da comunicação. A constatação mais marcante é que os jornalistas que fazem as matérias também não estão preparados. O repórter não consegue entender a relação entre os problemas ambientais e o seu meio. Hoje, a questão envolve temas muito mais complexos e, além de conhecer muito bem o meio em que vive, o jornalista precisa estar sempre se especializando (ALVES, 2002, p. 9).

Necessário reconhecer que “a informação bem apurada não é um favor que o veículo de comunicação faz aos seus receptores, é um dever legalmente

reconhecido, correspondendo ao direito que todo receptor tem de ser bem informado” (CAMPOS, 2012, p. 18).

Em outros casos observamos **um marketing focando principalmente as questões ambientais de interesse das empresas** - a famosa responsabilidade social e ambiental (P7). A notícia, o fato inédito ou **a situação extremamente midiática tem mais valor** do que a essência da causa (P14). **A mídia de massa precisa ser reciclada** para favorecer a educação ambiental (P15). Mesmo as grandes ONGs como Green Peace e WWF fecham os olhos para **várias situações “ambientais críticas”**, pois elas também atendem a interesses e precisam manter seus financiamentos, assim como as mídias (P14). O que podemos ter com as mídias **vai depender muito do interesse de cada um** em saber mais, pesquisar, correr atrás desse assunto, que muito interessa a toda a sociedade (P24).

Esses comentários vão ao encontro das palavras de Henning, Garré e Henning (2010, p.246) que “a mídia, então, pode ser vista como um processo de adestramento do sujeito, de acordo com os ideais da massa. E mais: de maneira permanente e contínua”. Com a globalização da economia e as exigências ambientais por parte do mercado, da competitividade empresarial e do consumidor têm obrigado as empresas a adotarem técnicas ecoeficientes e estratégias de marketing ambiental, por meio de campanhas mostrando os benefícios do produto ao meio ambiente e ao planeta (DIAS, 2011).

Tem sido cada vez mais comum vermos os discursos da mídia. Na TV, propagandas de empresas que se dizem com **“responsabilidade ambiental”** e se utilizam dessa imagem de ambientalmente corretas **para atrair consumidores** que estão propensos a adquirirem produtos de empresas com tal perfil (P23, P28). No entanto, **não se conhece quais são os efeitos das ações ambientais dessas empresas**, que adotam uma postura muito mais publicitária e com viés de cumprirem, em certos casos, penalidades ou multas impostas por organismos governamentais (P28). De modo geral, muitas **empresas revertem multas ou obrigações ambientais que** lhes são impostas em **publicidade ambiental**, quando não realizam efetivas mudanças em suas estruturas para promover uma gestão ambientalmente correta.

Observando grande parte das considerações realizada pelos professores verificamos que estão de acordo com Henning, Garré e Henning (2010, p. 251) quando falam sobre “e o discurso midiático e a presença marcante de um mecanismo de poder cada vez mais evidente na sociedade, que convocam a tomar ações para a preservação do planeta”.

Percebe-se que a publicidade tem servido para apresentar a responsabilidade social empresarial por meio de boas práticas sustentáveis, porém grande parte das propagandas veiculadas provém do capitalismo globalizado, que induz ao consumo exagerado. A programação relacionada ao meio ambiente e educação ambiental, geralmente, é pequena e veiculada em horários com pouca audiência, resumindo-se em ecologia, acidentes ambientais e alertas sobre a crise ambiental. E por fim, os conteúdos veiculados em algumas mídias são fragmentados ou equivocados, indicando o despreparo ou desconhecimento às questões ambientais pelos profissionais da área da comunicação, além da falta de compromisso ético com o público.

Tema 4 - Possibilidades de trabalhar com as questões ambientais a partir do que é veiculado na mídia. Diante desse contexto, quais foram as falas dos professores sobre o potencial de trabalhar a educação ambiental a partir das questões ambientais veiculadas pelas mídias.

São evidenciados, na maioria dos comentários, a importância do uso das mídias e tecnologias na educação, e que se bem aproveitado o seu potencial pedagógico, pode contribuir significativamente com a qualidade do ensino e aprendizagem.

As informações sobre questões ambientais chegam até as pessoas por meio da mídia, então **devem ser aproveitadas por nós professores** (P1, P4, P10, P17, P18, P23) para realizar um **diálogo** efetivo sobre essas questões (P10). Devem ser trabalhadas educacionalmente para um **desenvolvimento intelectual dos jovens** (P4). Importante **para a formação cidadã** de nosso aluno é não debatermos apenas as grandes questões mundiais e trabalhar também com as questões locais (P27).

Com relação a mídia, nós professores, não podemos descartá-la, mas **devemos sempre filtrar suas informações**, levando em conta os grandes grupos capitalistas que são os anunciantes desses meios de comunicação (P17), exercendo seus interesses (P5). Como estamos sempre com os nossos alunos e sabendo que eles são muito ligados nas mídias, **ela é uma aliada para conscientizar os nossos alunos** (P6). Não podemos esquecer que **as novas gerações são totalmente voltadas aos veículos de comunicação**, nós mesmos percebemos e as vezes criticamos esta postura em nossos alunos, mas **este também pode ser um canal** para que se possa atingi-los proporcionando alguma conscientização para mudanças nos hábitos e para refletirem sobre os assuntos

importantes (P25). No entanto, é importante usar a **mídia com cuidado** para a aula é necessário fazer uma análise do conteúdo do qual devemos nos apropriar ou levar para a sala de aula, pois nem todas as informações são verídicas (P27).

Necessidade de mudança de postura do professor levando para a sua prática novas estratégias de ensino. Nesse sentido, a educação escolar precisa “[...] incorporar mais as novas linguagens, [...] desvendar os seus códigos, dominar as possibilidades de expressão e as possíveis manipulações. [...] Urge também a educação para as mídias, compreendê-las, criticá-las e utilizá-las da forma mais abrangente possível” (MORAN, 2007, p. 165).

De acordo com Brügger (2002, p. 177), a mídia legitima valores éticos, os quais poderiam se qualificar de “ambientalmente corretos por meio de conteúdos veiculados, eficientes na formação de visão de mundo, gerando consequências (des)educativas ao meio ambiente”. Nesse sentido, colocar os discursos midiáticos sob exame não significa dizer que não devemos nos preocupar com nossas atitudes cotidianas em prol do meio ambiente. Colocamos em discussão, isto sim, os enunciados marcados pela periculosidade, fazendo os medos tomarem conta de qualquer ação a favor do planeta (SILVA; VIEIRA, 2012).

Temos que sair de nossa "redoma de vidro" em ser só conteudista, que só explora o abstrato e **aproveitar ao máximo os recursos das tecnologias** (P1, P12). É nosso compromisso como ser social que somos, tratar de assuntos que possam reverterem em conhecimento para a vida e para a vida toda (P12) Enquanto a **questão ambiental estiver sendo discutido nas mídias temos que aproveitar, enquanto professores, para levarmos estas discussões para a sala** (P25, P26) em todos os níveis educacionais para formarmos cidadãos conscientes do seu papel social e ecologicamente corretos (P25). Entretanto existe a necessidade de desenvolver **uma proposta mais séria** (envolvendo as políticas de educação) e abrangente sobre a questão ambiental (P22).

Trabalhar com as informações trazidas pela mídia exige dos professores a realização de um complexo trabalho. Isso porque ao selecionar o que será veiculado, a mídia coloca em funcionamento uma operação de poder. De acordo com Silva e Vieira (2012, p.3) esse “jogo de oposições implica disputas e silêncios, é um exercício do poder, cria objetos de saber que produzirão informações a serem acumuladas e utilizadas”. A problematização é um dos caminhos possíveis para levar os temas a serem debatidos no constante

trabalho do professor de formar um cidadão.

Cabe a **cada um procurar**, a partir dessas informações, **posicionar-se em relação às questões ambientais**. Acredito que a mídia tem contribuído de alguma forma para criar uma consciência ambiental na sociedade, mas **para ela se concretize, passa necessariamente pela melhoria na educação, em todos os níveis** (P9). A mídia “chega” em nossas casas todos os dias, mas acredito que nós professores como formadores de opiniões devemos **ter a responsabilidade de trazer as discussões**, de assuntos da mídia, para nossas salas de aula (P18). Também concordo que a **educação é o melhor meio de sensibilização** para que a sociedade compreenda **que somos os responsáveis** pelas ações que interferem diretamente nas questões ambientais (P20). **Com a informação (mídia) a escola pode, por exemplo, promover uma reflexão sobre a sustentabilidade** (P20). Toda a ajuda é importante para que ocorra a inserção da educação ambiental na escola e nesse sentido a mídia pode ser uma aliada (P17).

Nas últimas décadas, com a percepção da integração cada vez mais recorrente entre comunicação e educação o educador Paulo Freire em seus escritos coloca a comunicação no centro de muitas ideias de educação, enfatizando a indissociabilidade entre educação e comunicação, afirmando que — [...] “somente na comunicação tem sentido à vida humana [...], que o pensar do educador somente ganha autenticidade na autenticidade do pensar dos educandos, mediatizados ambos pela realidade, portanto na intercomunicação” (FREIRE, 2005, p. 64).

Soares (2014, p. 24) afirma que vem crescendo no Brasil os trabalhos com a educação midiática e a necessidade de “[...] unir forças para ampliar os espaços de negociação, especialmente com as políticas públicas, ainda resistentes em entender a importância de se tomar a mídia e a comunicação objetos de consideração no trabalho educativo”.

A partir do trabalho realizado, ressaltamos que as mídias atuais são instrumentos poderosos em qualquer campo da informação e podem se tornar fortes aliadas aos professores para o desenvolvimento da educação ambiental, desde que sejam trabalhadas com os alunos e a comunidade escolar de forma coerente e crítica, considerando a interpretação e a seleção da informação veiculada.

Considerações sobre o trabalho realizado

Durante a realização do Fórum de Discussão Mídia e questões ambientais, que iniciou com a provocação: “Qual tem sido o papel da mídia na necessária discussão das questões ambientais?” a medida que as participações iam ocorrendo o assunto ia sendo ampliado seus próprios processos de conhecimento e, eventualmente alterando suas percepções sobre o assunto.

De acordo com as falas dos participantes as mídias são uma forma extremamente veloz de veiculação e difusão das informações, porém, infelizmente, nem sempre tem considerado o ato de levar o conhecimento como prioridade, mas sim os efeitos comerciais que muitas vezes estão por trás da notícia.

Foi considerado de extrema relevância trabalhos que confirmem a importância da mídia junto às questões ambientais e a importância do professor que realiza a tradução e a seleção dessas informações para o repasse do conhecimento e para a instrução do aluno para que consiga ter uma visão crítica e seletiva, não somente do campo das questões ambientais, mas de todos os campos do saber e da vida.

Evidencia-se a necessidade da aproximação da comunicação com a educação, por meio de políticas que estimulem e incentivem pesquisas e programas de educação ambiental que cumpram, não somente o seu papel de informar, comunicar, alertar e educar a sociedade sobre as questões ambientais, mas o de promover a consciência crítica e a visão seletiva sobre os fatos.

Referências

ALVES, João Miguel Ramos. O papel da mídia na informação ambiental. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002.

BRÜGGER, Paula. Os novos meios de comunicação: uma antítese da educação ambiental? In: LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo; LAYRAGUES, Philippe Pomier; CASTRO, Ronaldo Souza de. (Org.). **Educação Ambiental: repensando o espaço da cidadania**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2002.

CAMPOS, Pedro Celso. Jornalismo e meio ambiente: a contribuição dos meios de comunicação e o conceito de sustentabilidade. **Rumores**. 11.ed. ano 6, n.1,

jan/jun 2012. Disponível em: www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51287. Acesso em 21 jun. 2018.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 220p.

FREIRE. **Conscientização**: teoria e prática da libertação. Uma introdução ao pensamento de Paulo Freire. 3ª ed. São Paulo: Centauro, 2005.

FILATRO, Andreia. **Design Instrucional na Prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008. 174p.

GARRÉ, Bárbara Hees. Notas sobre a educação ambiental numa perspectiva midiática: uma possibilidade de gerenciamento da vida. In: IX ANPED SUL. Caxias do Sul. **Anais**. 2012. Seminário de Pesquisa em educação Ambiental da Região Sul.. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/schedConf/presentations>. Acesso em 12 jun. 2018.

GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004. 177p.

HENNING, Clarissa Corrêa; GARRÉ, Bárbara. Hess; HENNING, Paula Corrêa. Discursos da educação ambiental na mídia: Uma estratégia de controle social em operação. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**. v. 25, p.243-253, 2010. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3512>. Acesso em 21 de jun. 2018.

LEFF, Enrique. Educação ambiental e desenvolvimento sustentável. In: REIGOTA, Marcos (org.). **Verde Cotidiano**: o meio ambiente em debate. 3.ed. Petrópolis: DP et Alii, 2008. p 97-112.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Pesquisa em Educação**: Abordagens Qualitativas. 2. ed. Rio de Janeiro: E.P.U., 2013.

MORAES, Roque. Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela Análise Textual Discursiva. **Ciência & Educação**. 9(2), p.191-210, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ciedu/v9n2/04.pdf>. Acesso em 15 de ago. 2018.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise Textual Discursiva**. Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

MORAN, José. **As mídias na educação**. 3 ed. São Paulo: Paulinas, 162-166 p. 2007. Disponível em: http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/tecnologias_eduacacao/midias_educ.pdf. Acesso em:3 mar.2017.

MULLER, Claudia Cristina. **EAD nas organizações**. Curitiba: IESD, 2012. 164p.

PIMENTA, Selma Garrido. Formação de Professores: saberes da docência e identidade do professor. **Revista Faculdade de Educação**, v.22, n.2, p.72-89, 1996. Disponível:
<http://www.revistas.usp.br/rfe/article/download/33579/36317>. Acesso: 30 jun. 2017.

SILVA, Priscila Oliveira da; VIEIRA, Virginia Tavares. Educação Ambiental e discursos midiáticos; gerenciando modos de vida contemporâneos. In: IX ANPED SUL. Caxias do Sul. **Anais**. 2012. Seminário de Pesquisa em educação Ambiental da Região Sul. Disponível em;
<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/schedConf/presentations>. Acesso em 12 jun. 2018.

SOARES, Ismar Oliveira. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação Entre Comunicação e Educação. **Comunicação & Educação**. Ano XIX, n.2, p.15-26, jul/dez2014. Disponível em:
<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037>. Acesso em 20 de jun. 2018.

. **Educação ambiental**: natureza, razão e história. Campinas: Autores Associados, 2004. 186p.

TOZONI-REIS, Marília Freitas Campos. Contribuições para uma pedagogia crítica da Educação Ambiental: reflexões teóricas. In: LOUREIRO, C. F. B. (Org.). **A questão ambiental no pensamento crítico**: natureza, trabalho e educação. Rio de Janeiro: QUARTET. p. 177-219, 2007.