

## **Desafios do Jornalismo em Áreas de Proteção Ambiental: estudo sobre o jornal da APA da Lagoa Encantada, em Ilhéus-Bahia**

Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque  
Carlos Frederico Bernardo Loureiro  
Rodrigo Bomfim de Oliveira

**Resumo:** A Área de Proteção Ambiental (APA) da Lagoa Encantada é a única instalada no município de Ilhéus e abrange uma população superior a 23 mil pessoas, para quem é destinado um produto comunicacional impresso desenvolvido pela gerência da APA e uma ONG, com a finalidade de informá-los, educá-los e conscientizá-los para o desenvolvimento sustentável e a conservação ambiental. Este trabalho analisa se a estratégia de comunicação desenvolvida ali através do jornalismo impresso é adequada à capacidade de recepção dos moradores e gera os resultados esperados. Para isso, foram utilizados procedimentos quanti-qualitativos, com análise de conteúdo do jornal, pesquisa de opinião envolvendo 440 receptores e a realização de entrevistas com vários atores do processo emissor-receptivo. Os resultados estão expostos neste artigo.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Jornalismo Impresso; Jornalismo Ambiental; Comunicação Ambiental; Educação Ambiental.

### **1. Introdução**

A instalação das áreas naturais protegidas no Brasil remonta da década de 30, mas foi somente nas décadas de 70 e 80, especialmente depois da Constituição de 1988, que o governo brasileiro passou a tratar a natureza como um bem coletivo e previu a criação de espaços especialmente protegidos.

A criação de Unidades de Conservação (UCs) ganhou impulso e, segundo Diegues (1997), na década de 90 já havia cerca de quinze tipos de UCs no Brasil, 429 no total, ocupando uma área de 48.720.109 ha. Hoje estes números aumentaram. Somente no Estado da Bahia, onde até 1991 havia menos de 20 Unidades de Conservação, há 207 UCs estruturadas (SEI, 2004), o que não significa, que todas elas estejam resguardadas da degradação e que a preservação ambiental esteja ocorrendo.

A própria Lei Federal 9.985 (2000), que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), remete a esta reflexão quando define, no seu Artigo

7º, que as unidades de conservação (UCs) dividem-se em dois grupos: de *proteção integral* e de *uso sustentável*, o que implica em possibilidades diferenciadas de uso e proteção e resulta por contribuir para aguçar o interesse capitalista sobre estas áreas.

Para compreender melhor essa afirmação, é importante analisar o artigo 34 da Lei 9.985, onde se mostra que os órgãos responsáveis pela administração das UCs podem “receber recursos ou doações de qualquer natureza, nacionais ou internacionais”, sejam elas provenientes de organizações públicas, privadas ou de pessoas físicas (COSTA, 2002). Já o processo denominado como “*debts wapt for nature*” (conversão da dívida externa por conservação), compõe a peça que faltava desse quebra cabeças: conforme Diegues (1997), é uma espécie de negócio, onde fatias da “dívida externa de países em desenvolvimento são adquiridas, através da redução das taxas de juros e correção monetária, por entidades ambientalistas internacionais ou agências bilaterais” e, em contrapartida, são implantados projetos de proteção ambiental, pagos pelo Governo, em moeda nacional.

Desta forma, a criação das UCs passou a ser motivada não apenas pela necessidade de se garantir a vida futura na Terra, mas também – e muitas vezes apenas - pelo interesse econômico, expresso pela disponibilidade de fundos internacionais para a conservação e a possibilidade de geração de renda nessas áreas, principalmente através do chamado turismo ecológico ou ecoturismo, que passou a ser visto e difundido como alternativa de *desenvolvimento sustentável* para várias regiões do país.

No caso específico da Bahia, quando a Lei nº 9.985 entrou em vigor, já haviam as primeiras Áreas de Proteção Ambiental, criadas a partir da década de 90, por iniciativa do governo estadual e alguns governos municipais com a mesma justificativa conservacionista/desenvolvimentista, tendo como prioridade o turismo (BERENSTEIN, 2002).

Para isso, a Bahia inseriu-se no Programa de Desenvolvimento Turístico Integrado do Nordeste (PRODETUR, 1994), com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e contrapartida do governo estadual, que criou os “Complexos Turísticos Integrados” (BAHIATURSA 1994) e estabeleceu que, nestes locais, seriam criadas as primeiras seis APAs do Estado, todas no litoral.

Na zona turística denominada como *Costa do Cacau* foram instaladas duas: Itacaré-Serra Grande e Lagoa Encantada. Esta, situada no litoral norte de Ilhéus, em

área de 118 quilômetros quadrados, onde mora uma população superior a 23 mil habitantes (SCT, 1997) e que é objeto desse estudo.

A APA da Lagoa Encantada foi criada em 15 de junho de 1993, por decreto estadual, mas já havia sido formada desde 1991, por decreto municipal assinado pelo então prefeito Antônio Olímpio Rhem da Silva, que pretendia, entre outras coisas, restringir a pesca predatória, o desmatamento, recompor a mata ciliar no entorno da Lagoa e criar uma legislação especial, dando incentivos fiscais para os proprietários de terras que investissem na recomposição ambiental desses locais (informação verbal). O projeto inicial incluía a utilização de um plano diretor ecológico e a promoção de programas permanentes de educação ambiental (ibidem), mas nenhuma dessas idéias foi implementada.

Mudaram os governos, mas não a situação local. Os distritos e povoados situados no entorno da Lagoa Encantada ainda apresentam as mesmas características: vivem da caça, pesca, cultivos de subsistência, extrativismo, prestações de serviços e pequenos comércios. Têm índices de escolaridade baixos e a maioria dos nativos tem algum grau de parentesco, mesmo morando em locais diferentes. Isto faz com que a informação oral circule rapidamente, sendo mais eficiente que os meios de comunicação usuais, nem sempre disponíveis.

As localidades contam com telefones públicos e transportes coletivos que passam em horários muito espaçados, o que acarreta em transtornos para os moradores.

Há escolas de ensino de primeiro grau, sendo que, em 70% delas, funciona o sistema de rodízio, com alunos de todas as séries tendo aulas na mesma sala, juntos, com uma só professora, em 4 turnos por dia, de 3 horas cada turno.

Há postos de saúde em 50% deles, que funcionam apenas uma vez por mês, quando há médico disponível. No restante dos dias ficam abertos apenas para pequenos curativos e aplicação de medicamentos, sob responsabilidade de uma atendente.

É a esses moradores sem escola, saneamento básico, saúde ou outras mínimas condições de vida, que se destinam as propostas de “comunicação voltadas para o desenvolvimento sustentável” definidas no Projeto de Implantação da APA e que explicitam a necessidade de “elaboração e realização de programas e campanhas de educação ambiental, visando conscientizar as comunidades locais, regionais e turistas”. Para tanto, o projeto se dispõe a articular ações de “parcerias para a elaboração e

publicação de materiais informativos impressos”, com ênfase no jornal da APA, como apoio ao “trabalho de educação para a conservação”.

Observando essa determinação e os dados oficiais (SEI, 2004 e IBGE, 2004), que consideram haver mais de 60% de analfabetos entre a população rural da região sul da Bahia, onde está situada a APA da Lagoa Encantada; questiona-se até que ponto é eficaz esta política comunicacional voltada para os meios impressos, se ela está direcionada a um público que pode não estar preparado para recebê-la.

Mais questionável se torna o projeto se for observado que cabe ao jornal a responsabilidade de “auxiliar no processo de educação ambiental do entorno da APA”, sem, contudo, especificar o que compreendem por educação ambiental, para o que existem diversos conceitos.

Por outro lado, como assegura Bordenave (2002), a comunicação não pode ser tratada como ato isolado nem vários atos individuais e desconexos, mas sim como fluxo contínuo de informações, com muitas origens e direções, além de conteúdos e formas em mutação permanente. É, portanto, um processo dinâmico e dialógico.

É importante investigar, portanto, se o modelo de comunicação usado neste caso vem cumprindo este papel. Segundo Ramos (1995), para que se possa implantar um novo padrão de desenvolvimento com equilíbrio ambiental, é fundamental que a sociedade esteja mobilizada, o que só acontecerá com o envolvimento da comunicação. Esta, por sua vez, deve utilizar uma linguagem apropriada a cada situação específica, dialogando com os diversos atores deste processo, já que um grupo social só aceita a recepção da informação se esta estiver relacionada “com sua cultura própria, com sua memória social específica e conhecimentos armazenados, com as expectativas e os recursos simbólicos de que esta população faz uso” (MIÈGE, 2000, p.85). Ou seja, o processo de comunicação só se realiza quando há uma identificação entre receptor, emissor, meio e mensagem, linguagem e cultura. Quando há afinidades.

Com essas considerações, esta pesquisa analisa o conteúdo e a ação do jornal oficial da APA da Lagoa Encantada - única forma de comunicação utilizada entre sua administração e os moradores - avaliando se esta política atende às expectativas da comunidade e do programa implementado e gerenciado por uma ONG, mas financiado pelo governo.

Para isso, foram aplicadas técnicas quanti-qualitativas, observando a tiragem, formato, paginação, número de edições, concepção visual, linguagem, conteúdos dos textos e imagens, propagandas e capacidade informativa, entre outros itens (DENCKER e VIÁ, 2001). Observou-se ainda de que maneira o jornal aborda os assuntos ambientais e se isto contribui para gerar mudanças positivas nos hábitos ambientais das populações.

Para refutar ou confirmar a hipótese de que os moradores não dispõem de condições objetivas para a recepção, como a alfabetização, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, com 440 moradores das 12 localidades que compõem a APA da Lagoa Encantada. São esses resultados que compõem o *corpus* desse artigo.

## **2. Análise crítica do Jornal da APA**

O Jornal “Em Cantos da Lagoa”, órgão oficial da APA, teve sua primeira edição publicada em novembro de 2002. De lá até junho de 2007, foram editados mais sete jornais, num total de oito edições até junho de 2004, mais cinco entre julho de 2004 e junho de 2006 e nenhuma de 2006 a junho de 2007, quando foi concluído este artigo. As oito edições iniciais, por manterem uma periodicidade mais regular, se constituem em objeto desta análise.

Com tiragem de 3 mil exemplares até 2003 e de 1 mil exemplares a partir de 2005, para atender a uma população superior a 23 mil habitantes, tem formato tablóide (A3), é impresso em papel 40 kg branco, com capa e contra-capas em policromia, miolo em preto e branco e é distribuído nas cidades de Ilhéus e Itabuna e nas localidades do entorno da APA. Logo, não se destina apenas aos moradores da APA, mas “é também uma espécie de cartão postal do trabalho realizado pela parceria entre órgãos oficiais, gerência da APA e a ONG, servindo para atrair investimentos” (informação verbal).

Sua formatação é padronizada, obedecendo ao mesmo critério em todas as edições. Em razão disso, optou-se por analisar o geral das edições, especificando-se os detalhes de cada página.

### **2.1. Capa**

A primeira leitura que se faz de um jornal é a sua capa e, geralmente, a partir da comunicação não verbal ou “pré-verbal”, como explica Guimarães (2003). Para este, “no todo do padrão visual, as cores se antecipam às formas e aos textos. Quanto maior o potencial de informação das cores (força semântica e clareza na identificação dos matizes), maior será a antecipação da informação” (idem, p.17).

Assim, se for considerado que a capa de um jornal é vista inicialmente a uma distância maior que a existente entre os olhos e as mãos do leitor, constata-se que os detalhes dos textos e ilustrações não poderão ser observados, o que remete para as cores um papel importante na informação inicial.

Observando-se as oito capas avaliadas, percebe-se que isso foi levado em consideração quando se constata que todas contêm poucos elementos textuais e não textuais, o que facilita a primeira leitura e atrai o interesse do receptor.

A primeira página tem sempre uma fotografia que ocupa toda sua extensão e revela alguma paisagem da Lagoa Encantada, onde a beleza já justifica a publicação. As fotos atraem o olhar do leitor, mesmo que este não seja alfabetizado.

Não há títulos em corpos de letras grandes – como deveria ser– mas também não há textos longos. Apenas chamadas para as páginas internas. Desta forma, a fotografia extrapola a função de atrair o leitor e adquire outra, de fazê-lo abrir o jornal e ler as matérias nele contidas.

## **2.2. Páginas internas**

Nas páginas internas do jornal da APA, estão as mensagens textuais onde se expressa com mais clareza a política de comunicação destinada àquele entorno, lembrando o que diz Noblat (2003) sobre a função de um jornal. Para ele, “um jornal não se limita à soma de registros úteis destinados a orientar a vida das pessoas” e não pode ser “uma espécie de ata do cotidiano de um lugar”. Tampouco deve ser “uma oportunidade de negócios para o proveito dos que são os primeiros a dele beneficiar-se”. Ao contrário, um jornal deve ser, antes de tudo, “um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo[...] que reflita com nitidez a dimensão aproximada dessa consciência“ e que “não tema jamais ampliá-la” (idem: 21).

Analisando a página dois do jornal “Em Cantos da Lagoa” nota-se que há uma acentuada preocupação com a formação de opinião, o que é feito através de editoriais e notas sobre eventos, situações e políticas inerentes à APA. Estas opiniões são elaboradas a partir da avaliação do emissor, ou seja, nem sempre condizem com a opinião do receptor e é utilizada como porta-voz da ONG que elabora o jornal.

A concepção visual dessa página é semelhante em todas as edições: as principais matérias - entre elas o editorial - ocupam 2/3 do total da página, são compostas em corpo 8, 9 ou 10, fonte Times New Roman e possuem uma média de 600 palavras. São utilizados termos como “diminuta amplitude de soluções”, “paradigmas retrógrados”, “consciência holística coletiva”, “área antropizada”, “cultura impactante” ou “salvaguardando-se a premissa”, que estão distantes do vocabulário local e da compreensão dos moradores, que deveriam ser público-alvo.

Nota-se a eventual ocorrência de pequenas notas sobre curiosidades, como a formação da palavra Sambaituba (nome de um dos povoados) ou atividades e eventos sociais envolvendo a comunidade ou a coordenação do projeto. Compostas em corpo 9 ou 10, estas não costumam conter fotografias ou desenhos, tornando a leitura cansativa. A linguagem utilizada nesses trechos, apesar de ser mais popular, ainda usa termos como “inopinadamente”, “complacentes” e “convincentes”. Os títulos são em caixa alta e não obedecem à padronização dos tipos, com tamanho de corpo oscilando entre 18 e 20 pontos, considerado como de difícil leitura em jornais.

O restante da página 2 é preenchido por um expediente que ocupa 1/4 da página, além das logomarcas - em tamanho exagerado - do Governo da Bahia, CRA, SUDETUR, PRODETUR e da ONG.

Analisando o expediente, foi percebido que só há um jornalista na equipe de produção, que é também o editor. Os demais participantes do projeto são membros da ONG ou do governo e não são jornalistas ou mesmo profissionais da área de comunicação, mas apenas interessados ou especialistas em questões ambientais. Isto, porém, não os torna adequados para escrever a uma população com dificuldades de leitura, vocabulário próprio e muito específico, conforme constatado por esta pesquisa.

A página três contém de duas a quatro matérias de gênero informativo, abordando o trabalho realizado por alguma instituição (inclusive a própria ONG). Na sua maioria são compostas em corpo 10 e contam com uma média de 400 palavras. São

utilizadas fotos em preto e branco, mas os títulos e a linguagem continuam no padrão anterior onde termos como “atividades extracurriculares”, “o supracitado curso”, “equilíbrio nutricional”, “dados aferidos” e “medidas profiláticas” são encontrados facilmente.

Há ainda matérias técnico-científicas sobre alguma espécie da fauna ou flora nativa, sendo que aí, além do corpo de letra ser 9 ou 10, os termos extrapolam o bom senso e caminham em construções linguísticas complicadas para o entendimento nativo, como “sob o abdômem”, “percentual de fêmeas ovadas nas amostras”, “as espécies estão se ressentindo” e outras que são utilizadas para descrever, por exemplo, uma simples “andada de pata-choca” como sendo um “deslocamento de caranguejo semi terrestre da espécie *Cardisoma ganhumí*”.

Outras matérias encontradas em algumas das edições apresentam-se vinculadas a algum personagem da Lagoa: um velho pescador, uma lavadeira, um jovem promissor, enfim, gente do lugar, e está restrita a menos de 50 palavras, geralmente colocadas em um box entre fios, letra com corpo 9 e uma minúscula foto do personagem. Espaço bem maior (1/4 de página) é destinado à propaganda colocada no rodapé, do Centro de Informações Turístico-Ambientais ou de campanhas geralmente promovidas pelo governo do Estado ou pela própria ONG que faz o jornal.

As páginas centrais (4 e 5) vêm com matérias de cunho pretensamente informativo sobre a ONG e administração da APA; os programas desenvolvidos ou entrevistas de moradores dos povoados maiores que não apresentam grandes novidades, mas apenas elogios à gestão da APA ou ao trabalho de alguém, o que denota haver direcionamento também na escolha dos entrevistados.

As entrevistas são feitas no formato perguntas/respostas e editadas em corpo 10, o que deixa a leitura difícil e cansativa. A foto de cada entrevistado, quando colocada, tem tamanho pequeno e um estranho destaque gráfico, em um círculo branco, que dá a aparência de homenagem post-mortem.

No jornal de número 8, as páginas centrais são dedicadas exclusivamente a fazer uma apologia ao trabalho da ONG. Nota-se a utilização do espaço para fins autopromocionais e propagandísticos, o que compromete a credibilidade. A mesma tendência foi observada em outras edições, em matérias menores e mais discretas.

A página seis aparece sempre com um artigo assinado por especialista em algumas das áreas consideradas como de interesse para a APA (saúde, sistemas agroflorestais, ecoturismo etc), além de prosseguir na veiculação das matérias sobre atividades desenvolvidas na APA.

Observa-se que ai, novamente, o corpo de letra utilizado é muito pequeno (9 ou 10) e que há uma média de 600 palavras nos textos, deixando-os densos e de difícil leitura. Outros recursos - como o uso de retículas de fundo e fotografias ilustrativas - são aplicados incorretamente. As retículas, por exemplo, servem de pano de fundo para textos em corpo 9 e estilo Itálico, o que confunde a leitura. Já as fotografias são pequenas, com pouca definição e difícil compreensão.

A página sete, que encerra a parte textual, é dedicada às lendas que compõem o imaginário popular da Lagoa. Sempre contadas por algum dos moradores, recebe adaptação literária (e releitura) feita pelo editor e charges, que tornam a página menos pesada. As primeiras edições apresentam-se como exceções a essa regra, com a página sete sendo utilizada para a apresentação de uma pesquisa sobre a degradação sócio-ambiental no entorno da APA (jornal nº 1) ou outras matérias informativas (nº 2).

### **2.3. A última página**

Depois da primeira página, a última é a que mais chama atenção em um jornal porque, entre outras coisas, é a que automaticamente o leitor olha, após a capa, assim como faz com um livro ou revista. Depois, é a que fica exposta ao olhar de terceiros quando o jornal está sendo lido. Assim, se a primeira leitura que se faz de um jornal é a capa, a leitura seguinte é a contra-capa, o que implica em certos cuidados. Um desses diz respeito à necessidade de “fechar” o trabalho corretamente. Se uma publicação vem seguindo um ritmo, a última página não pode simplesmente quebrá-lo. É preciso que esta seja elaborada de acordo com o que está nas outras páginas – ou ainda melhor.

O jornal da APA contempla, em algumas edições, essa preocupação visual. Apesar dos primeiros exemplares terem suas páginas finais ocupadas por textos longos e cansativos ou propagandas mal feitas, as edições mais recentes - especialmente as de número 6, 7 e 8 - apresentam ensaios fotográficos interessantes, onde são mostradas

imagens da Lagoa e seu entorno. Isso contribui para deixar a última página como uma espécie de complementação da primeira. Ambas são impressas em policromia, ao contrário do restante do jornal, que mantém o padrão preto e branco.

### **3. Sob a ótica dos receptores.**

Um trabalho organizado pelo jornalista Sérgio Villas Boas (2004) e que conta com a participação de outros jornalistas dedicados à comunicação ambiental, apresenta um conceito original sobre as publicações que não conseguem atingir as populações às quais se destinam. Para ele, lixo (aquilo que se rejeita ou descarta), “não é feito só de matéria física. Engloba também matéria intelectual, informações e desinformações” (VILLAS BÔAS, 2004, p.7).

Para o jornalista, todos os dias se perdem grandes idéias e matérias sobre o meio ambiente que, por sua complexidade lingüística e formatos inadequados, terminam não sendo compreendidas e assimiladas como é desejo dos seus autores, não contribuindo, portanto, para aumentar o grau de consciência do público sobre os problemas ambientais e a responsabilidade de cada um nesse processo.

O trabalho questiona ainda se “os jornalistas estão preparados para transformar conhecimento em experiência ou vice-versa”, se o público “está orientado a fazer sua parte” e se a comunicação – em especial o jornalismo – “ajuda ou atrapalha o processo de conscientização” (ibidem).

Berna (2004) aprofunda essa preocupação quando diz que não é pelo volume de informações recebidas que a população aprende a “pensar criticamente e atuar em seu mundo para transformá-lo”. Para ele, se não houver “uma cultura e uma formação que predisponha as pessoas a valorizar esta informação”, o trabalho será inútil. (BERNA, *Jornal do Meio Ambiente*, 06/07/2004).

Considerando essas colocações, foi investigado o que os receptores entendem sobre o que é publicado no *Jornal Em Cantos da Lagoa*, de que maneira avaliam o trabalho realizado através dele, qual a identificação que há entre estes e o conteúdo das matérias, enfim, quais os resultados do trabalho comunicacional aplicado ao entorno.

O jornal, estruturado em julho de 2000, teve sua primeira edição em novembro de 2000, o que significa dizer que, mesmo com periodicidade espaçada, o jornal existe há sete anos, tempo suficiente para ser conhecido pela população que pretende educar.

Vale ressaltar que o termo “educar”, adotado neste caso, apresenta-se distinto do conceito de educação ambiental utilizado atualmente, compreendido como “uma práxis educativa e social que tem por finalidade a construção de valores, conceitos, habilidades e atitudes que possibilitem o entendimento da realidade da vida e a atuação lúcida e responsável de atores sociais individuais e coletivos no ambiente” (LOUREIRO, 2002, p.69).

Como tal, a educação ambiental é “elemento estratégico” para a formação da “consciência crítica das relações sociais”, que é um “movimento dialético” entre o conhecimento crítico da realidade e a ação transformadora, onde “os seres humanos se educam reciprocamente, mediados pelo mundo” (ibidem).

Levando-se isso em conta e percebendo o conceito de informação como “um processo onde alguém que sabe algo conta para outro que recebe este algo, sem interferir no conteúdo contado” (ALBUQUERQUE, 2004), um jornal que se classifica como “informativo” dificilmente terá um caráter educativo, já que “a educação pressupõe o diálogo e a interação entre os sujeitos” (idem).

O processo de distanciamento entre o emissor e o receptor, além de configurar o não-diálogo, muitas vezes implica na não-recepção, como pode ser constatado analisando as respostas dos 440 moradores entrevistados. O número de moradores que conhece o jornal não chega a 15% em nove das doze localidades. Em uma delas, o número é de 20% e na outra é de 35%. Na 12ª localidade, 100% dos entrevistados diz que nunca teve contato com o jornal.

A pergunta seguinte buscou saber do interesse da população do entorno em participar de um jornal ambiental, por que e de que forma pode fazê-lo. 100% têm interesse em participar, mas 57% não sabem por quê; 17,6% querem ajudar a comunidade; 14,4% só querem contribuir se for para receber algum pagamento; 4,4% acham que deve ser interessante participar e 6,6% querem divulgar seus estabelecimentos comerciais.

A terceira pergunta foi de que forma pode participar. 66% não sabem; 9,4% podem distribuir o jornal; 8% podem contar histórias para alguém escrever; 4,6% podem

escrever; 3,4% podem recolher informações; 2,6% podem doar fotografias; 2,6% podem desenhar histórias e 3,4% podem anunciar produtos. Vele ressaltar que, entre os 100% que querem participar, 85% responderam que não conhecem o jornal. Isso mostra que a população é receptiva, a ponto que querer participar de algo que não conhece.

Aos que conhecem o jornal, foi perguntado se sabem quem o faz. 99,2% dizem não saber e entre os 8% que dizem saber, apenas 1% respondeu corretamente. Foi perguntado então se o morador já leu o jornal da APA. Os locais onde a leitura aparece com mais expressividade são no povoado de Vila de Areias, na própria Lagoa Encantada, com 34% das pessoas dizendo que já o leram. Nos demais locais os índices não chegam a 9% e em muitos deles sequer existem. Ou seja, o jornal não é lido pela absoluta maioria da população à qual se destina.

Para os que disseram ter lido o jornal, foi perguntado o que acharam dele. 34% o acharam bom; 3% ruim e 63% disseram que não entenderam nada, só as fotos. Estas respostas são ainda mais contundentes que as demais porque demonstram claramente que os objetivos não foram alcançados.

Com os moradores que disseram conhecer o jornal, as conversas foram incentivadas. Com isso, os dados subjetivos e as informações inusitadas apareceram, dando um novo sabor à pesquisa.

Para um fabricante de farinha de mandioca, 54 anos, 11 filhos e analfabeto, “a gente gosta de ver o jornal porque tem gente conhecida nas fotos”. Ele diz que “não sabe de nada do que está escrito” e garante que guarda o jornal porque “serve de forro para a esteira dos meninos nos dias de frio”.

Já a proprietária de um bar, disse que lê pouco “porque trabalha muito e não tem tempo”. O filho dela desmente. Diz que “lê nada! nem sabe ler!”. Nem ele. Conta também que “é difícil achar o jornal”.

Um micro empresário ligado ao turismo, diz que “o jornal é interessante porque fala da realidade local”, mas usa uma linguagem “rebuscada demais para ser entendida pela população nativa”. E arrisca: “parece que é feito para quem tem muita instrução”.

Uma adolescente que cursa a primeira série do segundo grau, diz que não lê o jornal “porque não consegue entender as palavras”. Já para um pescador nativo e morador há 67 anos na margem da Lagoa Encantada, o jornal “é maravilhoso, tem papel bom e é forte, aguenta muito tempo”. A intrigante resposta fez com que fosse

perguntado por que isso é tão importante. O pescador explicou: “é que eu guardo todo jornal desse aí para enrolar o peixe que vendo na feira. Tem gente que não leva sacola e como ele tem um papel forte, é de muita serventia”.

Um ex-proprietário de pousada da mesma localidade, diz que “o jornal não tem por finalidade esclarecer a população” porque “não interessa ao governo que isso ocorra”. Segundo ele, a formação da APA não passou de “uma estratégia para arrancar dinheiro do Banco Mundial e outros financiadores e continua sendo assim. Nós mesmos, não ganhamos nada com isso”, afirma.

Perguntados sobre qual parte do jornal mais gostam, 82% dos entrevistados disseram que são as fotografias; 10% responderam que são as histórias da Lagoa Encantada; 4%, disseram que gostam das informações sobre eventos e 4% não gostam de nada especificamente, mas gostam do jornal.

Sobre o que não gostam no jornal, 68% responderam que é a linguagem “difícil de ser compreendida”, 20% disseram não gostar dos assuntos escolhidos e 12% não responderam.

Em seguida foi perguntado se o morador se identifica com o que é publicado. 62% disseram que não; 30% não souberam responder e 8% disseram que sim. Perguntou-se, então, se eles se sentem representados pelo jornal. 92% responderam que não e 8% disseram não saber responder porque, para eles, “representação é o que se tem através da comunidade”. Como o jornal “não é feito pela comunidade”, não sabem se ele os representa.

Foi investigado ainda se os moradores reconhecem os resultados obtidos através do trabalho do jornal, ao que 100% disseram não.

Diante desses resultados, vale lembrar o que diz Berna (2004), para quem “a opinião pública não é um livro em branco”. Logo, “ao traçar uma política de comunicação ambiental deve-se levar em conta que a opinião pública já dispõe de informações ambientais”. Por isso, “uma política de comunicação ambiental [...] precisa pesquisar a percepção que os diferentes públicos já possuem” (Jornal do Meio Ambiente, 06/07/2004). Somente a partir daí, orienta o autor, deve-se estabelecer que tipo de linguagem e mensagem são mais apropriados, os veículos a serem utilizados e as campanhas prioritárias. É também fundamental a prática de ouvir a população, especialmente através de pesquisas, para avaliar se a política comunicacional

implementada “está sendo eficaz, redefinindo prioridades e aprendendo com os erros” (ibidem).

#### **4. Conclusões**

Um dos equívocos mais comuns em um processo comunicativo é considerar que o sentido da mensagem está na mensagem em si e não nas pessoas que as emitem e recebem. Sobre isso, Berlo (1999) diz que as comunicações não transmitem significados, mas apenas mensagens. Os significados estão no repertório cultural das pessoas que produzem e utilizam as mensagens (fontes e receptores) e não nas próprias mensagens. As palavras escritas “são apenas riscos de tinta no papel” o que, para que haja entendimento, é pouco. É necessário que, além da palavra, existam significações semelhantes entre quem emite a palavra e quem a recebe. Do contrário, estabelece-se a dicotomia: enquanto para a fonte o que importa é o fato de ter transmitido algo, para o receptor isso nada representa, uma vez que não reconhece os signos utilizados. Estabelece-se, então, o vazio da não-comunicação.

Observando-se os dados obtidos nesta pesquisa, pode se concluir que o jornal Em Cantos da Lagoa e o programa de comunicação implantado na APA não têm conseguido construir plenamente a identificação entre fonte e receptores, situando-se no vazio da não-comunicação. O jornal não é lido pelo seu público alvo, que tampouco se sente representado por ele. Logo, em que pese a possível boa vontade dos seus produtores, está distante da capacidade receptiva e afetiva do morador da APA, que, por isso, não se interessa por ele. Comportamento natural se observado que, para haver interesse, é necessário, antes, afinidades. E dificilmente há afinidades onde não há convivência, entendimento ou sequer conhecimento.

#### **Referências:**

- ALBUQUERQUE, E.C.P.T. de. **A Comunicação Impressa em Áreas de Proteção Ambiental-estudo de caso da APA da Lagoa Encantada, em Ilhéus-Bahia.** Dissertação de Mestrado (Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente), PRODEMA/UESC, 2004.
- BAHIA, Governo do Estado. **Diagnóstico do Meio Físico, Biótico e Sócio-econômico da Área de Proteção Ambiental da Lagoa Encantada.** Salvador: SCT/CODETUR, 1996.

- \_\_\_\_\_. **Projeto de Implantação das Áreas de Proteção Ambiental de Itacaré-Serra Grande e Lagoa Encantada e do Parque Estadual do Conduru**. Salvador: SCT, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia**. Salvador: Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo/Bahiatursa, 1994.
- BAHIA, Secretaria da Cultura e Turismo. **Roteiros ecoturísticos da Bahia: Costa do Cacao**. Salvador: A Secretaria, 2000.
- BERENSTEIN, S.G. **Ecoturismo e Comunicação: quem não se comunica, se trumbica**. Salvador: SCT, 2002.
- BERLO, D. **O Processo da Comunicação: Introdução à teoria e à prática** (trad. Jorge Arnaldo Fontes). SP: Martins Fontes, 1999.
- BERNA, V. **Dez mandamentos da Comunicação Ambiental**. *Jornal do Meio Ambiente*. Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.jornaldomeioambiente.com.br>. Acesso em 06/07/2004.
- BORDENAVE, J. Diaz. **Além dos Meios e Mensagens**. 10<sup>a</sup> ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- COSTA, P. C. **Unidades de Conservação: matéria prima do ecoturismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- DENCKER, A. de F. M. ; VIÁ, S. C. **Pesquisa empírica em ciências humanas**. São Paulo: Futura, 2001.
- DIEGUES, A. C. (org.). **Etnoconservação – novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- GOVERNO FEDERAL. **Lei 9.985, de 19 de julho de 2000: Sistema Nacional de Unidades de Conservação**.  
\_\_\_\_\_. PNUD. **Agenda 21**. Brasília, 1992.  
\_\_\_\_\_. **PNAD: Bahia**. Disponível em <<http://www.ba.gov.br>> e <http://www.ibge.gov.br>, acessado em 16/06/2004
- GUIMARÃES, L. **As cores na mídia. A organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- JORNAL EM CANTOS DA LAGOA. Ilhéus: ABARÁ/Gráfica Mesquita, 2002-2004. Quadrimestral.
- LOUREIRO, C.F.B., LAYRARGUES, P. P.; CASTRO, R. S. de (org). **Educação Ambiental: repensando o espaço da cidadania**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MIÈGE, B. – **O Pensamento Comunicacional**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.
- NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2003.
- NOVAES, W. **Agenda XXI Brasileira: Bases para discussão**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2000.
- RAMOS, L. F. A. **Meio Ambiente e Meios de Comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995.
- SUPERINTENDÊNCIA DE ESTATÍSTICA ECONÔMICA E SOCIAL DA BAHIA -SEI. Disponível em <<http://www.ba.gov.br>>, acessado em 3/4/2004.
- VILAS BOAS, S. **Formação e Informação ambiental**. São Paulo: Summus, 2004.