PROPAGANDA E EDUCAÇÃO AMBIENTAL:

UMA ANÁLISE SOBRE AS PROPAGANDAS DE COLETA SELETIVA

José Gleisfan Da Silva Nascimento[1]; Jufhaylla Santos Sousa[2.]

[1]Bacharel Licenciado em Ciências Sociais – UFPI e Graduando em Gestão Ambiental – IFPI. e-mail: gleisfam@hotmail.com

[2]Graduanda em Tecnologia em Geoprocessamento – IFPI. e-mail: fainha-Sousa@hotmail.com

RESUMO: A mudança de hábitos e as necessidades da sociedade moderna provocaram um aumento significativo na quantidade de resíduos sólidos produzidos diariamente, gerando um problema Ambiental e social. Neste sentido, as ações e políticas públicas voltadas para a Educação Ambiental se tornam possibilidades para a minimização da problemática relacionada ao consumo e descarte de resíduos sólidos. O presente trabalho tem como objetivo investigar a percepção e a participação de população de Teresina na política municipal de coleta seletiva dos resíduos sólidos domésticos, analisando, através de entrevistas e questionários, de que forma as campanhas de informação a respeito da coleta seletiva chega à população, uma vez que os moradoras/consumidoras relatam que falta divulgação nos meios de Comunicação, enquanto que para a Secretaria do Meio Ambiente (SEMA) de Teresina as campanhas que são realizadas são suficientes.

Palavras-chave: Comunicação. Educação Ambiental. Políticas públicas. Resíduos sólidos.

ISBN 978-85-62830-10-5
VII CONNEPI©2012

1. INTRODUÇÃO

Com o crescimento demográfico, a urbanização e a industrialização em larga escala, aumenta a utilização dos recursos naturais para produção de bens de consumo e, consequentemente, aumenta o volume de resíduos. Diante desta problemática, algumas propostas se apresentam como ponto de convergência entre ambientalistas e atores de outros campos sociais, entre ela destacamos: a necessidade de ações de Educação Ambiental e manejo de resíduos sólidos.

Entendemos que a Educação Ambiental funciona como ferramenta para a sensibilização e diminuição dos impactos que os hábitos de consumo e descarte de resíduos sólidos produzem no meio ambiente, desencadeando mudanças significativas na relação do indivíduo com a natureza, contribuindo para a minimização os problemas ambientais que já fazem parte do cotidiano de todos.

Neste contexto a Comunicação através dos mecanismos de propaganda Ambiental torna-se relevante quando se percebe que a sociedade e a natureza estão em um momento flagrante de contradição. De um lado observam-se avanços tecnológicos e desenvolvimento econômico, e por outro o desemprego, a poluição, o desmatamento e outros problemas ambientais gerados pela relação equivocada do homem com a natureza. Por isso, entende-se que é importante discutir a Comunicação através de propaganda no seu potencial para iniciativas na área da Educação Ambiental, como uma possibilidade da construção de novos valores em relação à sociedade, especialmente em relação ao consumo e ao descarte de resíduos.

Esse estudo tem como objetivo investigar a percepção e a participação dos transeuntes do centro da cidade de Teresina sobre a política municipal de coleta seletiva dos resíduos sólidos domésticos, principalmente no que concerne aos stands e recipientes de recolhimento destes resíduos instalados pela prefeitura municipal no centro da capital. Questionamos qual tem sido o papel do Poder Público no processo de sensibilização da sociedade para com os problemas ambientais.

Diante desse contexto, interessa saber como as estratégias e discursos de Educação Ambiental da Prefeitura Municipal de Teresina em relação à coleta seletiva dos resíduos sólidos domésticos estão sendo apropriados pelos transeuntes do centro da capital.

Em relação à coleta dos resíduos sólidos domésticos, atualmente, é a Secretaria do Municipal do Meio Ambiente (SEMAM) que se responsabiliza pelo recolhimento. A prefeitura terceiriza o serviço através da empresa denominada Quality, a qual faz o recolhimento dos resíduos urbanos domiciliares secos e orgânicos da cidade de Teresina (PI). Os resíduos orgânicos são destinados ao aterro sanitário e os resíduos secos tirados são vendidos para empresas recicladoras.

1. 1 Comunicação e educação ambiental.

De acordo com Carvalho (2008), as atitudes são predisposições para que o indivíduo se comporte de tal ou qual maneira, e assim podem ser preditivas de comportamento. O comportamento são as ações observáveis, efetivamente realizadas, e podem estar ou não de acordo com as atitudes do sujeito. Assim, os sujeitos podem se comportar frequentemente em dissonância total ou parcial em relação a suas atitudes. Determinada pessoa pode cultivar uma atitude ecológica, mas, por vários motivos, seguir mantendo hábitos e comportamentos nem sempre em conformidade com esses ideais.

Assim, as atitudes podem ser consideradas a intenção de se comportar de uma determinada maneira que pode ser desempenhada ou não dependendo da situação, e o comportamento é a realização da ação. Mudanças de atitudes dos indivíduos podem demorar algum tempo para causar mudanças no comportamento. Para Carvalho deve-se:

> [...] considerar o comportamento uma totalidade capaz de expressar as motivações dos indivíduos e acreditar que é possível submeter à vontade deles e produzir transformações destas motivações mediante um processo racional, o qual se passa no plano do esclarecimento, do acesso a informações coerentes e da tomada de decisões racionais, baseadas em uma relação de custo-benefício para o sujeito (Carvalho, 2008, p.183).

É preciso ter em mente que o ambiente em que o indivíduo está inserido impacta suas atitudes. Conforme Bock; Furtado e Teixeira (2002) o comportamento não pode ser entendido como uma ação isolada de um sujeito, mas, sim, como uma interação entre aquilo que o sujeito faz e o ambiente onde o seu fazer acontece.

De acordo com Bock; Furtado e Teixeira (2002, p. 137), “nós não tomamos atitudes (comportamentos, ação), nós desenvolvemos atitudes (crenças, valores, opiniões) em relação aos objetos do meio social.” As atitudes sendo influenciadas pelas crenças, valores, sentimentos positivos ou negativos, podem ser modificadas a partir de novos conhecimentos adquiridos pelos sujeitos.

Enfim, tendo em vista o agravamento dos problemas ambientais e o distanciamento de soluções para os impactos negativos do meio ambiente, o desafio que se impõe é desenvolver ações para intervir na relação homem-natureza, fazendo com que o sujeito perceba a importância de diminuir os impactos que a vida humana deixa. Hoje a Educação Ambiental pode se utilizar de inúmeros instrumentos de Comunicação na ação transformadora da sociedade. Na sociedade contemporânea as ações planejadas de Comunicação para Educação Ambiental são essenciais para a construção de cidadãos conscientes, responsáveis e atuantes na sociedade que estão inseridos. E neste contexto é imprescindível compreender o papel da propaganda para a informação Ambiental.

Estratégias de Comunicação para a Educação Ambiental podem ser adotadas como mais uma ferramenta para atuar na redução da degradação Ambiental do planeta, buscando aproximar o indivíduo com o meio ambiente, através da reflexão crítica de seu comportamento. Neste

sentido, é preciso estar atento às formas de reconhecimento de sentidos dados pelos públicos-alvo aos processos de Educação Ambiental.

A partir dos teóricos acima se pode concluir que estudar processos comunicacionais é observar basicamente elementos culturais, onde a Comunicação surge no universo humano como uma necessidade de entendimento essencial ao ser humano para sua sobrevivência. O sentido da mensagem acontece com o receptor. Ele a decodificará através da interpretação do que lhe é colocado com o que ele tem armazenado no seu repertório cultural, onde sua experiência vivida dá origem ao sentido que irá produzir. É essencial que estes pressupostos comunicacionais sejam levados em conta em qualquer processo educativo, especialmente aqueles relativos à interação entre seres humanos e natureza.

2. MÉTODO

O município de Teresina está localizado à margem direita do Rio Parnaíba, na porção do médio curso dessa bacia hidrográfica, onde recebem as águas de um de seus principais afluentes, o rio Poti. As coordenadas geográficas são 5º05’12”, latitude sul, e 42º48’42”, longitude oeste.

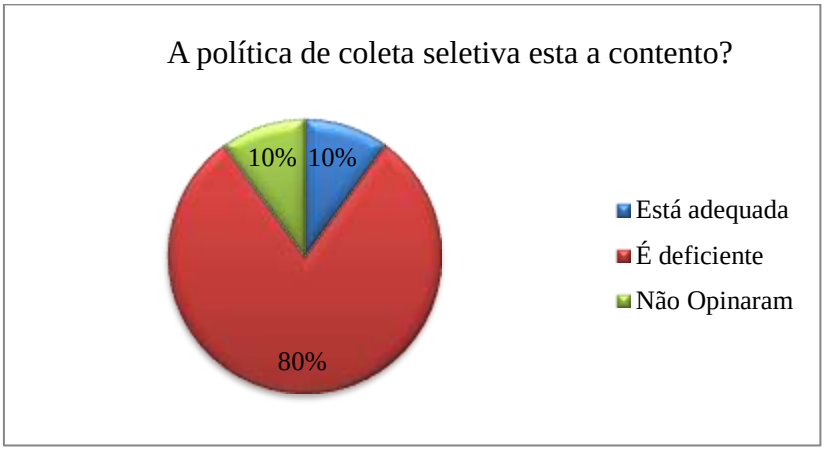
Teresina ocupa uma área de 1.809 km2. A zona urbana tem 248,47 km2 e a zona rural 1.560,53 km2, correspondendo, respectivamente, a 13,7% e 86,3% de sua área total. No contexto do Estado do Piauí, o município representa o equivalente a 0,72% de sua área total.

Para o desenvolvimento desta investigação, optou-se por um estudo exploratório e descritivo de viés qualitativo, por meio de pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio de consulta em livros e artigos científicos. A pesquisa de campo foi desenvolvida por meio de entrevistas semi-estruturadas. Estas duas técnicas possibilitam compreender como a política pública de Educação Ambiental para coleta seletiva está sendo apropriada pelos moradores/consumidores de Teresina. Os dados obtidos nas entrevistas e no grupo de discussão foram gravados, e depois de transcritos na íntegra para qualificar a descrição e as análises.

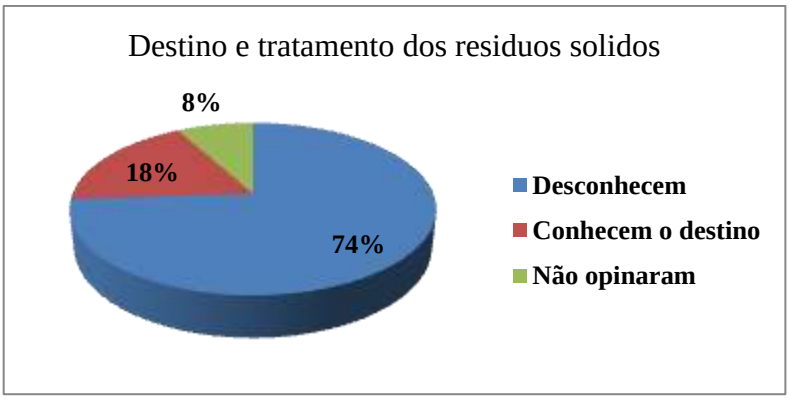
Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo qualitativa. A partir da transcrição, foi realizada a organização do material a ser analisando com o objetivo de sistematizar as ideias iniciais. Logo após, foi feita uma leitura dos dados coletados com a intenção de conhecer o texto e definir categorias que sintetizassem e destacassem as informações fornecidas para a análise. Em seguida, partimos para a análise e tratamento dos dados de modo a inferir e interpretar as informações coletadas. .

3. RESULTADOS E DISCURSSÕES

No que tange às percepções sobre a coleta seletiva, verificou-se que, das 50 entrevistadas, apenas 4 afirmaram que a coleta esta adequada está adequada. 32 consideram que existem problemas como falta de campanhas informativas e poucas ações educativas, falta de divulgação pelos meios de Comunicação e pouca frequência de recolhimento, 4 pessoas não opinaram.



Em relação ao tratamento e destino dos resíduos sólidos, constatou-se que as opiniões convergem quanto à falta de informação sobre destino e tratamento dos resíduos. Apenas 37 entrevistados comentaram que desconhecem como é o trabalho no aterro sanitário. 9 Apenas sabiam o destino final dos resíduos e 4 não opinaram.



Verificou-se que todas as informantes possuem a preocupação com a preservação do meio ambiente, se preocupam em consumir produtos mais ecológicos, bem como, concordam que existe relação do consumo com os problemas ambientais.

No que se refere às ações de Educação Ambiental na cidade de Teresina, a grande maioria dos entrevistados mostraram desconhecer, apenas 5 manifestaram ter conhecimento de que a SEMAM realiza ações de Educação Ambiental nas escolas e visitas ao aterro sanitário, mas este conhecimento se deve ao fato de participarem de projetos de Educação Ambiental na cidade.

Com relação à busca de informações, apenas uma pequena parcela dos entrevistados procura informações sobre as questões ambientais. No entanto, todos são unânimes em afirmar que o principal problema da coleta seletiva é o comportamento das pessoas, porque não possuem o costume de separar ou não tem interesse, pois não relacionam os problemas ambientais com seus hábitos cotidianos.

Ao abordarmos qual seria o meio de comunicação mais adequados para deixar os moradores informados sobre os resíduos sólidos, mitos apontaram os seguintes meios: jornais (12%), rádios (10%) e televisão (38%). Percebe-se desta forma que a televisão apresenta-se como meio de comunicação determinante para, neste caso, o desenrolar das políticas públicas de coleta de resíduos sólidos.

Por fim, em relação aos hábitos de separação dos resíduos, algumas dos entrevistados relataram que começaram a fazer a separação há pouco tempo. Esta mudança de hábito ocorreu por meio das informações da campanha da coleta seletiva, por incentivo de conhecidos e através do convívio na Universidade. Desta forma, as atitudes segundo os entrevistados, foram sendo modificadas e influenciadas através das relações sociais. Portanto, como bem menciona Bock, Furtado e Teixeira (2002) as atitudes se desenvolvem em relação aos objetos do meio social e estas atitudes podem ser modificadas a partir de novos conhecimentos adquiridos pelos sujeitos. Nesse sentido, os autores explicam que o comportamento não pode ser isolado e sim uma interação entre aquilo que o sujeito faz e o ambiente onde o seu fazer acontece.

O estudo mostra que os entrevistados podem desenvolver novos comportamentos, se influenciados por sentimentos de preservação Ambiental e práticas correlativas. Pode-se perceber esse pensamento quando algumas dos entrevistados relataram que são consumidores conscientes e procuram adquirir somente o necessário, mas, às vezes, acabam adquirindo produtos que não são necessários.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mudança de atitude e comportamento dos atores sociais é fundamental para as ações de Educação Ambiental que visem estimular a mudança de valores individuais e coletivos. Para Sorrentino, et al (p. 287, 2005) "a Educação Ambiental pode contribuir para formar a coletividade". Mas para isso, precisa pensar não somente em ações isoladas, mas no coletivo. Este pensamento é parte da lógica da complexidade exposta por Morin (2003, p. 37) quando afirma que "o todo tem qualidades ou propriedades que não são encontradas nas partes, se estas estiverem isoladas umas das outras, e certas qualidades ou propriedades das partes podem ser inibidas pelas restrições provenientes do todo.".

Assim, e com base nos dados obtidos, chegamos às seguintes conclusões: os entrevistados, apesar de conhecerem os problemas ambientais, ainda não estão desenvolvem práticas de educação ambiental devido à, segundo eles, falta de estímulo. Apesar de alguns do entrevistados se preocuparem o a separação e descarte dos resíduos, desconhecem ou não se preocupam com o que acontece depois do descarte dos resíduos, acreditando que apenas separando e consumindo poucas embalagens estarão realizando a sua parte.

Portanto as estratégias de informação junto às moradores/consumidores de Teresina não estão sendo eficientes, eles até separam os resíduos, mas na hora do descarte final a maioria delas desconhece a destinação e tratamento do mesmo. Em relação às ações de Educação Ambiental realizadas pela Prefeitura Municipal e como são planejada, a maioria dos entrevistados não possui conhecimento, dessa forma as estratégias de divulgação que a prefeitura utiliza para informar os moradores/consumidores de Teresina não estão sendo eficientes.

As ações de Educação Ambiental podem vir a contribuir para a construção de um sentimento de cidadania mais intenso, além de fortalecer a responsabilidade em relação à separação de resíduos sólidos se os moradores perceberem que as ações de consumo e descarte estão diretamente relacionadas com os problemas ambientais. Porém, somente ações individuais não seriam suficientes para sensibilizar os moradores a participarem da coleta seletiva. Mudanças mais significativas devem ser realizadas através de políticas de Comunicação Ambiental elaboradas coletivamente, já que os problemas da coleta seletiva não são somente uma responsabilidade do poder público e nem somente dos moradores/consumidores, constituindo-se em um dever coletivo.

5. REFERÊNCIAS

- BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia**. 13ª. São Paulo: Ed. Saraiva 2002.
- CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Invenção e auto-invenção na construção psicossial da identidade: a experiência constitutiva do educador Ambiental** In GUIMARÃES, Mauro (org.). **Caminhos da Educação Ambiental: da forma à ação.** São Paulo: Ed. Papirus, 2006. p.31-50.
- _____, I. C. M. **Subjetividade e sujeito ecológico: a dimensão psicossocial da ecologia.** In: Ferraro Jr., L. A.. (Org.). Encontros e Caminhos: formação de educadoras (es) ambientais e coletivos educadores vol.2. 1 ed. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2007, v. 2, p. 256-272.
- _____, Isabel Cristina de Moura. **Educação Ambiental: a formação do sujeito ecológico.** 4ª ed. São Paulo: Ed. Cortez, 2008.