

A Fanpage do Ministério do Meio Ambiente no Facebook como veículo de promoção da educação ambiental

Bárbara Henriques

Sibila Rocha

Introdução

A partir de uma das principais contribuições de Marshall McLuhan, que aponta que o meio exerce influência sobre o conteúdo das mensagens, “porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas” (McLuhan, 1964, p.23), aliada às mais variadas possibilidades midiáticas que existem atualmente, percebe-se que estamos diante de uma nova era nas pesquisas de comunicação, na qual os meios passam a interagir com a sociedade, saindo da condição do modelo linear de comunicação (emissor – mensagem – receptor), para configurar uma influência global e mútua, composta pelos mais diversos meios da sociedade: tecnologia, mídias e instituições. Isto posto, o tema desta pesquisa é a gestão de redes sociais e a educação ambiental, com um olhar sobre a fanpage do Ministério do Meio Ambiente no *facebook*.

Compreende-se a realidade das redes sociais como um espaço privilegiado para abordar as perspectivas das questões ambientais, especialmente em virtude da participação ativa dos sujeitos, por exemplo, a velocidade das informações, o contato com os produtores das notícias, a possibilidade de interação e geração de conteúdo a partir das mesmas, se comparadas à outras mídias. Assim, sinaliza-se como relevante uma investigação sobre as práticas organizacionais governamentais nas mídias digitais, buscando identificar estratégias de comunicação construídas pela instância da produção que publicizadas resultam em novas configurações entre o campo da mídia e do meio ambiente.

Nesse sentido, a abordagem dos fenômenos de comunicação exige reflexões teóricas e empíricas para dar conta da complexidade da ambiência de uma sociedade midiaticizada e tecnológica. Este cenário é insumo para a questão norteadora desse estudo: De que forma são construídas as estratégias de comunicação, em organizações governamentais, nas redes sociais? Decorrente dessa grande questão de pano de fundo, outras problemáticas demandam do tema: a) Que estratégias de comunicação são identificadas na fanpage do Ministério do Meio Ambiente? b) As estratégias de comunicação identificadas na fanpage do Ministério do Meio Ambiente criam vínculos entre emissor e receptor? c) De que forma os fluxos comunicacionais oriundos do processo de midiaticização da fanpage do Ministério do Meio Ambiente são incorporados e resultam em novas configurações entre o campo da mídia e do meio ambiente?

Esse estudo justifica-se na medida em que engendra estratégias de comunicação, comunicação organizacional e redes sociais na perspectiva de refletir sobre o processo de aproximação de uma entidade governamental de temática ambiental com seu público.

Há pesquisas¹ nas Ciências Humanas e Sociais que concentram seus estudos neste eixo e que servem de base para o entendimento desta temática: sociedade midiaticizada, comunicação organizacional e redes sociais, entretanto agregar

1 Além dos autores que referimos no item “4 Quadro Teórico de Referência”, pesquisando em sites acadêmicos, figuram nomes como Gabriela Zago (2008), Maria José da Costa Oliveira (2008), Anabela Carvalho (2013), entre outros.

a temática meio ambiente à essas categorias conceituais, propõe um olhar renovado e inusitado para o contexto comunicacional.

Acredita-se que os temas ambientais encontram suas justificativas na urgência que o mundo tem por mudanças de conceitos e hábitos do ser humano e que a informação e a comunicação é o caminho que leva à tais mudanças de paradigmas. Então, pressupõe-se que, no contexto da comunicação contemporânea, no qual, a interatividade é a principal característica da relação entre as mídias e a sociedade em geral, viabilizar um espaço de integração é de extrema importância para o entendimento das relações entre o campo da mídia com o campo ambiental².

Também, considera-se como relevante a preocupação com a responsabilidade social embutida nesse estudo, que de certa forma reflete-se em um discurso com um teor de cidadania, na medida que afeta, em todas suas dimensões, um campo social – ambiental – recorrente para a qualidade de vida do mundo contemporâneo.

O objetivo principal dessa pesquisa é compreender o modo como se constrói as estratégias de comunicação a partir da comunicação organizacional governamental na ambiência da internet através da fanpage do Ministério do Meio Ambiente. Deste modo, mapeou-se o conteúdo da fanpage do Ministério do Meio Ambiente no facebook no período do mês de junho de 2018, buscando identificar as estratégias de comunicação utilizadas pelo MMA; categorizar os modos de endereçamento das estratégias de comunicação utilizadas pelo Ministério do Meio Ambiente e identificar os fluxos de comunicação oriundos do processo de midiatização da fanpage do Ministério do Meio Ambiente que são responsáveis pelas relações/tensões entre o campo da mídia e do meio ambiente.

2 Conforme Bourdieu (2002), o campo é um espaço dinâmico onde acontecem as relações entre os indivíduos, grupos e estruturas sociais, satisfaz suas próprias regras e é norteado através das disputas ocorridas em seu interior, “é um universo social particular constituído de agentes ocupando posições específicas dependentes do volume e da estrutura do capital eficiente dentro do campo considerado.”

QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Os conceitos teóricos desse artigo fundamentam-se nos modos como são construídas as estratégias da comunicação organizacional governamental nas redes sociais, mais especificamente no Facebook, maior e mais importante mídia social do mundo, atualmente. (BRASIL, 2014) Essas categorias conceituais são cotejadas na temática meio ambiente na fanpage do Ministério do Meio Ambiente.

Refletir sobre estas questões remete, necessariamente, ao conceito de contrato de leitura, aqui pensado à luz de Eliséo Verón (2004). Os modos como são dadas as estratégias de contrato partem do pressuposto do entendimento conceitual de vínculo. Entre as discussões sobre o tema existem muitos autores que nomeiam este processo de “contrato de leitura e/ou comunicação”. Tal entendimento foi embrionário com Umberto Eco, que refere que o autor escreve para um público pré-existente, o “leitor-modelo”, formulado a partir de características específicas, como nível intelectual, classe social, cultura, espaço geográfico, entre outros. Umberto Eco, descreve que o autor estabelece as marcas de como o leitor deve se comportar diante do texto, para acompanhar gerativamente o que for narrado.

Para Eco, existem textos que demonstram claramente para que público é destinado, não abrindo muitos espaços para interpretações, este é denominado texto-fechado. Ainda, o autor cita a existência do texto-aberto, no qual o autor decide até que ponto deve controlar a cooperação do leitor, abrindo espaço para inúmeras possibilidades interpretativas e indica que para isso ocorrer, cabe ao sujeito possuir sua própria carga de conteúdo continuamente atualizada. “Antes de mais nada, como cooperação textual não se deve entender a atualização das intenções do sujeito empírico da enunciação, mas as intenções virtualmente contidas no enunciado”. (ECO, 1987, p.46)

Eliseo Verón, se apropria deste leitor-modelo, apresentado por Umberto Eco e propõe um contrato de leitura, no qual implica que o discurso de um suporte de imprensa seja espaço imaginário onde percursos múltiplos são indicados ao leitor, em um cenário, de alguma maneira, na qual o leitor pode escolher seu

caminho com mais ou menos liberdade. Para Veron, o discurso é um espaço habitado, cheio de atores, de cenários e de objetos,

O conceito de contrato é uma espécie de espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor, paisagens onde o leitor pode escolher um caminho mais ou menos de liberdade, onde zonas nas quais ele possa se perder, ou seja, perfeitamente balizado. Ao longo da estrada, o leitor encontra personagens diversos que lhe propõem atividades várias, através das quais se vêem possíveis traços de relações, segundo as imagens que estes lhes passam. (VERÓN, 2004, p. 216)

O autor aponta que é preciso avaliar as reações do sujeito diante de suas leituras e suas escolhas diante dela. Também, Eliseo Veron aborda a questão da sociedade midiaticizada, em que os contratos de leitura são estabelecidos na chamada inicial dos veículos de comunicação, onde o leitor tem seu primeiro contato com a publicação e onde já se pode encontrar os traços do estilo próprio de cada veículo e suas posições diante dos acontecimentos. Para Verón, o sujeito é participante ativo do processo de discurso, pois “sem sujeito não há discurso e sem discurso, não há sentido. Essa visão demonstra o quanto é importante a relação indivíduo e fala”. (FAUSTO NETO, 2010, p.6)

Ainda, cabe citar que a comunicação midiática tem relação com duas instâncias, a de produção e a de recepção, onde à instância de produção cabe a função de produzir informação e a de instigar o desejo de consumir tal informação.

Na instância de recepção, leva-se em consideração o público e suas particularidades, sempre tendo em conta que tal público não é global, único e se diferencia bastante em relação a uma gama complexa de elementos que os compõem, como contextos sociais, dispositivos que utilizam para receber as informações, idade, gênero, enfim.

E, por existir a concorrência pelo público, por parte das instituições midiáticas, as estratégias de comunicação utilizadas são bastante distintas, muitas vezes colocando em risco a credibilidade de tais instituições.

Comunicação Organizacional no ecossistema midiaticado

Nesse sentido, o estudo entende a comunicação organizacional a partir da inquietação gerada pelo fenômeno da midiaticação, que considera não apenas a base técnica na qual as mídias estão inseridas, mas também como se situam as relações sociais a partir de tais tecnologias. Segundo Sodré (2002), os novos meios de comunicação influenciam a sociedade não apenas de maneira normativa, mas também sensorial e emocional, operando como um novo dispositivo de consciência,

Como pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos supostamente de natureza ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o gosto médio, estatisticamente determinado. (SODRÉ, 2002, p.6)

E, deste modo, a partir do conceito de ecossistema midiático, Canavilhas (2011, p. 13) indica que ecossistema midiático é “todo o complexo sistema de relações entre os meios de comunicação”.

Para o autor, as redes sociais transformam a internet em um dispositivo de comunicação mais poderoso que os meios tradicionais, uma vez que comportam diversos formatos de mensagens, tem um alcance global, possibilitam que as informações sejam personalizadas, “dando ao utilizador a sensação de que é ele quem controla todo o processo (interatividade) e escapam do controle dos media tradicionais”. (CANAVILHAS, 2009, p. 10)

Isto posto, percebe-se que o processo de midiaticação afeta os métodos comunicacionais na medida em que invade-os com suas características. Nesse sentido, ressalta-se sobre as diversas possibilidades que as novas tecnologias dos suportes midiáticos trouxeram para o campo da comunicação social. Barichello (2009, p. 349) elucida que as novas tecnologias voltadas às mídias digitais “possibilitam o aumento das proposições do público, pois não se trata apenas de um sujeito receptor, mas, também, de um sujeito capaz de construir seus próprios espaços de atuação”.

Transpondo esses conceitos para o universo da comunicação organizacional, Barichello (2009) indica que a comunicação organizacional concentra-se nos processos comunicacionais constituídos entre as organizações e seus públicos, ou seja, verifica-se que a mesma não se distancia, nem se descola do ambiente social em que vive e que deve, a partir das relações possibilitadas com o advento da internet, pensar estrategicamente suas ações.

Conectada à essa pesquisa busca-se traçar uma linha histórica da Comunicação Governamental, percorrendo o caminho da mesma e chegando aos dias de hoje. Segundo Torquato (2009), a prática da comunicação governamental está baseada em cinco ciclos: O Ciclo Vargas, que compreendeu as principais manifestações, priorizando a comunicação para as massas e assumindo um discurso voltado para o marketing político, com o reforço da ideia de que Getúlio Vargas era o “pai dos pobres”. Já no Ciclo Kubitschek, projetou-se na figura do presidente qualidades como a alegria e a simpatia, buscando uma identificação com a sociedade a fim de divulgar o Plano de Metas para a população, a comunicação baseava-se em estratégias de mobilização para a divulgação de ações governistas. Também, o Ciclo Janista projetou a idéia de descontração do presidente a fim de reforçar a empatia e a ideia de compromisso com a população. Distinto dos ciclos anteriores, o Ciclo Militar buscou a centralização da comunicação, norteados pelos ideais de segurança e desenvolvimento do país. (TORQUATO, 2009)

No governo do presidente Geisel, a comunicação deixa de se pautar no marketing e passa a incorporar o aspecto jornalístico, no momento em que a democracia começa a ser mencionada como opção de governo e o que é dito através do governo não ecoa tanto na sociedade. Em 1984, o movimento “Diretas Já”, utilizou-se das informações geradas pelos governos e jornais para a concepção do senso crítico em relação à forma de gestão do Brasil. E, para finalizar esse percurso histórico, chega-se ao Ciclo da Redemocratização com José Sarney, que cria uma Comissão de Comunicação destinada à criação e campanhas e diálogos com a sociedade, que nos governos seguintes (Collor, Itamar Franco, Fernando Henrique, Lula e Dilma) buscaram fortalecer as estruturas de divulgação de informação de caráter público, criando uma agenda de prestação de contas para a sociedade. (TORQUATO, 2009)

Hoje, com o advento da Internet, a comunicação organizacional também é afetada e reconfigura seus modelos/fluxos comunicacionais para um cenário em que as informações são transmitidas cada vez mais rapidamente, redefinindo o papel de Estado na sociedade e gerando uma “pressão” pela eficiência do setor Público.

A Comunicação Governamental é inserida no conceito de comunicação organizacional à medida que envolve diversas perspectivas de atuação em seu sistema, pois além das questões mercadológicas que a envolvem, ainda conta com um fluxo de comunicação oriundas da necessidade da convergência midiática e dos profissionais da área das relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda. Portanto, refere-se ao conjunto de atividades interligadas dedicadas a manter informados os segmentos sociais sobre as iniciativas do Governo, quanto a compreender os anseios, as necessidades, críticas e satisfações do meio social (BUENO, 2003).

Também Brandão (2009) infere que a comunicação organizacional deve ser instrumento de construção de agenda pública, para que sirva de canal de prestação de contas e possa instigar, deste modo, o debate político, agindo como forma de produção de ideias e metas do Governo e como ferramenta de estímulo para os públicos de interesse.

E ainda, com relação às mídias sociais, o contributo para as organizações governamentais, é que podem servir como mediadoras do público com o órgão, com uma velocidade maior no *feedback*, pois, uma vez que existe um canal de sugestões, reclamações, elogios, existe a aproximação do Estado com a sociedade, criando-se uma ambiência favorável ao diálogo e à interatividade – uma das particularidades mais importantes da internet - evitando assim, a centralização de informações.

Educomunicação e Meio Ambiente

A educomunicação tem função indispensável em relação à mitigação das problemáticas ambientais, pois a partir do momento que utiliza-se de ferramentas midiáticas pode exercer o papel de informar, sensibilizar e conscientizar a população acerca do meio ambiente. Hannigan (2009) demonstra a relevân-

cia de se pautar temas ambientais na mídia, ao inferir que “sem a cobertura da mídia, as possibilidades que um problema prévio possa entrar em uma arena do discurso público ou se tornar parte do processo político, são bastante reduzidas” (2009, p.121).

O aprofundamento das exigências em relação à gestão dos recursos naturais na sociedade em geral e, no caso desse estudo, nas organizações, trouxeram a necessidade de organizar, informar e conscientizar os mais diversos públicos da sociedade acerca dessa temática,

As relações sociais envolvem sempre um emissor, um receptor e seus efeitos recíprocos um no outro à medida que se comunicam. Então, se todos os elementos que compõem o processo comunicativo (emissor, canal, mensagem, receptor, efeito) estão inseridos num mesmo contexto social, condicionados ao universo cognitivo de cada pessoa que emite e recebe mensagens e a todo um conjunto de fatores internos e externos, pode-se deduzir que todos os elementos do processo comunicativo sofrem interferências. (FOSSÁ, 2013, p.36)

Deste modo, uma vez que, segundo a autora, todas as partes do processo comunicativo sofrem interferências e estão em relação, acredita-se que a abordagem da temática ambiental pelas organizações políticas através das redes sociais, pode gerar um fluxo comunicacional fundamental para o reconhecimento das questões voltadas ao meio ambiente pela sociedade.

Ainda, Castells (1996) entende que a comunicação em rede propicia uma interação descomprometida, uma vez que perde-se o “peso” das questões sociais, oferecendo assim, um valioso espaço para trocas de informações e debates, que geram um *feedback* bastante rico a ser avaliado pelos políticos.

METODOLOGIA

Compreende-se metodologia como um mecanismo que vai sendo elaborado durante a pesquisa de acordo com as especificidades de cada problema/objeto. Trata-se do desenvolvimento contínuo de estratégias e lógicas que permitem

que o pesquisador se acerque daquilo que está investigando. Também, tem-se o entendimento de que os métodos não são fixos, mas se alteram e se ajustam conforme os objetos, aplicando-se às problemáticas analisadas.

Para dar conta dessa proposta de pesquisa, utiliza-se duas abordagens metodológicas: a metodologia observacional qualitativa (GIL, 2008, RECUERO, 2014) e uma análise das estratégias de visibilização da narrativa ambiental proposta pelo Ministério do Meio Ambiente para a rede social *facebook*.

Os dados estudados foram colhidos através da metodologia da semana composta, pois avaliamos que deste modo conseguimos obter um conteúdo mais heterogêneo, uma vez que percebemos que as postagens realizadas na *fanpage* do MMA tendem a seguir uma continuidade dos temas expostos. Iniciou-se a análise a partir do dia 20 de maio de 2018 (domingo), completando sete semanas e finalizando-se as pesquisas no dia 1 de julho de 2018 (domingo).

As postagens foram estudadas a partir de uma proposta de categorização temática, resgatando o papel educador (educomunicação) do *facebook* do Ministério do Meio Ambiente, a saber: informar, sensibilizar e conscientizar.

Processos observacionais qualitativos

Utiliza-se a metodologia observacional simples com o objetivo de coletar os dados necessários para essa pesquisa, Gil (2008, p. 100), indica que “a observação apresenta como principal vantagem, em relação a outras técnicas, a de que os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediação. Desse modo, a subjetividade, que permeia todo o processo de investigação social, tende a ser reduzida.”

A observação simples infere que o pesquisador fique alheio à comunidade, como uma espécie de espectador, observando o processo de comunicação de maneira espontânea, contudo, requer um plano científico, pois além de levantar os dados, também os coleta e os interpreta, exigindo assim, uma sistematização e um controle no processo. (GIL, 2008)

Dentre as inúmeras vantagens encontradas neste tipo de metodologia, destaca-se a obtenção de dados “sem produzir querelas ou suspeitas nos membros das comunidades, grupos ou instituições que estão sendo estudadas”, dimi-

nuindo assim a chance de que algo seja modificado na estrutura da *fanpage* do Ministério do Meio Ambiente e possibilitando uma análise bastante apurada da realidade.

Durante a observação verificou-se exemplos emblemáticos e anotações sobre a forma como o MMA utiliza-se da rede social *facebook*.

Categorização de Eixos Temáticos

As análises desse estudo são baseadas na identificação de categorias temáticas percebidas na página do Ministério do Meio Ambiente no *facebook*. Essa possibilidade de identificação de textos midiáticos que produzem sentidos foi respaldada em estudos teóricos que abordam estratégias midiáticas, vínculos entre emissor-receptor e contratos de leitura. A proposta do modelo tridimensional de Fairclough (1992), o qual baseia o discurso em três pilares principais: texto, prática discursiva e prática social, respalda a intenção dessa pesquisa.

Segundo o autor, o texto busca os aspectos práticos e estruturais da análise linguística. Já, as práticas discursivas e sociais, se inserem em um nível interpretativo do texto. Acredita-se que, por fundamentar essa proposta de estudo nos possíveis sentidos que o MMA embute em seu discurso, busca-se categorizar a análise a partir da instância da produção de sentidos, mesmo que se tenha consciência da impossibilidade de dissociar forma e significado, Fairclough ilustra que,

O objetivo é especificar as relações e as estruturas sociais e hegemônicas que constituem a matriz dessa instância particular da prática social e discursiva; como essa instância aparece em relação a essas estruturas e relações (é convencional e normativa, criativa e inovadora, orientada para reestruturá-las, opositivas, etc.?) e que efeitos ela traz, em termos de sua reprodução ou transformação? (FAIRCLOUGH, 1992, p.290)

Deste modo, compreende-se que o conjunto de técnicas de pesquisa utilizadas pode-se tornar uma eficiente matriz metológica para alinhar as questões abor-

dadas neste projeto: Estratégias de comunicação, comunicação organizacional, comunicação governamental, redes sociais e comunicação ambiental.

Objeto empírico: *fanpage* do Ministério do Meio Ambiente no *facebook*

A comunicação do Ministério do Meio Ambiente fica a cargo da Assessoria de Comunicação Social, que tem a compromisso de divulgar a imagem, a missão, ação e os objetivos do ministério (BRASIL, 2014b). É estruturada a partir de cinco áreas principais: a imprensa, responsável por atender a imprensa e por produzir conteúdos; eventos e cerimonial, responsável pela organização de eventos do Ministério e acompanhamento do ministro em reuniões internas e externas; publicidade, responsável pela produção e monitoramento do material que abrange a identidade visual, bem como a produção de campanhas e ações do Ministério; portal, intranet e redes sociais, responsável pela gestão do conteúdo e monitoramento produzido; e por fim, comunicação interna, responsável por articular e divulgar informações institucionais aos servidores.

Este projeto estuda especificamente a fanpage do MMA no facebook, que existe desde o ano de 2012 e conta com 535.644 (visto no dia 10 de setembro de 2018).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O conjunto dos dados analisados foi organizado a partir de sentidos e significados percebidos na narrativa do Ministério do Meio Ambiente na página do *facebook*, estruturados a partir de três eixos temáticos denominados pelo estudo como categorias de: informação, sensibilização e conscientização.

No período compreendido pela semana composta, do dia 20 de maio ao dia 7 de julho, foram realizadas 17 postagens na *fanpage* do Ministério do Meio Ambiente no *facebook*.

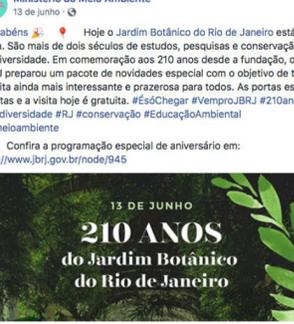
Categoria de Informação:

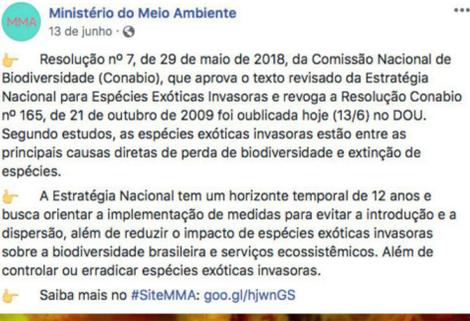
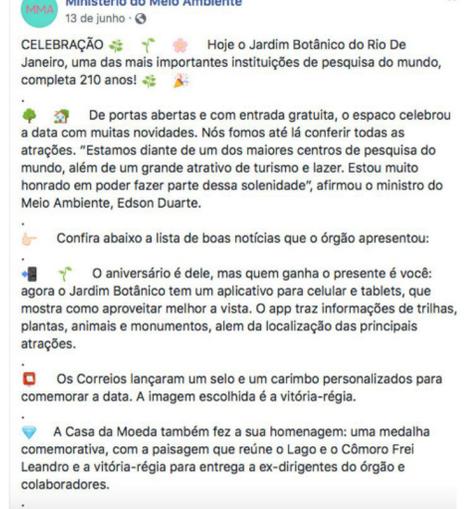
Entende-se como informação, o conjunto de dados e conhecimentos organizados. Com um caráter mais técnico, torna-se pública a partir do momento em que os meios a divulga, seja em modo de notícia ou de publicidade.

Assim, foi identificado que a grande maioria das postagens divulgadas encaixa-se nesta categoria, pois buscam informar os seus seguidores acerca das ações

do Ministério do Meio Ambiente. Foi incluído nesta categoria convites para eventos, celebração de datas comemorativas alusivas ao meio ambiente e dados referentes ao desmatamento, por exemplo.

 <p>Ministério do Meio Ambiente 28 de maio · 🌐</p> <p>#CONVITE 📣 No dia 8 de junho, acontece o movimento mundial MARCHA PELOS OCEANOS. A ideia é reunir todos em defesa da saúde do planeta. No Brasil, o evento acontece no Rio de Janeiro (Calçada da Praça Almirante Júlio de Noronha, Leme) e terá como mensagem principal a luta por um Oceano sem Plástico. 🌊 Vamos lutar juntos por oceanos saudáveis e limpos!</p> <p>👉 Saiba mais sobre o evento e confira a programação completa da #MarchaPelosOceanos: https://www.marchapelosoceanos.org/</p> <p>MARCHA PELOS OCEANOS</p> <p>UM MOVIMENTO GLOBAL</p>	<p>É informativa pois apenas apresenta o convite para o evento.</p>
 <p>Ministério do Meio Ambiente 28 de maio · 🌐</p> <p>📢 PRORROGADA até 10 de junho a consulta pública para avaliação de 60 espécies de peixes marinhos. Todos podem participar, revisar informações e contribuir para avaliar o estado de conservação destas espécies. Saiba mais: goo.gl/TKILUa</p> <p>PRORROGADA</p> <p>Consulta pública para avaliar peixes marinhos</p>	<p>Informativa sobre consulta pública.</p>
 <p>Ministério do Meio Ambiente fez uma transmissão ao vivo. 5 de junho · 🌐</p> <p>#AOVIVO Acompanhe a participação do ministro do Meio Ambiente, Edson Duarte, no programa Por Dentro do Governo, em comemoração ao #DiaMundialDoMeioAmbiente.</p> <p>60 comentários 28 compartilhamentos 2,3 mil visualizações</p>	<p>Chamada para entrevista com o Ministro do Meio Ambiente.</p>

	<p>Publicação alusiva ao dia do meio ambiente ressaltando as ações do governo.</p>
	<p>Matéria sobre a criação de unidades de conservação por parte do Governo, porém não refere a importância das ações dos cidadãos na mitigação dos problemas ambientais.</p>
	<p>Ações do governo.</p>
	<p>Convite para evento: Aniversário do Jardim Botânico no Rio de Janeiro.</p>

 <p>Ministério do Meio Ambiente 13 de junho · 🌐</p> <p>👉 Resolução nº 7, de 29 de maio de 2018, da Comissão Nacional de Biodiversidade (Conabio), que aprova o texto revisado da Estratégia Nacional para Espécies Exóticas Invasoras e revoga a Resolução Conabio nº 165, de 21 de outubro de 2009 foi obulcada hoje (13/6) no DOU. Segundo estudos, as espécies exóticas invasoras estão entre as principais causas diretas de perda de biodiversidade e extinção de espécies.</p> <p>👉 A Estratégia Nacional tem um horizonte temporal de 12 anos e busca orientar a implementação de medidas para evitar a introdução e a dispersão, além de reduzir o impacto de espécies exóticas invasoras sobre a biodiversidade brasileira e serviços ecossistêmicos. Além de controlar ou erradicar espécies exóticas invasoras.</p> <p>👉 Saiba mais no #SiteMMA: goo.gl/hjwnGS</p>	<p>Ações do governo.</p>
 <p>Ministério do Meio Ambiente 13 de junho · 🌐</p> <p>CELEBRAÇÃO 🌿 🌱 🌸 Hoje o Jardim Botânico do Rio De Janeiro, uma das mais importantes instituições de pesquisa do mundo, completa 210 anos! 🎉 🎂</p> <p>🌿 🌱 De portas abertas e com entrada gratuita, o espaço celebrou a data com muitas novidades. Nós fomos até lá conferir todas as atrações. "Estamos diante de um dos maiores centros de pesquisa do mundo, além de um grande atrativo de turismo e lazer. Estou muito honrado em poder fazer parte dessa solenidade", afirmou o ministro do Meio Ambiente, Edson Duarte.</p> <p>👉 Confira abaixo a lista de boas notícias que o órgão apresentou:</p> <p>📱 🌱 O aniversário é dele, mas quem ganha o presente é você: agora o Jardim Botânico tem um aplicativo para celular e tablets, que mostra como aproveitar melhor a vista. O app traz informações de trilhas, plantas, animais e monumentos, além da localização das principais atrações.</p> <p>📄 Os Correios lançaram um selo e um carimbo personalizados para comemorar a data. A imagem escolhida é a vitória-régia.</p> <p>💎 A Casa da Moeda também fez a sua homenagem: uma medalha comemorativa, com a paisagem que reúne o Lago e o Cômoro Frei Leandro e a vitória-régia para entrega a ex-dirigentes do órgão e colaboradores.</p>	<p>Aniversário Jardim Botânico e comemorações.</p>
 <p>Ministério do Meio Ambiente 21 de junho · 🌐</p> <p>#AOVIVO 📺 O governo federal divulga hoje (21/06) os dados preliminares do desmatamento no Cerrado, referentes aos anos 2016 e 2017. E você pode acompanhar tudo por aqui. Fique ligado, entramos ao vivo, às 10h. O ministro do Meio Ambiente, Edson Duarte, fala sobre a mensuração, realizada pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) no âmbito do projeto Prodes Cerrado.</p> <p>#AvisoDePauta #DadosDesmatamento #Cerrado</p>  <p>acompanhe AO VIVO Dados do desmatamento no Cerrado</p> <p>21/6, às 10h @minmeioambiente</p> <p>MMA</p>	<p>Chamada para <i>live</i> sobre o desmatamento do cerrado.</p>



Ministério do Meio Ambiente

21 de Junho

#CERRADO 🌿 O governo federal divulgou hoje os dados do desmatamento no Cerrado, referentes a 2016 e 2017. De acordo com o monitoramento realizado pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), a área desmatada no bioma corresponde a 6.777 km² e 7.408 km², respectivamente, o que representa queda de 43% e 38%, ambos em relação ao ano de 2015, último período divulgado, que registrou 11.881 km².

👉 Outro dado importante diz respeito à Política Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC, Lei nº 12.187/2009) que estabeleceu para o Cerrado uma meta de redução em 40% para o ano 2027, relativa ao desmatamento médio observado no período de 1999 a 2008. Os dados registrados em 2017 apontam queda de 53% na mesma comparação, superando em 13% a meta estabelecida pela PNMC.

Saiba mais! Acesse o #SiteDoMMA: <https://goo.gl/7K6rfrk>



Resumo da *live*.



Ministério do Meio Ambiente

29 de junho

👉 O Conselho Nacional de Recursos Hídricos (CNRH) realizou, em Brasília, a 39ª Reunião Ordinária. O ministro substituto do MMA, Jair Tannús Junior, destacou avanços e desafios na área dos recursos hídricos. "Precisamos avançar na integração das políticas ambientais e de recursos hídricos, compreendendo a água como elemento fundamental para a proteção do meio ambiente e estratégico para o desenvolvimento do país", disse.

👉 O CNRH completa em novembro 20 anos de atuação. É composto por representantes dos ministérios e secretarias da Presidência da República com atuação no gerenciamento ou no uso de recursos hídricos; pelos conselhos estaduais da área; por usuários e organizações civis de recursos hídricos. Saiba mais: goo.gl/f3V7dR



Relatório sobre reunião a respeito da política ambiental e de recursos hídricos.



Ministério do Meio Ambiente

29 de junho

BRASIL 🇧🇷 A agenda sobre mudança do clima ganhou destaque durante a viagem oficial do ministro do Meio Ambiente, Edson Duarte, à Europa. Nessa semana (23 a 29), o ministro participou de reuniões bilaterais com os ministros de meio ambiente da Bélgica, Marie Christine Marghem; da Noruega, Ola Elvestuen; e da Alemanha, Svenja Schulze. Durante os encontros, ele reiterou a importância desses países iniciarem o Diálogo de Talanoa, uma proposta de compartilhamento de posição e experiências para o bem coletivo, apresentada pela presidência da COP-23 (Fiji), realizada em 2017, em Bonn, na Alemanha.

🌍 Segundo Edson Duarte, esse diálogo será realizado em agosto, no Brasil, e contará com representantes da sociedade civil, da academia, dos setores privado e financeiro, além do próprio governo. A sugestão para que os países ampliem o diálogo sobre mudanças do clima internamente, envolvendo todos os setores da sociedade, foi comemorada pelo movimento ambientalista internacional.

Saiba mais no #SiteMMA: goo.gl/6bzoUX



Nota sobre viagem do ministro para debater as mudanças climáticas.

Categoria de Conscientização

Diferente da categoria da informação, considera-se a publicação com caráter de conscientização, aquela que além de informar, presta o serviço de levar ao seguidor da página ações em prol da mitigação de problemas ambientais.

Deste modo, encontrou-se na *fanpage* do Ministério do Meio Ambiente no *facebook*, 3 matérias que foram além de apenas informar as ações do governo.

 <p>Ministério do Meio Ambiente 20 de maio · 🌐</p> <p>#CombateàDesertificação 📌 Olá, pessoal do Piauí! Um projeto do #MMA de combate à desertificação está chegando ao estado nesta semana. A comunidade do Sítio Salvador, em Santo Antônio de Lisboa (PI), começa a receber amanhã as primeiras ações da Unidade de Recuperação de Áreas Degradadas (Urad), que leva soluções ambientais, sociais e produtivas para o semiárido brasileiro.</p> <p>👉 As intervenções propostas pela Urad são executadas a partir do engajamento e do envolvimento direto dos moradores. A medida prevê a construção de barragens, cordões de pedras e fogões ecológicos, além da recuperação de nascentes e de técnicas de conservação do solo.</p> <p>📌 Saiba mais: https://goo.gl/Lf18cx</p>	<p>Postagem sobre o combate à desertificação no Piauí que indica que as ações serão executadas a partir do envolvimento da comunidade.</p>								
 <p>Ministério do Meio Ambiente 28 de maio · 🌐</p> <p>De acordo com a ONU Meio Ambiente, a indústria projeta dobrar a produção mundial de plástico nos próximos 10 anos e quadruplicar até 2050. 📌 Combater essa poluição plástica é um grande desafio para o governo, empresas e também para o cidadão. Essa luta é de todos. 🗣️ Diga NÃO ao plástico. Esse consumo pode ser evitado.</p> <p>#PlanetאוPlástico #AcabeComAPoluiçãoPlástica #WED2018</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Crescimento da população mundial:</th> <th>Produção mundial de plástico em:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2017: 7,6 bilhões</td> <td>2018: 360 milhões de ton.</td> </tr> <tr> <td>2030: 8,5 bilhões</td> <td>2030: 619 milhões de ton.</td> </tr> <tr> <td>2050: 9,7 bilhões</td> <td>2050: 1,1 bilhão de ton.</td> </tr> </tbody> </table>	Crescimento da população mundial:	Produção mundial de plástico em:	2017: 7,6 bilhões	2018: 360 milhões de ton.	2030: 8,5 bilhões	2030: 619 milhões de ton.	2050: 9,7 bilhões	2050: 1,1 bilhão de ton.	<p>Esta postagem foi a única que abordou diretamente o problema do plástico, indicando que é um problema governamental, empresarial, mas também do cidadão comum.</p>
Crescimento da população mundial:	Produção mundial de plástico em:								
2017: 7,6 bilhões	2018: 360 milhões de ton.								
2030: 8,5 bilhões	2030: 619 milhões de ton.								
2050: 9,7 bilhões	2050: 1,1 bilhão de ton.								
 <p>Ministério do Meio Ambiente 5 de junho · 🌐</p> <p>#DiaMundialdoMeioAmbiente 🌱🌿🌳 Raquel, José Raimundo, Terezinha, Paulo Sérgio, José Carlos. Em comum, essas pessoas carregam em si a certeza de que para manter e perpetuar seu modo de vida tradicional precisam de um grande aliado: a conservação do meio ambiente.</p> <p>👉 No Dia Mundial do Meio Ambiente, o #MMA destaca o modo de vida tradicional em três reservas extrativistas criadas em abril deste ano: Baía do Tubarão, Ararianga-Tromai e Itapetininga, todas no Maranhão. Juntas, essas unidades somam 425 mil hectares. Além de conservação da área, a criação das reservas tem como objetivo a melhoria da qualidade de vida e produção sustentável para milhares de famílias que vivem do extrativismo no país. Confira reportagem completa no #SiteDoMMA: 📌 https://goo.gl/fw7aDC</p>	<p>Essa postagem trouxe para perto o cidadão dos problemas ambientais, nomeando-os, inserindo uma foto de uma pessoa comum e ainda, abordando a questão da conservação do meio ambiente para manter o seu estilo de vida.</p>								

Categoria de Sensibilização

Acredita-se que o cidadão bem informado e consciente de suas ações em relação ao meio ambiente não necessariamente é sensível à causa. Ser sensível é agir, efetivamente, em prol do ambiente em que se vive. Nesta categoria, entraria postagens que tirassem o seguidor da página do Ministério do Meio Ambiente da sua zona de conforto, que indicasse ações diretas e a importância delas para a diminuição dos problemas ambientais. Também, publicações que mostrassem que as políticas públicas são de extrema importância, porém que só serão efetivas se contarem com a participação ativa da sociedade.

Não foram encontradas, durante o período analisado, nenhuma postagem com o cunho sensibilizador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais possibilitam a interação do governo com a sociedade e compreender a importância de canais abertos de interação entre a esfera governamental com a população é de extrema relevância na busca da diminuição dos impactos ambientais.

Como primeiro encaminhamento de pesquisa, encontra-se publicações que expõe diariamente as ações que o governo vêm realizando na busca da conservação do meio ambiente e mitigação dos problemas ambientais. Acredita-se que tais postagens estimulam a participação da sociedade, uma vez que, os seguidores da fanpage do Ministério do Meio Ambiente podem interagir com as matérias publicadas e sentir-se mais próximo do Governo, o que antes era uma possibilidade bastante remota.

Entretanto, o conteúdo apresentado ainda é bastante técnico, baseado em informações que, em partes, distanciam o público dos problemas ambientais, uma vez que sinalizam apenas as ações do governo, sem inferir que o cidadão é participante ativo e principal sujeito de modificação da realidade ambiental ao qual estamos inseridos na atualidade.

Ao encontrar, nessa pesquisa, dentre as 18 publicações, 14 postagens de cunho apenas informativo e 4 publicações de natureza conscientizadora, percebe-se

que a sensibilização, palavra emblemática para a mudança comportamental da sociedade em prol do meio ambiente, ainda não é alcançada.

Referências

BARICHELLO, Eugenia M. M. da Rocha. Apontamentos sobre as estratégias de comunicação mediadas por computador nas organizações contemporâneas. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Volume 1, São Paulo: Saraiva, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2002.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. e-SIC, Ministério do Meio Ambiente. Apresentação. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/o-ministerio/apresentacao>. Acesso em 25 de Outubro de 2014

CANAVILHAS, João. **A comunicação política na era da Internet**. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>. Acesso em 15 de outubro de 2017.

CARVALHO, Anabela. **Media(ted) discourse and society**. Journalism Studies. V.09, 2008. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700701848162>> Acesso em: 24 out 2015.

Castells, Manuel. **La era de la información (Vol. I): La sociedad en red**. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Chapecó: Argos, 2004.

ECO, Umberto. **Tv, a transparência perdida**. In: _____. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FACEBOOK. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/pages/Minist%C3%A9rio-do-Meio-Ambiente-MMA/235328009816936>. Acesso em 10 de setembro de 2018.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001 (1992).

FAUSTO NETO, Antônio. et ali. **Re(visitando) os conceito de contrato de leitura**: Uma proposta de entendimento dos pontos de vínculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para sociedade midiaticizada. Intercom, 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0118-1.pdf>> Acesso em: 28 out. 2015.

FOSSÁ, Maria Ivete T. e PÉRSIGO, Patrícia M. **Comunicação Organizacional e Cidadania**: olhares sobre a presença das corporações e da comunidade na mídia. Santa Maria: Facos, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

RECUERO, Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar**: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Revista Verso e Reverso. V. 28. 2014. Disponível em: < <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187>> Acesso em: 28 out. 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org). **Comunicação Organizacional**: histórico, fundamentos e processos. Volume 1, São Paulo: Saraiva, 2009.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

HANNIGAN, John. **Sociologia Ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2006.

JOHN, Liana. **Imprensa, Meio Ambiente e Cidadania**. In: Ciência & Ambiente. Santa Maria: UFSM, 2001.

ZAGO, Gabriela da S. e SILVA, Ana M. **Consumo de Informações em Sites de Redes Sociais: Jornalismo, Redes Sociais e Economia da Atenção no Twitter**. 7 Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultur, 2013. Disponível em: < http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_2_Jornalismo_Midia_Livre_e_Arquitetura_da_Informacao/25925arq01065966083.pdf> Acesso em: 25 out. 2015.

Sobre as autoras

Bárbara Henriques é mestre em Informação e Comunicação pela Universidade do Minho (Portugal), especialista em Educação Ambiental pela Universidade Federal de Santa Maria, graduada em Comunicação Social: Jornalismo através da Universidade Franciscana. Atualmente pesquisadora da temática ambiental, análise do discurso e estudos em recepção.

Sibila Rocha é doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale dos Sinos, Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, especialista em Cultura de Massa através da Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre, graduada em Comunicação Social: Jornalismo através da Universidade Federal de Santa Maria. Atualmente é professora adjunta da Universidade Franciscana (UFN-RS) nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. É pesquisadora em discurso e recepção.