

Delebo  
13/3/97 7

# Rio+5, meios de comunicação e desenvolvimento sustentável

JOSÉ ROBERTO MARINHO

Acontece na cidade a reunião Rio+5, um fórum internacional que congrega representantes da sociedade civil de diversos países para avaliar a implantação da Agenda 21. Este documento, o mais importante produzido na Rio-92, a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, ratifica um novo paradigma: o desenvolvimento sustentável, que será a base da sobrevivência de nossa civilização.

A Rio+5 confirma, por um lado, a importância da ética ambiental como um novo valor que se difundiu com a globalização da ecologia e, por outro, destaca o papel do novo ator, o terceiro setor, a sociedade civil organizada, na implantação de programas e projetos de desenvolvimento sustentável. O Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável recentemente fundado vai trabalhar junto a empresários, governantes e demais formuladores de políticas, com o objetivo de difundir o conceito que abre as portas para um século XXI mais saudável. Com o empresário Félix Bulhões na presidência e tendo como principais criadores os empresários Elieser Batista e Erling Lorentzen, a entidade já nasceu forte, contando com a participação de representantes dos principais setores de nossa economia. Nunca é demais lembrar a leitura do livro "Mudando o rumo — Uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente" do presidente do World Council, Stephan Schmidheiny.

Há poucos dias, na cerimônia de lançamento do Futuro, o Canal do Conhecimento, eu me referia aos altos custos do atraso, da ignorância e da desigualdade — para todos nós. Para os empresários e profissionais liberais, porque limitam sua atividade em um mundo tão competitivo como o atual. Para os menos favorecidos, porque não lhes resta alternativa que não o círculo vicioso da miséria. Ai está o cerne da proposta do desenvolvimento sustentável: quebrar este círculo vicioso, criando em seu lugar o círculo virtuoso da educação, acesso à informação igual para todos e o desenvolvimento sustentável.

O momento é de grandes oportunidades, ao mesmo tempo de grandes riscos. Vivemos a era da qualidade total, da busca do desenvolvimento acompanhado de eficiência econômica, justiça social e harmonia ecológica. Por outro lado, estamos ainda nos debatendo com as seqüelas do capitalismo selvagem, de resultados a qualquer custo, com a industrialização predatória e com perdas irreparáveis no futuro.

A palavra de ordem é o capitalismo responsável, participativo, que percebe o mundo como um todo, onde não há partes dispensáveis ou de importância maior. A economia, os mercados, a edu-

cação, o meio ambiente, os problemas sociais, o desenvolvimento tecnológico estão todos na nova ética empresarial.

Qual o papel dos meios de comunicação nesse processo? Parece que repetimos sempre uma tendência histórica: meio ambiente só é notícia quando há tragédia. Como, recentemente, nossa desclassificação na disputa pelas Olimpíadas de 2004.

Os meios de comunicação têm importância capital na implementação das propostas da Agenda 21.

A opinião pública é cada vez mais sensível às questões ambientais, o meio ambiente passa a ser vivenciado como um bem comum e de responsabilidade de todos. Numa primeira fase, a formação da bioética global resultou da constatação dos riscos decorrentes da poluição e do esgotamento de recursos naturais que colocariam em xeque a sustentabilidade e a qualidade de vida do planeta, como já apontava o Clube de Roma em 1988. Numa segunda fase, a consolidação da bioética decorre da cristalização da nova relação entre indivíduos, empresas e governos, com uma cobrança permanente de padrões mínimos de convivência, dentro dos parâmetros de

construir sem destruir, ou sem comprometer as cinco gerações futuras.

Nos últimos anos, o movimento ambientalista vem adquirindo consideráveis experiência técnica e organização política. As ONGs reduzem seu papel na denúncia do vilão ambiental e passam a propor soluções e implementar projetos sociais comunitários e outros, de convergência econômica e ecológica. Há uma interligação cada vez maior entre o global e local.

Não podemos deixar de reconhecer que a mídia é um importante agente do desenvolvimento sustentável, seja na perspectiva educativa, seja na mobilização da sociedade para a temática ambiental. Na perspectiva da educação, leva as informações de forma concreta e atualizada, simplificando a compreensão dos fenômenos ambientais. Em particular, a televisão consegue sintetizar e simplificar a percepção e memorização dos fenômenos ambientais, por definição complexos e inter-relacionados. As causas das mudanças globais, tais como o efeito estufa, o buraco na camada de ozônio, são conhecidas e apreendidas através da mídia, uma vez que não fazem parte das experiências individuais

da população.

Na formação de recursos humanos, temos a educação à distância como facilitadora da universalização dos conceitos, respeitando a diversidade de culturas, respeitando as particularidades regionais e propiciando uma linguagem comum a todos na defesa ambiental.

Além disso, ao mobilizar a sociedade, temos os elementos que contribuem para a tomada de consciência e para o incentivo às ações efetivas, quer da área governamental, quer da iniciativa privada.

Nos meses que antecederam e seguiram a Conferência do Rio de Janeiro, em 1992, a veiculação da temática ambiental chegou a seu ápice. A intensidade da participação da imprensa brasileira foi inédita no mundo. Além de revistas específicas sobre ecologia e meio ambiente, os jornais de grande circulação dedicaram páginas diárias ao tema, além de cadernos especiais.

A partir de 1993, o espaço conquistado na mídia foi se reduzindo, voltando à situação do final da década de 80. Cabe destacar, nesta nova fase, a temática ambiental associada às questões da qualidade, da competitividade e do comércio exterior com os noticiários sobre a ISO 14000.

Deixo a sugestão para que um trabalho sistemático com os meios de comunicação e o desenvolvimento sustentável, no Brasil e no Mercosul, seja desenvolvido. Ai está um terreno fértil para contribuição do mundo acadêmico. Adicionalmente, a consolidação da temática ambiental passa por um trabalho de formação de recursos humanos, isto é, da sensibilização e treinamento de jornalistas e editores, de especialistas de marketing e das agências de publicidade.

A Rio+5 nos oferece a todos, em especial a nós jornalistas e empresários de comunicação, mais uma excelente oportunidade. A despeito da limitação de poucos participantes por país representado no fórum, estamos em face de um evento de proporções mundiais. São 130 países, 80 Conselhos Nacionais de Desenvolvimento Sustentável e autoridades locais de várias partes do mundo. Muitos eventos paralelos estão acontecendo, com excelentes oportunidades para a compreensão da temática ambiental. Matérias que podem ser formadoras de opinião, ajudando-nos a cumprir nosso papel — dos meios de comunicação — de informar e educar.

Construir um futuro sustentável é um dever de todos, dos ambientalistas, dos empresários, dos meios de comunicação e da sociedade que, certamente, deseja um mundo melhor nesta virada de século.

JOSÉ ROBERTO MARINHO é presidente da WWF-Brasil e vice-presidente das Organizações Globo.

