



Centro Universitário de Brasília
ICPD/CESAPE Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*
Gestão da Comunicação nas Organizações

Ivone de Almeida Lopes

Matrícula nº 5080459-1

**A IMAGEM FOTOGRÁFICA
COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE COMUNICAÇÃO:
Influência e mudança de atitude para
a sensibilização ambiental**

Brasília, 2013.

Ivone de Almeida Lopes

**A IMAGEM FOTOGRÁFICA
COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE COMUNICAÇÃO:
Influência e mudança de atitude para
a sensibilização ambiental**

Monografia apresentada ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como
pré-requisito para obtenção de certificado de
conclusão do Curso de Pós-Graduação *Lato
Sensu* em Gestão da Comunicação nas
Organizações.

Orientadora: Profa. MSc. Úrsula Betina Diesel

Brasília, 2013.



Centro Universitário de Brasília

ICPD/CESAPE Curso de Pós Graduação Lato-Sensu

Gestão da Comunicação nas Organizações

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de certificado de conclusão do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão da Comunicação nas Organizações.

Orientadora: Profa. MSc. Úrsula Betina Diesel

Banca Examinadora

Profa. MSc. Úrsula Betina Diesel

Profa. Dra. Tania Cristina da Silva Cruz

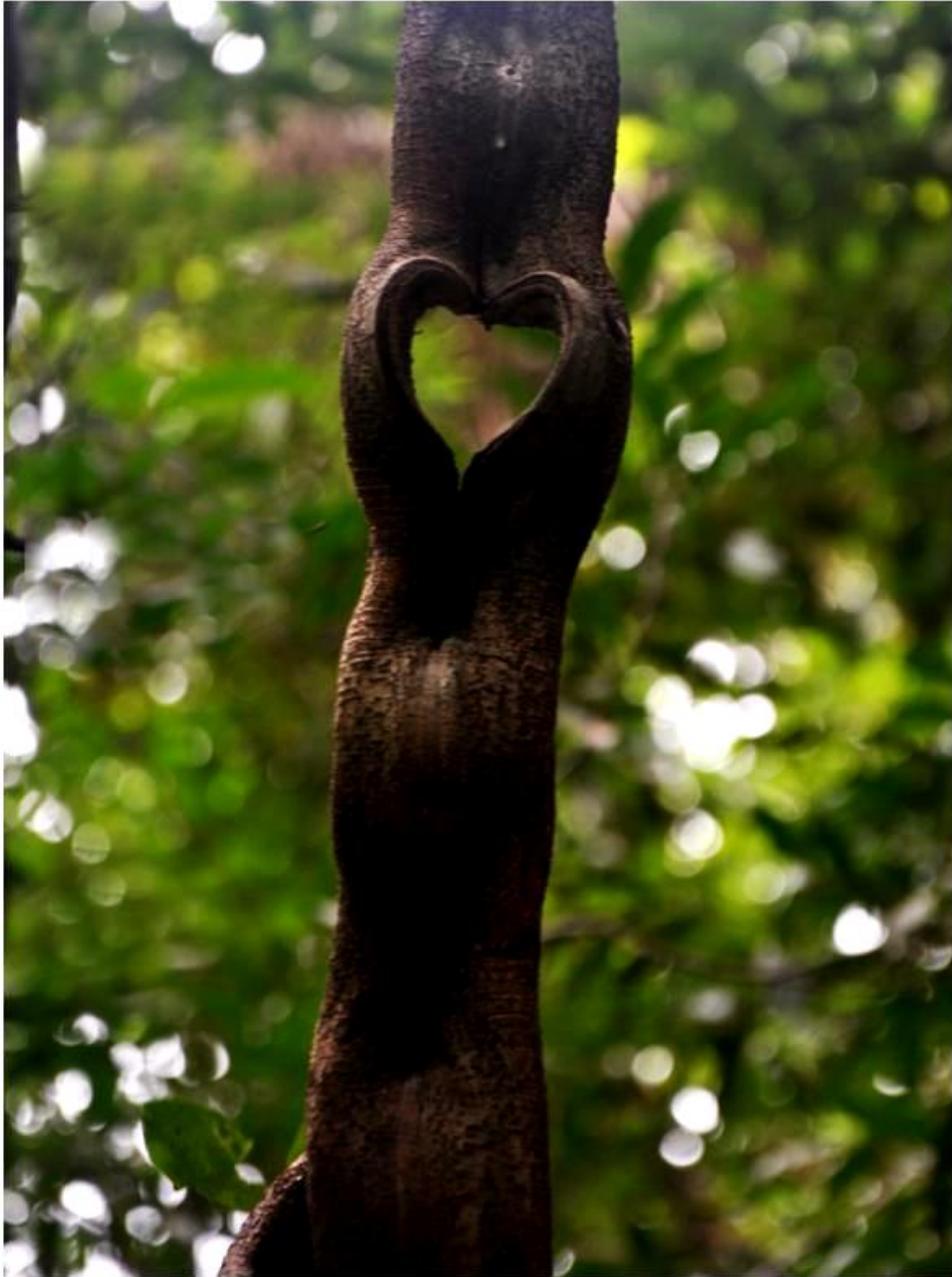
Prof. MSc. Lourenço Lima Cardoso

Brasília, 2013.

Dedico este trabalho aos meus pais, Armando (in memoriam) e Edite, que sempre apoiaram minha educação, aos meus filhos Gabriel, Bárbara, Camila e Arthur, pérolas preciosas em minha vida, e aos fotógrafos de natureza pela sua nobre missão de despertar consciências através do poder e beleza de suas imagens.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela minha existência, pela vida e pelas belas oportunidades que me têm surgido. Agradeço também a todas as pessoas que me deixaram felizes pelo simples fato de terem cruzado o meu caminho. Agradeço o carinho dos amigos que me concederam as fotografias para a exposição e pesquisa, e especialmente a minha orientadora Úrsula Betina Diesel que, pela sua luz e motivação, me fortaleceu para chegar ao fim desta jornada.



Fonte: Acervo Ivone Lopes

“Fotografar é colocar na mesma linha de mira, a cabeça, o olho e o coração”.

Henri Cartier-Bresson

RESUMO

A fotografia foi uma das grandes descobertas da humanidade -- revolucionou a forma do Homem se representar e se relacionar. Desta forma, a fotografia contribui decisivamente na realização de pesquisas teóricas, manifestações artístico-culturais e como forma de comunicação estratégica. Esta monografia teve como objetivo mostrar como a fotografia ambiental, enquanto instrumento de comunicação, afeta, influencia e sensibiliza as pessoas na mudança de atitudes em relação ao meio ambiente. Para tanto foi aplicada uma pesquisa de campo cujos resultados demonstraram que a maioria dos respondentes, perante uma fotografia de natureza preservada, sente vontade de cuidar mais do meio ambiente. Este trabalho não pretende esgotar o tema, mas agrega sugestões que contribuem para que o governo, as empresas de comunicação e as organizações civis se utilizem da força desta mídia -- a fotografia -- para expandir a conscientização ambiental no nosso País. Acredita-se que a fotografia possa incentivar a população na busca de um modelo de produção e consumo ecologicamente sustentável e compatível com a sobrevivência dos últimos espaços naturais da Terra.

Palavras-Chave: fotografia - comunicação - meio ambiente - fotografia ambiental - educação ambiental - sustentabilidade

ABSTRACT

Photography is one of the greatest discoveries in humanities – it has revolutionized the way in which mankind is able to represent and relate with ourselves. In this way, photography significantly contributes in how we convey observations of theoretical studies, artistic manifestations in cultures and as a strategic form of communication. The objective of this work illustrates how environmental photography, as an instrument of communication, affects, influences and raising awareness of how people transform their attitudes towards our ecological environment. This work does not intend on exhausting this theme, but instead to bring into consideration suggestions that may contribute within governing governments, communication companies and civil organizations that utilize the power of the media – photography – to expand the environmental consciousness within our country. It is believed that photography is able to encourage and stimulate the population in a quest for an improved model in which sustainable and ecologically environmental production and consumption are compatible to the survival of the last naturally preserved environmental locations on Earth.

Keywords: photography - communication - environment - environmental photography - environmental education - sustainability

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. O PODER DA LINGUAGEM FOTOGRÁFICA	13
1.1. A Semiótica Fotográfica de Barthes	18
2. O PAPEL DA FOTOGRAFIA NO PROCESSO DE CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL	22
2.1. Comunicação e meio ambiente	31
2.2. Propaganda e publicidade ambiental	33
2.3. Sustentabilidade e educação ambiental	36
3. MATERIAL E MÉTODOS.....	40
3.1. ANÁLISE DA PESQUISA	40
3.1.1. Metodologia	41
3.1.2. Caracterização dos entrevistados	42
3.1.3. Impressões da pesquisa	43
3.1.4. Análise do questionário	44
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
ANEXOS	67
Questionário	69
Fotos da pesquisa.....	70

INTRODUÇÃO

Existe uma máxima em relação às imagens que talvez todos já tenham ouvido pelo menos uma vez: “uma imagem vale mais do que mil palavras”. Assim, pode-se acreditar que em nossa sociedade as imagens falem por si só. Na maioria dos casos, a imagem é considerada a representação fiel do real, e quando se trata de fotografias ou vídeos, possibilitam diversos significados e atributos acrescidos pelo meio em que são veiculadas e pelo momento ao qual estão associadas.

A fotografia, linguagem não-verbal, contribui decisivamente na realização de pesquisas teóricas, manifestações artístico-culturais e como forma de comunicação estratégica. O ‘poder’ que uma imagem possui, em muitos casos, passa despercebido por nós. As imagens, mesmo antes do surgimento da fotografia, cuja técnica produziu a crença no poder de retratar o que realmente era a realidade, foram usadas para construir uma determinada ideia sobre o fato ocorrido.

A hipótese que permeia este estudo é que a fotografia desempenha um papel importante em nosso maior desafio atual: a sensibilização para a preservação do meio ambiente. Entidades não governamentais ligadas à questão ambiental se utilizam de imagens da natureza, seja preservada ou degradada, em suas campanhas publicitárias de sensibilização da sociedade para a crise ambiental, na tentativa de mudar conceitos e atitudes.

Esta monografia teve como objetivos: analisar como a imagem fotográfica está inserida no processo de sensibilização ambiental, como a fotografia é utilizada,

como é sua linguagem, suas interferências no desenvolvimento das percepções, leitura e críticas às questões ambientais.

Para tanto, este trabalho busca, em seus objetivos específicos, analisar o que impacta na fotografia: o conceito, o apelo, o poder da linguagem fotográfica e qual fotografia que mais impacta e sensibiliza as pessoas, a de natureza degradada ou a preservada.

Como método de pesquisa, optou-se pela revisão bibliográfica, explorando conceitos e ideias de estudiosos do assunto, como Barthes, Pierce, Susan Sontag e outros; pesquisa em sítios eletrônicos e também em filmes como *Home*, *Manufactured Landscapes* e a História das Coisas.

Além disso, foi realizada uma pesquisa onde foram expostas fotografias de natureza degradada e preservada. Durante a exposição, foi aplicado um questionário estruturado em questões de múltipla escolha e subjetivas, relativas à temática das fotografias. Foram abordadas cem pessoas no total de classes A, B e C, com idade entre 11 e 65 anos.

Esta monografia está estruturada em três capítulos, apoiados em aspectos descritivos e exploratórios. No primeiro capítulo, a abordagem centrou-se nos conceitos da linguagem fotográfica, da sua influência enquanto mídia, baseados nas bases da Semiologia e da Iconografia, com a contextualização ao tema e um referencial teórico a partir de um estudo bibliográfico.

A interdisciplinaridade, presente na preservação ambiental, no conceito de sustentabilidade, quanto na fotografia, pode ser observada no segundo capítulo, que

aborda conceitos de comunicação, interação, linguagem, cultura e representações. São apresentados aspectos da relação da fotografia com a preservação ambiental, sustentabilidade, propaganda ecológica, sua relevância e discussões, além de questões ligadas à educação ambiental e à necessidade de conscientização e aplicação desses conceitos.

No terceiro capítulo apresenta-se os resultados da presente pesquisa, onde pode-se observar como a fotografia influencia no processo de sensibilização ambiental.

Este trabalho, sem pretender esgotar o assunto, apresenta sugestões que almejam contribuir para que o governo, as empresas de comunicação, as organizações civis e os idealistas se utilizem da força desta mídia -- a fotografia -- para expandir a conscientização ambiental no nosso País, como também incentivar a população na busca de um modelo de produção e consumo ecologicamente sustentável e compatível com a sobrevivência dos últimos espaços naturais da Terra.



Fonte : Acervo Carolina Campos

1. O PODER DA LINGUAGEM FOTOGRÁFICA

“Hoje tudo existe para terminar numa foto.”

Susan Sontag

A fotografia foi uma das grandes descobertas da humanidade -- revolucionou a forma do Homem se representar e se relacionar. Surgiu na era renascentista, uma época de descobertas do mundo e do Homem; associou-se às ciências antropológicas e trouxe para a humanidade uma possibilidade de registrar o passado e resgatar a história.

Antes disso, sabe-se que, mesmo quando a escrita ainda não existia, os primitivos já se comunicavam por meio de imagens, as chamadas pinturas rupestres, quando se valiam de desenhos riscados nas cavernas como forma de relatar fatos e elementos vinculados à sua percepção do ambiente. A imagem precede a palavra escrita na ordem evolutiva da linguagem. “Mesmo depois que a escrita evoluiu, tanto o desenho como a pintura e outros meios de comunicação visuais continuaram a ter enorme importância no processo cultural e civilizatório.” (HARRELL,1995, p.1). Obras de arte como a pintura Guernica, do espanhol Pablo Picasso (1881-1973), são capazes de narrar acontecimentos.

Achutti (1997) destaca que a fotografia surgiu num momento bastante propício, pois nesse período os teóricos estavam preocupados em estudar a evolução humana, do ponto de vista das variedades culturais e etnológicas. Kossoy (2001) destaca a importância da fotografia para o estudo de diversas áreas do conhecimento,

principalmente pela possibilidade de resgate da memória visual do homem e do seu entorno sociocultural.

A fotografia foi um marco decisivo na era Renascentista, mudou o comportamento do mundo. O desejo de representar visualmente a natureza, os objetos e os acontecimentos considerados importantes, com imagens próximas à realidade, concretizou-se. A fotografia aparece com sua força e poder de convencimento, com grande rapidez na execução, se comparada à pintura, e por um preço muito menor que o cobrado por pintores reconhecidos. A pintura, há muitos séculos privilégio de alguns poucos aristocratas, democratiza-se com o aparecimento da fotografia. O nobre deixa de ser o único a poder fazer-se reproduzir e ostentar. Nesse instante, a fotografia liberta as belas artes da fama de realistas, para encontrar sua verdadeira vocação expressiva.

A evolução da linguagem fotográfica segue em estreita dependência do seu contexto histórico, numa relação evidente entre a evolução da linguagem e as condições sociais em que a fotografia evolui enquanto meio de expressão.

Apesar de ser um tipo de comunicação que o Homem utiliza desde a Antiguidade, nunca, em nossa história, a linguagem visual foi usada com um poder tão grande de influenciar e persuadir pessoas quanto nos Séculos XX e XXI. Pelas mensagens contendo imagens carregadas de uma grande quantidade de sentidos e conotações, a maior parte das pessoas receptoras dessas mensagens, não percebem que são manipuladas a formar opinião sobre os mais variados assuntos e

desconhecem a forma como foram levadas a determinadas premissas, porque ainda não sabem 'ler' uma imagem.

Para Santaella (1997), “a relatividade semântica da foto se refere ao fato de que a percepção de imagens fotográficas possui elementos culturais. Crianças precisam, primeiramente, aprender a reconhecer fotos.” E antropólogos como Herskovits relatam:

Mais de um etnógrafo relatou a experiência de mostrar uma fotografia clara de uma casa, uma pessoa, de uma paisagem familiar a pessoas vivendo em uma cultura que desconhece a fotografia, e dessas pessoas olharem a fotografia de todos os ângulos possíveis, ou virarem-na do lado contrário para inspeção das suas costas brancas, a fim de interpretar esse arranjo, para elas, sem sentido de tons variados, de cinza em um pedaço de papel. (HERSKOVITS, 1948, p.381, *apud* SANTAELLA, 2008, p. 107).

Se o analfabetismo imagético é cultural, logo o processo de alfabetização visual não é simples e nem de fácil implementação, pois a representação gráfica não é inata, precisa ser aprendida. A incorporação dessa nova razão não se dará única e exclusivamente por intermédio das escolas, mas seu papel pode ser significativo, via valorização da educação artística no ensino fundamental e médio.

Uma pessoa alfabetizada visualmente é alguém capaz de ver algo além do simples enxergar e compreender significados complexos, como explica Dondis (1997, p.231), “a inteligência visual aumenta o efeito da inteligência humana, amplia o espírito criativo. Não se trata apenas de uma necessidade, mas, felizmente, de uma promessa de enriquecimento humano futuro.”.

Benjamin (1996, p.107), nos anos 1930, dizia que o “analfabeto do futuro não seria aquele que não soubesse escrever, e sim quem que não soubesse

fotografar”. Contudo, com o crescimento da internet e com o aumento significativo na quantidade de informação gerada pela e para a sociedade nos últimos anos, o analfabetismo visual ganhou uma nova conotação, sendo atribuído também às pessoas que não dominam os meios digitais. Assim, Pretto (1996, p. 99) afirma que “o analfabeto do futuro será aquele que não souber ler as imagens geradas pelos meios eletrônicos de comunicação”.

Benjamin (1994, pp. 91-107) destaca a importância de compreender essa linguagem tanto como compreender de que maneira a mensagem nela inserida poderia nos educar. Por isso ele sugere ao fotógrafo que ‘se eduque’, previamente, na leitura de suas próprias imagens. É imprescindível interarem-se dessa realidade para saber o que há por trás de cada foto. Não se escolhe nenhuma foto por acaso, mas por conotação ou denotação de algo embutido.

Para Barthes (1984) a imagem fotográfica atua como uma mensagem multicodeificada, representando “suas próprias codificações biossociais, psicossociais, simbólicas, retóricas ou linguísticas no nível da realidade representada, assim como a verbalização da imagem”. Assim, o signo fotográfico é a iconização da realidade visível dos objetos visuais.

Santaella acrescenta que

[...] o simples ato de olhar já está carregado de interpretação, visto que é sempre o resultado de uma elaboração cognitiva, fruto de uma mediação sógnica que possibilita nossa orientação no espaço por um reconhecimento e assentimento diante das coisas que só o signo (1) permite. (SANTAELLA, 2007)

Se todo o nosso contato com o mundo se dá por mediação sógnica e a fotografia é um signo em sua razão de ser, é evidente que a semiótica é um método fundamental para melhor criar, ler e analisar imagens fotográficas, pois nos fornece as ferramentas para compreender esses processos sógnicos.

Peirce (1977, p. 54) afirma que o signo genuíno é um processo infinito, no qual a nossa mente sempre transforma o interpretante imediato em um novo objeto, associando a ele um novo signo *ad infinitum*. “Uma fotografia, não somente excita uma imagem, tem uma aparência, mas em virtude de sua conexão óptica com o objeto, é evidência que aquela aparência corresponde à realidade”.

Ele acredita que o signo fotográfico, por um lado, é ícone da realidade que o representa e, de outro, é um índice devido à ligação física que mantém com a realidade tornando-a indexicável. A indexicalidade permanece na imagem como um lembrete de sua existência, enquanto que a iconicidade como uma lembrança de algo. Esses dois aspectos levam à referência ou interpretação da foto. Não se escolhe nenhuma foto por acaso, mas por conotação ou denotação de algo embutido.

É o caso, por exemplo, da mídia impressa, que trabalha, escolhe, produz, constrói e edita as fotos de acordo com normas profissionais, estéticas e ideológicas, que contêm fatores conotativos.

1.1. A semiótica fotográfica de Barthes

Roland Barthes, até neste início de século, continua sendo o nome mais conhecido da semiologia de origem francesa, como o crítico que pela primeira vez aplicou o método estruturalista à análise do conteúdo fotográfico.

Nascido em 1915, Barthes desenvolveu um modelo simples e notório nos estudos sobre linguagem. Como em toda mensagem, a fotográfica se compõe de três partes: emissão, canal e meio receptor. A primeira e a terceira impõem abordagem de procedência sociológica. Desta, porém, escapa o eixo mesmo do fenômeno -- a decifração do canal.

Assim acontece porque a mensagem fotográfica -- constituindo um sistema próprio -- é uma forma de discurso anterior à análise sociológica, não suscetível de ser, por ela, imediatamente apreendido.

Segundo Kossoy (2002, p.44)

[...] o processo de construção da interpretação da imagem fotográfica é elaborado no imaginário dos receptores, de acordo com os repertórios culturais, seus conhecimentos, suas concepções ideológicas, estéticas, suas convicções morais, éticas, religiosas, seus interesses econômicos, profissionais, seus mitos.

As pessoas já trazem suas imagens preconcebidas e elas funcionam como filtros. Cada um reage de acordo com o seu repertório particular. Ele defende que as imagens nos levam a lembrar, outras a moldar nosso comportamento; outras despertam fantasias e desejos.

Essas imagens passam a fazer parte do nosso arquivo visual pessoal, influenciando nossos pensamentos, atitudes e sentimentos. “A imagem fotográfica ultrapassa, na mente do receptor, o fato que representa”. (KOSSOY, 2002, p.46). Ou seja, ela comunica algo, age em nós.

Barthes (1984), como todo semiólogo, quer saber qual a estrutura da linguagem fotográfica. A partir disso encontram-se, em todas as fotografias por ele examinadas, dois elementos inerentes à imagem que terão denominações em latim por falta de um correspondente em francês: o *studium* e o *punctum*. *Studium* é, em síntese, o interesse humano, cultural e político estimulado pela imagem fotográfica, sem nos atingir de forma especial. Por outro lado, o *punctum*, na concepção de Barthes, seria um elemento, um detalhe inadvertido que salta da fotografia e nos transpassa como uma flecha. *Punctum* seria, então, em latim, uma picada, algo que nos fere, um pequeno buraco, uma pequena mancha, um pequeno corte. O *punctum* faz o personagem ‘sair da fotografia’ e assumir vida à parte, sendo, portanto, uma espécie de extracampo sutil, como se a imagem lançasse o desejo para além daquilo que ela dá a ver. “O *punctum* de uma foto é esse acaso, que nela me punge (mas também me mortifica, me fere)”. (BARTHES, 1984, p. 46).

Outro ponto discutido por Barthes (1984) e que merece destaque é o fato de a fotografia ressuscitar sentimentos ou, como diz o autor, ressuscitar o ‘morto’. Esta é uma qualidade da foto que independe de seu tempo e do modo como foi produzida e pode atuar tanto em âmbito particular como coletivo. Em sentido particular, uma foto pode reavivar sentimentos relativos a alguém que não está mais presente, ou trazer, por instantes, sensações vividas em determinada época e que já não existem mais. De

acordo com Barthes (1984), a fotografia fixa um tempo que não volta, conserva, congela um momento, por assim dizer.

Susan Sontag (1986) declara em seu livro 'Ensaio sobre fotografias' que sua vida se divide em duas partes: antes de ver as fotografias de Bergen-Belsen e Dachau¹, em 1945, quando tinha apenas 12 anos, e depois, quando passou a entender seus significados:

[...] quando fitei aquelas fotografias, algo se rompeu: Acertava-me a um limite que não era apenas o de horror: senti-me irrevogavelmente magoada, ferida, mas uma parte de meus sentimentos começou a enrijecer-se; algo morreu; algo ainda chora[...]. A imagem perfura. A imagem anestesia. [...] (SONTAG,1986, p.28)

Fotos dos campos de concentração de Dachau e Bergen-Belsen, Alemanha.

Holocausto Dachau



Fonte: US Holocaust Memorial Museum

Dr. Fritz Klein, médico que conduziu experiências médicas em prisioneiros, Bergen-Belsen, Alemanha, 1945.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum

Como aconteceu com Susan Sontag, é fácil perceber que a fotografia afeta as emoções, às vezes fazendo perdurar essas imagens mentais por anos. Nesse caso, como disse Barthes, seria o *punctum* da fotografia, que punge, fere.

¹ Bergen-Belsen e Dachau foram campos de concentração alemães da época de Adolf Hitler.

De acordo com Barthes (1984), a fotografia não representa apenas o resultado de um simples 'clique'. Sua subjetividade pode mentir, provocar, chocar, gerar cumplicidade, evocar sensações sensuais ou de dor, movimento, odor, som etc. Proporciona prazer estético, e, também, pode manipular a opinião pública em favor dos interessados.

A fotografia é um discurso visual e um meio de expressão. Um documento e uma prova. Uma recordação. A imortalização de um instante.

Fairbanks/Alasca



Fonte: Acervo Ivone Lopes

2. O PAPEL DA FOTOGRAFIA NO PROCESSO DE CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

A conservação da biodiversidade depende do conhecimento e do amor. O papel dos fotógrafos de natureza é despertar a consciência do Homem para a incrível riqueza da vida na Terra, sua beleza e valor espiritual.

Luiz Claudio Marigo

Os nativos indígenas respeitam e cultuam a natureza. Sabem o valor que ela tem. Nutrem-se dela, mas cuidam e a preservam. Para os andinos a natureza é representada por *Pachamama*², considerada a mãe do mundo, dos homens, de tudo o que é vivo. Cuida da fertilidade da terra, detém a sabedoria dos ciclos e traz o tempo, que cura as dores do mundo. Os indígenas a cultuam, têm-lhe respeito e obediência.

O Homem civilizado modifica a natureza, muitas vezes de forma irreversível. Faz isso desde que aprendeu a construir sua casa, cultivar os alimentos, domesticar os animais e explorar os minerais. Desde a sociedade moderna intensifica de forma tão alarmante este processo de produção e consumo, que compromete a vida no planeta.

Com a revolução industrial e a especulação capitalista, a degradação da natureza acelerou. O crescimento das áreas cultivadas e a extração mineral destruíram vegetações nativas e florestas. Em consequência, os rios foram afetados, com redução do seu volume e da qualidade de suas águas.

² *Pachamama*, para os andinos, é uma deusa, a Mãe Terra. A palavra "Pacha" originalmente significa universo, mundo, lugar, tempo, enquanto que "mama" significa mãe. É a geradora de abundância e de tudo que na terra existe. É a vida, as estações, a fecundidade; é o ciclo da vida, da morte, do renascimento.

Inúmeras espécies animais e vegetais foram extintas. Toneladas de lixo foram geradas pelo consumismo inconsciente e ainda hoje são lançadas indiscriminadamente nos rios, nos mares e nos aterros sanitários. As quantidades são assustadoras, conforme nos relata Bensen:

“Quanto mais desenvolvido (rico) é o país, mais lixo gera. No Brasil, cada cidadão produz entre 0.5 a 1 kg de lixo por dia, dependendo do porte da cidade. Em algumas cidades dos Estados Unidos e do Japão, a produção chega a 3 kg por habitante”. (BENSEN, 2007, p. 398).

Vietnã



Fonte: Acervo Jerry Varne

Vietnã



Fonte:Acervo Filipe Berndt Julio

Apesar de a reciclagem ganhar espaço, os interesses econômicos continuam estimulando muitas agressões ao meio ambiente, com a conivência dos órgãos públicos e, muitas vezes, dos meios de comunicação, que pelo desejo de levar informação aos consumidores, produzem, em grande medida, a poluição visual, com letreiros, faixas, avisos, pichações, que em excesso acabam agredindo as pessoas, causando perda de relações de afeto com a própria cidade e baixando a auto-estima de seus moradores. É um item importante que vem sendo estudado pela psicologia ambiental, segundo Bensen (2007, p.398).

A saúde do planeta depende de uma mudança de mentalidade, como o consumo consciente, a reciclagem e a sustentabilidade. Se não houver esta transformação o futuro da humanidade está severamente ameaçado. O que agride a natureza, também agride o Homem.

É o que mostra o trabalho do renomado fotógrafo canadense Edward Burtynsky³, que andou pela China e fotografou durante anos as 'paisagens fabricadas' de pedreiras, reciclagem de estaleiros, fábricas, minas e barragens.

A partir dessas fotos, nasceu o documentário de longa metragem *Manufactured Landscapes*. Nele o fotógrafo aponta as provas e os efeitos da revolução industrial naquele país. A Barragem das Três Gargantas, que é 50% maior do que qualquer outra barragem no mundo, desalojou mais de um milhão de pessoas. Chão de fábrica, ao longo de um quilômetro de comprimento e a renovação urbana de Xangai, são temas das suas lentes.

³ http://www.edwardburtynsky.com/Sections/The_Film/Manufactured_Landscapes.html. Acesso em 17-10-2010, 17h11.

Fotos da China que integram o filme *Manufactured Landscapes*

Pátio de fábrica



Fonte: Acervo Edward Burtynsky

Pátio de fábrica



Fonte: Acervo Edward Burtynsky

Exploração de minério



Fonte: Acervo Edward Burtynsky

Rio poluído por mercúrio



Fonte: Acervo Edward Burtynsky

Manufactured Landscapes é um filme que sensibiliza, nos deixa a meditar sobre o profundo impacto ambiental do que fazemos com o nosso planeta. As fotos são tão poderosas que nem precisam ser apresentadas de forma didática. O filme dá continuidade a essa abordagem de mostrar a complexidade da degradação ambiental, sem tentar chegar a julgamentos simplistas ou resoluções fáceis. No processo, ele tenta sensibilizar a nossa consciência sobre o mundo e a maneira como vivemos nele simplesmente pela constatação da pura realidade, representada pelas imagens fotográficas.

As questões ambientais sobre nosso planeta aumentaram demasiadamente nas últimas décadas e estão agora entre os mais sérios desafios que afetam a vida das pessoas em todo o mundo. Todas as nações são afetadas, mas geralmente os países mais pobres e as populações mais carentes sofrem o maior ônus. Eles são os mais atingidos pela destruição ambiental e a mudança climática e são os que têm menos recursos disponíveis para adaptar-se às situações de mudança.

Nessa questão, a Educação Ambiental surge como uma alternativa de transformação humana e social para a preservação ecológica e manutenção do equilíbrio dos ecossistemas. Utiliza-se dentre vários meios, da arte e produção cultural, voltada para a sensibilização do Homem contemporâneo.

Araújo (2010) nos diz que a fotografia é um instrumento midiático que alia informação à arte; o conteúdo imagético leva ao conhecimento e, ao mesmo tempo, como toda forma de arte, à sensibilização e à apreciação estética. Portanto revela-se como um grande canal de conscientização e de estimulação natural à sensibilidade humana, por meio da imagem construída de forma a captar o olhar de forma contempladora, pela beleza, ou ainda, pelo retrato delator da natureza degradada, poluída, ameaçada. Ela impõe-se como uma importante manifestação da poética visual contemporânea.

Se por um lado Burtynsky usou imagens de natureza degradada como metáforas para o dilema da nossa existência moderna, outros fotógrafos optaram por seduzir pelo belo, por mostrar uma chance de viver bem se preservarmos.

O primeiro parque nacional do mundo, Yellowstone⁴, foi criado como um resultado direto do trabalho do fotógrafo William Henry Jackson e do pintor Thomas Moran. Os dois homens viajaram com o pesquisador Ferdinand Hayden, diretor de Pesquisa Geológica dos EUA, para a região de Yellowstone, no verão de 1871.

Jackson levou 50kg de equipamentos fotográficos. Suas incríveis imagens, junto com as aquarelas e desenhos do pintor Thomas Moran, ajudaram a convencer o Congresso Americano que Yellowstone deveria ser de alguma maneira preservado.

Fotos da Expedição Hayden

Henry Jackson arrumando seu equipamento fotográfico de 50 kilos



Fonte: Acervo desconhecido

Laboratório portátil



Fonte: Acervo desconhecido

Negativos de vidro



Fonte: Acervo desconhecido

Pintura de Thomas Moran, do Parque de Yellowstone



Fonte: Acervo desconhecido

⁴. Informações retiradas do site <http://www.terrana.com.br/soscerrado/html/whj.html>
Acesso em 28-07-2010.20h34.

Um ano depois, o parque já era uma reserva. Sem seus esforços poderia ter levado muito mais tempo para o Congresso Americano reconhecer os tesouros do Parque, que poderia ter sido destruído, pois o Governo estava interessado em explorar os seus recursos a fim de reconstruir o país após a guerra civil, mas graças ao poder de sensibilização da fotografia e pela sua capacidade de representar o real e revelar o 'não visto', porque “as fotografias fornecem provas [...]”, Sontag (1986, p. 15). Assim foi criado o primeiro parque nacional do mundo em 1º de março de 1872.

Outro exemplo de criação de mais uma reserva ambiental foi o Parque do Gabão, na África. Em 2001, Michael Fay, biólogo e fotógrafo, partiu em uma caminhada de aproximadamente 3.000 km através do coração da África, boa parte deles no Gabão, para documentar a maior área inexplorada no continente - uma expedição apelidada de *Megatransect*⁵. O então presidente Omar Bongo, ao ver as imagens, resultado dessa expedição, aceitou as sugestões dos ambientalistas e o governo do Gabão estabeleceu o seu primeiro sistema de parques nacionais, oferecendo proteção para mais de 10% de sua flora e fauna, criando treze novos parques nacionais de uma só vez para a proteção de ambientes tão diversos quanto florestas tropicais, savanas, manguezais, lagoas e pântanos. Nas palavras de Fay: “O presidente já tinha ouvido tudo sobre desenvolvimento sustentável e conservação, mas só se deu conta de que seu país tem recursos naturais que vão além dos minerais e madeira, ao ver as fotografias da expedição”.

⁵ Informação retirada do site <http://en.wikipedia.org/wiki/MegaTransect>
Acesso em 20-9-2010. 11h01.

Fotos da Expedição *Megatransect*, de Michel Fay



Fonte: Acervo Michel Fay



Fonte: Acervo Michel Fay.



Fonte: Acervo Michel Fay



Fonte: Acervo Michel Fay.



Fonte: Acervo Michel Fay

Inspirado por este sucesso, Fay ajustou suas visitas em toda a África, passando oito meses no projeto *Megafllyover*, voando baixo e lento mais de 60.000 quilômetros de África. A expedição capturou centenas de milhares de imagens digitais,

criando um registro inédito do meio ambiente e gerando novas medidas para a conservação. Recentemente, completou o *Fay Transect Redwoods*, andando pela floresta de sequóias na América do Norte para encorajar a conservação dessas florestas antigas.

Ficou provado que a fotografia permite ver o que não se tem tempo de ver, pois ela fixa um tempo, uma realidade. Seja qual for a imagem, o seu efeito diante das pessoas é que irá determinar a sua perenidade. Aqui, algumas belas imagens sensibilizam um homem de poder, que deixa a emoção fluir e o leva a tomar atitudes importantes para a preservação de uma área importantíssima para a humanidade. Seja na Ásia, na Europa, na África ou na América, as imagens trazem um retrato denso, às vezes cáustico, um retrato do planeta que o homem faz. Mas há os que acreditam que a estética do belo sensibiliza mais e aposta nesta linhagem e assim conseguem verdadeiros milagres como aconteceu no Bongo e nos Estados Unidos, com o Parque de Yellowstone.

Há outros exemplos de iniciativas conservacionistas, como informa o fotógrafo de natureza Luciano Candisani, no *blog Planeta Sustentável*⁶.

A fotógrafa e ambientalista Cristina Mittermeier, pensando em potencializar o uso da fotografia como ferramenta em favor da conservação, fundou, em 2005, uma associação de fotógrafos de natureza com obras relevantes para a proteção da biodiversidade no planeta. A Liga Internacional dos Fotógrafos de Conservação – ILCP, da sigla em inglês - conta hoje com 72 profissionais de vários países, entre eles Michael Nichols, autor das fotografias da expedição *Megatransect*, decisivas na criação dos parques no Gabão. (CANDISANI, 2009)

⁶ <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/sustentabilidade/conteúdo>
Acesso em 17-10-2010, às 14h35

2.1. Comunicação e meio ambiente

A comunicação está no cerne da formação do sentido e na construção e desconstrução da sociedade e de seus movimentos sociais. (Giddens)

Antigamente, quando a vida comunitária era simples e limitada, a linguagem falada era suficiente para os contatos entre grupos humanos próximos. A comunicação entre as pessoas se fazia diretamente, sem problemas.

A partir da evolução da humanidade a comunicação foi se desenvolvendo e ficando mais complexa, assim como seus meios.

Chegamos à era da comunicação total, na qual a cada instante há um bombardeio de informações que nos chegam por diversas formas: jornais, revistas, encartes, folhetos, *e-mails*, *sites* de notícias e de relacionamento, de vídeos, de músicas, redes sociais, celulares, *blogs*, *twitters* etc, suprimindo até mesmo uma necessidade cada vez maior de contato virtual.

Numa era em que a comunicação tornou-se a prioridade absoluta da sociedade contemporânea e em que os meios para isso se multiplicam a cada semana, estar ausente, fora das redes, deixar de atingir cada componente de seus públicos-alvo em cada um de seus territórios é também estar fora do mundo. É ocupar cada vez menos espaço e estar cada vez menos vivo como formador de tendências e como provedor de produtos ou serviços que, de outra forma, poderiam ser considerados indispensáveis à comunidade.

A força da comunicação no mundo moderno tem uma grande razão: a capacidade de privilegiar a liberdade, o indivíduo, o direito à expressão, o interesse por técnicas que simplificam a vida além de estimular pessoas, mercados e negócios. Deve-se isso a duas palavras: conectividade e interação. No mundo atual, os meios de comunicação envolvem as pessoas com uma presença difícil de escapar. O sucesso da comunicação hoje é o resultado das técnicas que nos libertaram das condicionantes de tempo e espaço, nos permitindo enxergar, falar, interagir nos quatro cantos do mundo, todos os dias a qualquer hora. Não é por acaso que vivemos a era da comunicação. A comunicação sustenta mercados, empresas, negócios de todo porte e se tornou indispensável. Em casa ou no espaço público, a mídia oferece serviços com uma constância que se impõe como necessidade quase indispensável.

A comunicação, além de ser uma ferramenta de desenvolvimento humano, é muito mais do que um processo que se dá de maneira linear. Dinâmica e inquieta, ela precisa ser vista como um conjunto em movimento. Mudam os tempos, os meios e as formas de comunicar e é necessário que, mais do que mudar as formas de se relacionar com o mundo via comunicação, alguns hábitos também se renovem, principalmente aqueles que podem ajudar a preservar o meio ambiente e levar a um desenvolvimento sustentável.

Quando se fala em mudanças para hábitos sustentáveis, o papel da comunicação é fundamental nesse processo de conscientização da sociedade e para aproximar o discurso da prática. Para Felix (2009, p. 7),

O avanço das comunicações amplifica e agiliza a velocidade das informações. [...]. O Protocolo de Kyoto, que estabelece a redução na emissão de gases que provocam o aquecimento global, assinado em 2005 por mais de 150 países, é mais uma prova de que o profissional de Marketing e Comunicação deve juntar-se à busca pelo desenvolvimento sustentável, em suas estratégias e práticas profissionais. (FELIX, 2009, p. 7)

Nesse cenário, a comunicação torna-se estratégica, com um importante papel no restabelecimento da preservação do meio ambiente. Para tanto, a informação ambiental de qualidade deve apontar os fatos geradores da crise, para que o público tome consciência da totalidade do problema e possa atuar sobre as causas e não apenas sobre os efeitos. Deve-se procurar desenvolver a habilidade da sociedade de responder apropriadamente às mensagens ambientais relevantes ao bem estar tanto da civilização humana quanto dos sistemas naturais biológicos. Atuar no sentido de tornar as representações do meio ambiente mais transparentes e acessíveis para o público.

2.2. Propaganda e publicidade ambiental

As grandes descobertas científicas, tecnológicas e especialmente as questões éticas, quando se fala da relação homem-natureza, ganharam força nas últimas décadas, e a preservação do meio ambiente é condição primária para que o Homem possa, de uma maneira sustentável, sobreviver.

A articulação da comunicação com o meio ambiente também evoluiu nos últimos anos, mas ainda não é a ideal para impulsionar a conservação da natureza e o desenvolvimento sustentável.

Pelo contrário, a publicidade e propaganda atualmente são muito criticadas pelos ambientalistas por fomentarem a criação de necessidades e aumentar o consumo da população, cuja finalidade é predominantemente a obtenção de lucros. Mas também existe o lado da responsabilidade ambiental, aspecto muito explorado neste começo de século por ONGs e associações de proteção ao meio ambiente pela publicidade.

O uso da imagem fotográfica como estratégia de comunicação para favorecer a conscientização ambiental ganha espaço e consistência por atrelar arte à mídia, ou seja, o conteúdo artístico a um suporte que pode ser amplamente veiculado, que apreende atenção e admiração ao mesmo tempo.

Cresce na mídia a quantidade de propagandas relativas à questão ambiental, que Giacomini (2004) denomina como 'ecopropagandas'. Em sua visão, a propaganda diz respeito à comunicação persuasiva, e enfatiza que toda publicidade pode ser chamada de propaganda:

Os protagonistas da causa ambiental têm na propaganda um instrumento poderoso para comunicar, difundir, persuadir, e disseminar suas ideias relacionadas à preservação, recuperação, prevenção e ao equilíbrio de recursos ecológicos, nos quais se inclui o Ser Humano. (GIACOMINI, 2004, p.23)

Organizações como WWF, Greenpeace e Institutos Akatu e Ethos, por exemplo, se utilizam da fotografia de natureza preservada e/ou degradada para fazerem suas campanhas de conscientização ambiental. A estratégia do Greenpeace é apelar para imagens impactantes, muitas delas manipuladas para exaltarem ainda mais

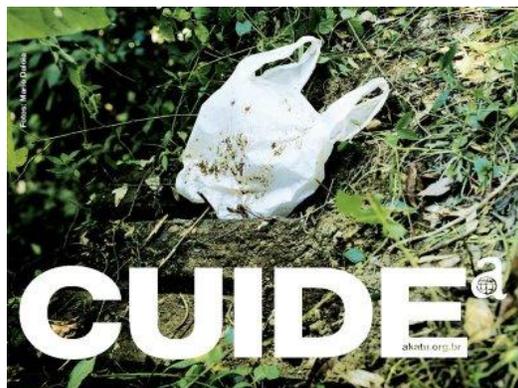
a degradação ambiental e assim sensibilizar pelo choque, pelo terror. O objetivo é conscientizar e sensibilizar para a necessidade da mudança de hábitos.

Propagandas institucionais de conscientização ambiental⁷



Fonte: Acervo WWF

Campanha: Não é apenas uma árvore que é cortada



Fonte: Acervo Instituto Akatu

Campanha: Não é apenas uma árvore que é cortada



Fonte: Acervo Greenpeace

Campanha: "Do you know what you eat?"



Fonte: Acervo Greenpeace

Campanha: "Do you know what you eat?"



Fonte: Acervo Greenpeace



Fonte: Acervo Greenpeace

⁷ Imagens retiradas dos sites <http://braind.wordpress.com/2008/01/> e <http://aletp.com/>
Acessos em 25-11-2010. 15h14.

Os meios de comunicação têm auxiliado a humanidade a desenvolver a consciência da responsabilidade socioambiental. Seu papel é fundamental nesse processo da evolução humana. Necessário faz-se, no entanto, que o governo e a sociedade como um todo se utilizem desses recursos para estabelecer programas públicos de educação ambiental. Temos toda a linguagem, as ferramentas e o poder de persuasão da mídia, falta-nos usá-los adequadamente.

2.3. Sustentabilidade e educação ambiental

Nunca, na história do planeta Terra, os efeitos das ações dos seres humanos sobre o meio ambiente estiveram em situação tão crítica, exigindo não somente reparos, mas mudanças de atitudes.

Quando se remete à questão ambiental, entende-se as palavras 'sustentável' e 'sustentabilidade' e a expressão 'desenvolvimento sustentável' como formas de expressar as convicções e preocupações a respeito da relação que se tem, hoje, com os recursos naturais, e o que resultará dessa relação para as novas gerações.

Teixeira (2008) nos coloca que a expressão 'desenvolvimento sustentável' está sujeita a várias interpretações e que pensamentos e correntes das áreas ambiental e econômica acreditam que as palavras 'desenvolvimento' e 'sustentável' seriam incompatíveis na tentativa de transmitir uma ideia conjunta porque seriam,

teoricamente, contraditórias com relação à evolução humana e à preservação/conservação do meio ambiente.

O debate em torno do 'desenvolvimento sustentável' também se mostrou questão política entre nações ricas e pobres, desenvolvidas e subdesenvolvidas, do Norte e do Sul do planeta. Nas emissões de gases poluentes, por exemplo, especialistas, como Neil Middleton, Phil O'Keefe e Sam Moyo⁸, apontam que os países do Hemisfério Norte - como os Estados Unidos - produzem cerca de 90% de todas as emissões de dióxido de carbono e só podem reabsorver 10% desses lançamentos. Já os países do Hemisfério Sul - como o Brasil -, produzem perto de 10% das emissões desse gás poluente e reabsorvem 90% dele. (TEIXEIRA, 2008)

Podemos entender 'sustentabilidade' como a busca pelo equilíbrio entre as ações decorrentes da evolução humana e o uso do meio ambiente e dos recursos naturais pela espécie.

Quando se fala em desenvolvimento sustentável ou em sustentabilidade pressupõe-se ações práticas e teóricas de educação ambiental. Políticas de desenvolvimento tecnológico, social e econômico devem ser precedidas pela educação ambiental. Ou seja, para alcançarmos o equilíbrio entre a desejada e inevitável evolução do Homem e a conservação e/ou preservação dos recursos naturais precisamos acreditar e investir em educação ambiental.

A educação ambiental tornou-se lei em 27 de abril de 1999. A Lei n. 9.795 – Lei da Educação Ambiental, em seu art. 2º afirma: “A educação ambiental é um

⁸ Neil Middleton escreveu extensamente sobre o desenvolvimento e ajuda e é consultor da ETC no Reino Unido. Phil O'Keefe é professor de Desenvolvimento Econômico e Gestão Ambiental da Universidade de Northumbria. Ele também é o diretor da ETC no Reino Unido. Eles são os autores de “Desastres e desenvolvimento: a política de ajuda humanitária”, e com Sam Moyo, do Tears of the Crocodile: “Do Rio à realidade no mundo em desenvolvimento”, ambos publicados pela Pluto Press. <http://us.macmillan.com/redefiningsustainabledevelopment>. Acesso em 2-11-2010. 19h15.

componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal”.

O tema se torna integrado à ideia de Educação quando a lei apresenta a educação ambiental como ‘um componente essencial e permanente da educação nacional’. Torna-se, portanto, nítida a chamada transversalidade da educação ambiental em qualquer processo educativo. Ou seja, longe de ser compreendida como mais uma disciplina, a educação ambiental deve ser tratada em todas as já existentes, promovendo assim uma busca pela compreensão da totalidade, em vez de somente captar a realidade parcialmente, da perspectiva de uma ou duas disciplinas.

A educação ambiental é a ação educativa permanente pela qual a comunidade educativa tem a tomada de consciência de sua realidade global, do tipo de relações que os homens estabelecem entre si e com a natureza, dos problemas derivados de ditas relações e suas causas profundas. Ela desenvolve, mediante uma prática que vincula o educando com a comunidade, valores e atitudes que promovem um comportamento dirigido a transformação superadora dessa realidade, tanto em seus aspectos naturais como sociais, desenvolvendo no educando as habilidades e atitudes necessárias para dita transformação. (Conferência Sub-regional de Educação Ambiental para a Educação Secundária Chosica/Peru -1976)

‘Educar ambientalmente’ está ligado à preservação e conservação do meio ambiente e ao correto uso dos recursos naturais. Isso implica em mudanças de hábito das pessoas. Respeitar a natureza, armazenar adequadamente o lixo, reciclar etc. são ações mínimas que qualquer um pode fazer, que refletem em bem estar e ainda fazem desejar o mesmo estado de satisfação física, mental e moral para os descendentes.

Teixeira vai além quando afirma que

Educação ambiental, conservação e preservação do meio ambiente e dos recursos naturais devem estar na agenda não apenas de ecologistas e ambientalistas, mas de jornalistas, pedagogos, educadores, economistas, advogados, administradores, parlamentares, engenheiros, médicos, publicitários, profissionais de comunicação e de marketing, empresários, civis, militares, estudantes, adultos, crianças e governos. Enfim, de todos os setores da sociedade. (TEIXEIRA, 2008).

O que se percebe é que todas as ações que visam equilibrar o bem estar da humanidade com a conservação e a preservação dos recursos naturais, aliados a técnicas e tecnologias que permitam o desenvolvimento social e econômico e garantam condições favoráveis de vida neste planeta para as gerações futuras, estão intimamente ligadas a programas e projetos de educação ambiental. Sustentabilidade e educação ambiental são o caminho para conservar o planeta saudável para as próximas gerações.

Nesses cenários, o papel da comunicação social é aproximar o discurso à prática, com o potencial de multiplicar a consciência de responsabilidade e respeito para com a vida humana e a natureza, educar e influenciar por meio da disseminação desses valores.

Atingindo esse objetivo, a comunicação terá cumprido o seu papel mais nobre, o de assegurar um mundo melhor para todos. Mesmo não estando ainda preparados ou absolutamente convictos de que este seja o melhor mundo para nós, talvez seja possível chegar a um consenso de que este é o mundo que queremos e sonhamos para nossos filhos, netos.

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1. ANÁLISE DA PESQUISA

Entre os dias 18 e 20 de novembro de 2010, a pesquisa ocorreu em três locais diferentes de Brasília: colégio COC, localizado na 604 Sul; na Rodoviária; e na loja Etnia, 413 Norte, durante um evento, no qual aconteceu a exposição das fotos, para colher opiniões dos espectadores que por ali passavam, sobre a questão ambiental. A pesquisa foi idealizada como uma primeira aproximação aos significados com os quais as pessoas constroem as ideias de preservação ambiental e a forma como elas são sensibilizadas e possivelmente conscientizadas.

Os resultados desta pesquisa são comunicados na presente monografia, advertindo que os mesmos não podem ser extrapolados para qualquer segmento social, já que nenhum procedimento de amostragem foi utilizado. Além disso, a comunicação com os informantes não foi suficientemente interativa para permitir compreender como a fotografia impacta em suas mentes a ponto de se concretizar em mudanças de atitudes em relação à preservação ambiental. Por essas duas razões, as afirmações que faço não são conclusivas. Todas elas devem ser encaradas como linhas de indagação iniciais, resultantes da interpretação que demos às breves respostas dadas por transeuntes apressados.

A análise da pesquisa começa explicando a metodologia aplicada, seguida da apresentação dos resultados do questionário demonstrada em gráficos, e descrição das informações colhidas.

Incluem-se, em anexo, o questionário utilizado na pesquisa e as fotografias de natureza.

3.1.1. Metodologia

A metodologia utilizada foi uma pesquisa quantitativa, na qual se aplicou um questionário estruturado e padronizado. Na primeira parte continha as informações de identificação dos respondentes (idade, sexo, escolaridade e renda mensal). Na segunda parte buscou-se um tratamento qualitativo ao questionário, incluindo quatro questões de múltipla escolha e duas subjetivas, com o objetivo de encontrar significados latentes ou o sub-texto de cada respondente, na busca de suas impressões em relação às 16 fotos expostas, que parte retratavam natureza preservada, parte degradada. Nessas questões de múltipla escolha e subjetivas estava a questão-motivo do estudo: o impacto da fotografia na sensibilização ambiental. As fotos eram coloridas e no formato de 30 cm x 40 cm, expostas em um varal fotográfico, na escola de ensino médio. Já na rodoviária e na loja foram afixadas na parede. A pesquisadora participou de todo o processo, na observação e na abordagem aos espectadores, convidando-os a responder o questionário assim que eles terminavam de apreciar as fotografias expostas, portanto trata-se da observação da participante. Ao todo foram respondidos cem questionários.

3.1.2. Caracterização dos entrevistados

Todos os cem questionários foram incluídos na análise qualitativa e quantitativa, cujos resultados foram reunidos e articulados nesta monografia.

Das cem pessoas entrevistadas a proporção de mulheres (53%) é ligeiramente mais elevada do que a de homens (47%). Em termos de idade, houve um equilíbrio entre os mais jovens, que se situam na faixa entre 11 e 18 anos (26%), os entre 19 e 35 (23%) e uma diferença maior para as pessoas entre 36 e 65 anos (51%).

Entre os entrevistados ninguém se declarou analfabeto, somente 10% das pessoas disseram ter ensino fundamental, 33% nível médio e a maior parte, 57%, respondeu ter nível superior e acima.

A renda mensal ficou dividida em 19% até três salários mínimos; 16% entre três e seis salários mínimos; 15% entre seis e dez salários mínimos; 27% acima de dez salários mínimos e 23% das pessoas não declaram renda, aqueles jovens abaixo de 18 anos que ainda não trabalham.

Concluindo, pode-se dizer que entre os homens e as mulheres que responderam ao questionário predominam os mais maduros (a partir dos 36 anos), com renda acima de dez salários mínimos. Além disso, a julgar pela renda e o nível educacional, a maior parte deles se situam na classe média média.

3.1.3. Impressões da pesquisa

Antes de analisar o resultado da pesquisa em si, vamos examinar quais foram as impressões observadas no local da pesquisa durante a coleta dos questionários.

De maneira geral, houve boa receptividade das pessoas em relação à exposição. As fotos as atraíam e eram bem elogiadas, apesar de algumas serem chocantes e tristes. Algumas pessoas se aproximavam e comentavam a questão ambiental, às vezes mostrando indignação outras vezes apenas elogiando as fotos. A maioria das pessoas apreciavam caladas, mas muitas delas expressavam em suas faces tristeza e preocupação, o que se subentende em virtude das fotos de natureza degradada.

Foi observado que o público da rodoviária, por exemplo, com grau de escolaridade menor, se sentiu mais atraído pelas imagens de natureza preservada. Perante essas fotos em especial, ele ficava mais tempo e parecia se deleitar com um paraíso, que, para eles próprios, parece distante de suas realidades. Outra importante observação é que quase 95% daqueles que passavam em frente à exposição paravam, e, na maioria dos casos, também comentavam alguma coisa, além de responderem ao questionário.

Já na pesquisa realizada com o público de grau de escolaridade superior, as fotos que mais atraíam foram as de natureza degradada. Os espectadores demonstravam tristeza e revolta, em meio à crítica ao governo e à política ambiental.

3.1.4. Análise do questionário

O parâmetro utilizado para analisar as questões pertinentes ao tema foi a partir do nível de escolaridade, pois pressupõe-se que conscientização ambiental é uma questão de ter maior acesso à informação, cultura e educação.

Parte de um estudo mais amplo, o objetivo desta pesquisa é analisar como a fotografia sensibiliza as pessoas com relação às questões ambientais, saber qual tipo de imagem fotográfica que mais impacta: fotografias de natureza degradada ou preservada? O que mais impressiona no tipo de fotografia escolhida? A pesquisa foi importante porque estimulou as pessoas a refletirem sobre a degradação ambiental, e sua responsabilidade para com o Planeta.

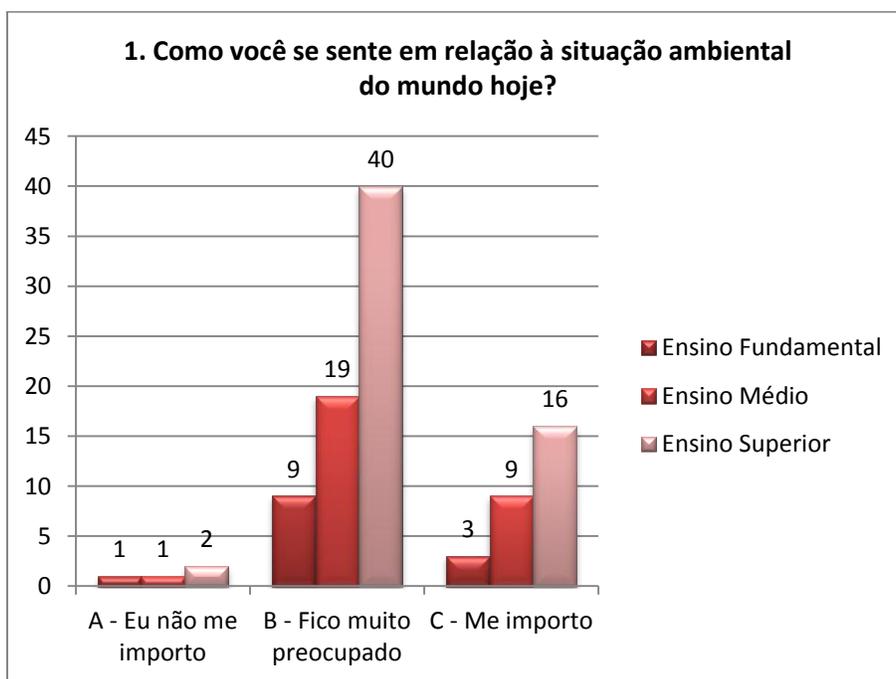
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pergunta 1 - “Como você se sente em relação à situação ambiental do mundo hoje”?

Nessa pergunta procurou-se saber qual o nível de importância que o entrevistado dá à questão ambiental.

Das cem respostas apuradas, 58 pessoas disseram que ficam ‘muito’ preocupadas com a situação, resposta unânime em todos os níveis de escolaridade, e 28 declararam que se importam com tal situação. Somente quatro pessoas, uma com ensino fundamental e médio e outras duas com ensino superior, afirmaram que não se importavam, o que ratifica o capítulo 2 quando apresenta a força da mídia na conscientização dos problemas ambientais da atualidade.

Gráfico 1 - A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Fonte: Autora

Para Felix (2009, p. 7), “o avanço das comunicações amplifica e agiliza a velocidade das informações”. Pode-se dizer, que a preocupação com o meio ambiente é recente, tem cerca de 30 anos. Antes disso, as questões mundiais giravam em torno da divisão entre o capitalismo e o socialismo; o grande risco de uma Terceira Guerra Mundial; a bomba atômica, entre outros.

No entanto, a partir da década de 1980, autoridades do mundo inteiro mudaram o foco de sua atenção, e nos anos 1990 os grandes países começam a se preocupar com a questão ambiental. Perceberam que as catástrofes ecológicas são sérias e precisam ser enfrentadas, e que preservar um ambiente sadio é condição indispensável para garantir um futuro tranquilo às futuras gerações.

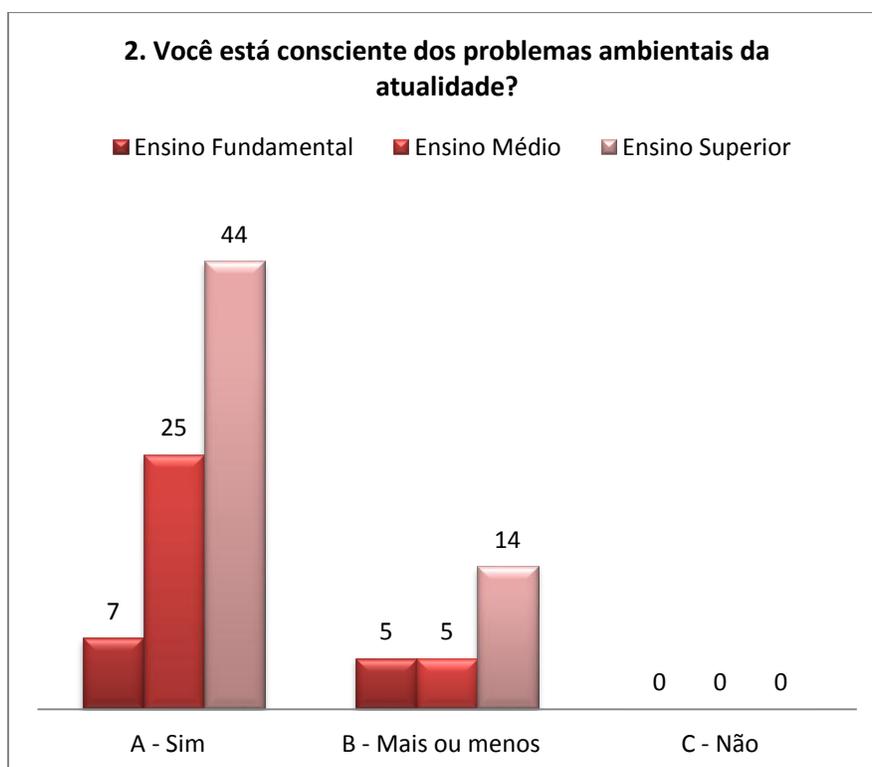
Nesse ínterim, explode a era da comunicação, o que contribuiu para a disseminação das ideias em prol da ecologia e da preservação ambiental.

Pergunta 2 - “Você está consciente dos problemas ambientais da atualidade”?

Nessa questão, o foco era saber o nível de conhecimento do respondente acerca da temática ambiental, pois considera-se que a conscientização e a informação fundamentam a mudança de atitude.

As respostas seguiram a mesma linha, independente do nível de escolaridade apresentado. Do total de cem entrevistados, 44 com nível superior, declararam conhecer os problemas ambientais; entre os estudantes de nível médio, 25 mantiveram a mesma opinião; e sete do ensino fundamental, declararam conhecer os problemas. Nenhum deles optou pela terceira opção que era ‘não’. Do total de pessoas de todos os níveis apenas 24 declaram estar ‘mais ou menos’ conscientes.

Gráfico 2- A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Fonte: Autora

Pelo que é possível observar da pesquisa, a maioria dos entrevistados está consciente da problemática ambiental, independentemente do nível social, de escolaridade ou de renda. Tal fato demonstra que todos têm acesso às informações geradas pelos meios de comunicação e estão bem informados. Observa-se, ainda, que com o domínio da informação a mídia desenvolveu mecanismos e ferramentas capazes de difundir, mais rapidamente, o conhecimento acerca da problemática ambiental, comprovado pelas últimas décadas, em que houve um aumento significativo de publicações, documentários e campanhas de publicidade institucionais sobre o meio ambiente. As pessoas entrevistadas estão conectadas com os meios de comunicação e bem informadas, comprova-se.

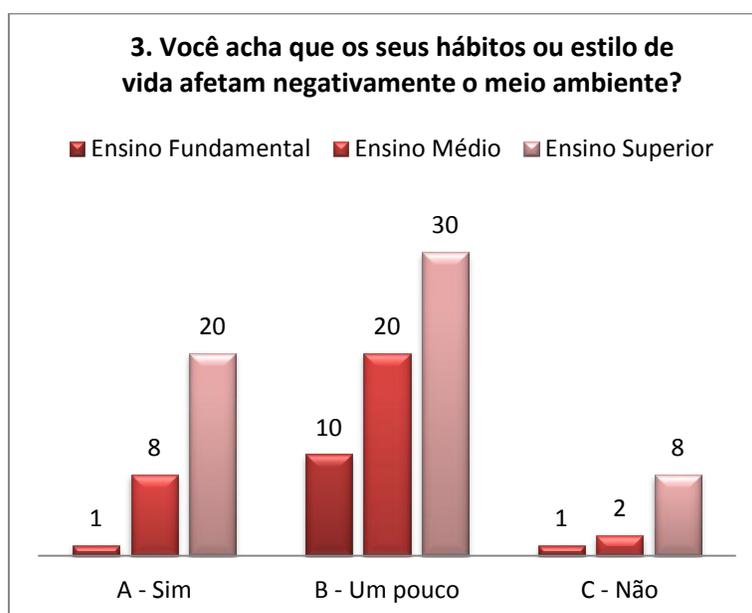
Segmentos da sociedade que nunca tinham tido acesso ao tema, uma vez que essas informações circulavam basicamente em espaços restritos (comunidade científica, seminários, palestras e publicações especializadas), hoje podem acessá-las a qualquer momento pela TV, rádio, jornais, cinema, internet e até nas novelas, nas quais a temática ambiental já está inserida.

Pergunta 3 - “Você acha que os seus hábitos ou estilo de vida afetam negativamente o meio ambiente”?

O objetivo desta pergunta foi essencialmente fazer com que os entrevistados olhassem para si e refletissem como estão inseridos no seu cotidiano e qual a sua interferência no meio ambiente.

Um percentual pequeno de entrevistados, onze do total, acreditam que seu estilo de vida ‘não’ interfere negativamente no meio ambiente. Entre os entrevistados de maior escolaridade, cerca de 30 reconhecem que seus hábitos afetam ‘um pouco’; na escolaridade mediana, 20 pessoas têm a mesma percepção. Já aqueles que afirmaram ter hábitos ou estilo de vida prejudiciais ao meio ambiente perfizeram um total de 29 de todos os entrevistados, sendo oito de ensino médio, 20 de ensino superior e um de ensino fundamental.

Gráfico 3 - A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Fonte: Autora

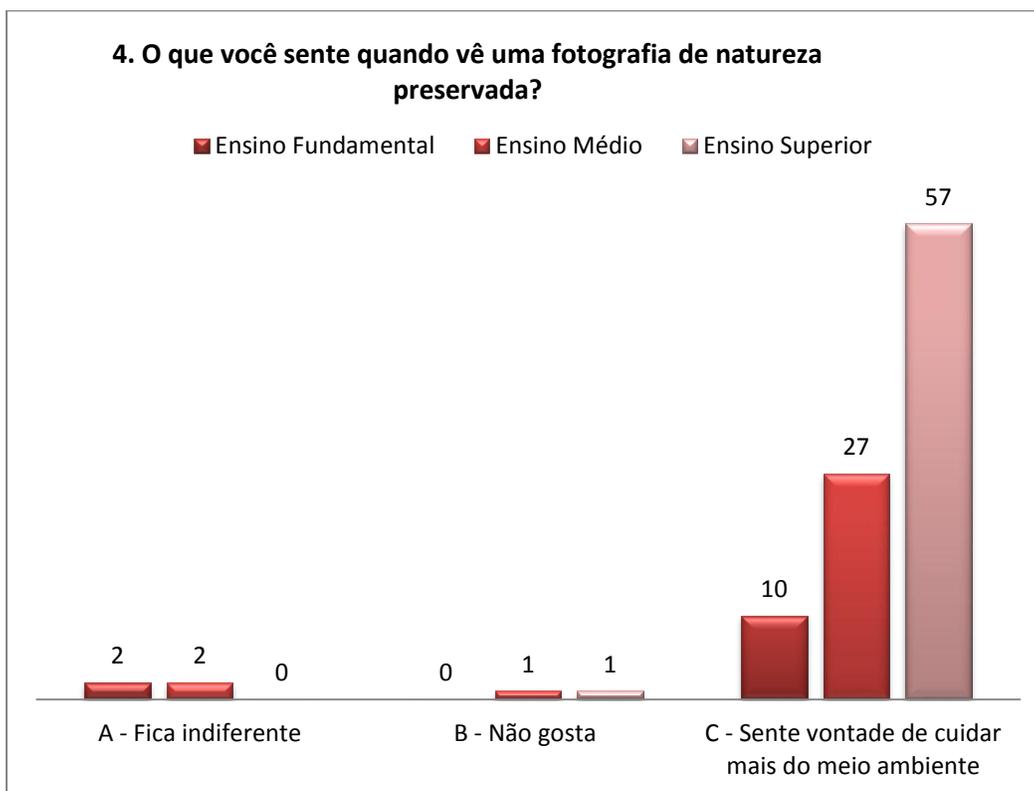
Pode-se concluir que as respostas dadas à Pergunta 3 apresentam um certo nível de preocupação com o meio ambiente, mas que ainda carecem de mais conscientização, sendo necessário mais investimento em educação ambiental, pois 61% do total dos entrevistados acreditam que afetam 'um pouco' o meio ambiente. Sinal que ainda não têm noção da ponta do *iceberg* representado pela degradação da natureza quando consumimos em excesso, quando nos utilizamos de recursos poluentes e assim por diante.

Pergunta 4 - “O que você sente quando vê uma fotografia de natureza preservada”?

Procurou-se saber com esta questão, como a apreciação estética sensibiliza e o que desperta nas pessoas.

94% do total das respostas dadas pelos entrevistados, em todos os níveis de escolaridade, foram unânimes em dizer que perante uma fotografia de natureza preservada sentem vontade de cuidar mais do meio ambiente.

Gráfico 4 - A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Fonte: Autora

A exposição fotográfica estimula a percepção por meio da contemplação permitida pela própria mídia em questão, eleva as fotografias e conseqüentemente o

tema ambiental atrelado a elas ao nível de objeto artístico, com a aura característica de uma exposição de belas-artes, desperta sensações de bem-estar, atrelado a recordações guardadas no profundo inconsciente de um lugar sagrado, intocado e precioso.

SUASSUNA (1975), parafraseando Hegel, explicita que a beleza natural, do mundo ao redor, foi apenas criada, e apreciada por nós, seres racionais; já a beleza artística, além de criada pelo absoluto, é recriada pelo espírito humano. Portanto, a fotografia de natureza preservada alia esses dois tipos de beleza em uma união estética que cria uma perspectiva sobre o mundo ao redor, que é pertencente ao fotógrafo e revelada ao mundo.

Cachoeira de Santa Bárbara - Goiás



Fonte: Acervo Ivone Lopes

O 'poder' que uma imagem possui, muitas vezes, passa despercebido por nós. Mas a imagem seduz, arrasta, convence. Saber interpretar sua força e seu simbolismo é o grande desafio. Ao conjugar a temática do meio ambiente em sua estética, passa a valorizar, despertar interesse e até mesmo incentivar a discussão e a reflexão sobre o assunto.

Apesar de a fotografia constituir-se de uma linguagem visual universal, pode-se dizer que é uma verdade com autoria, quando o autor tenta transmitir seu conceito sobre aquele momento, do instante captado, mas depende do espectador, quanto aos seus limiares de percepção e concepção crítica visual da interpretação da mensagem.

Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros - Goiás

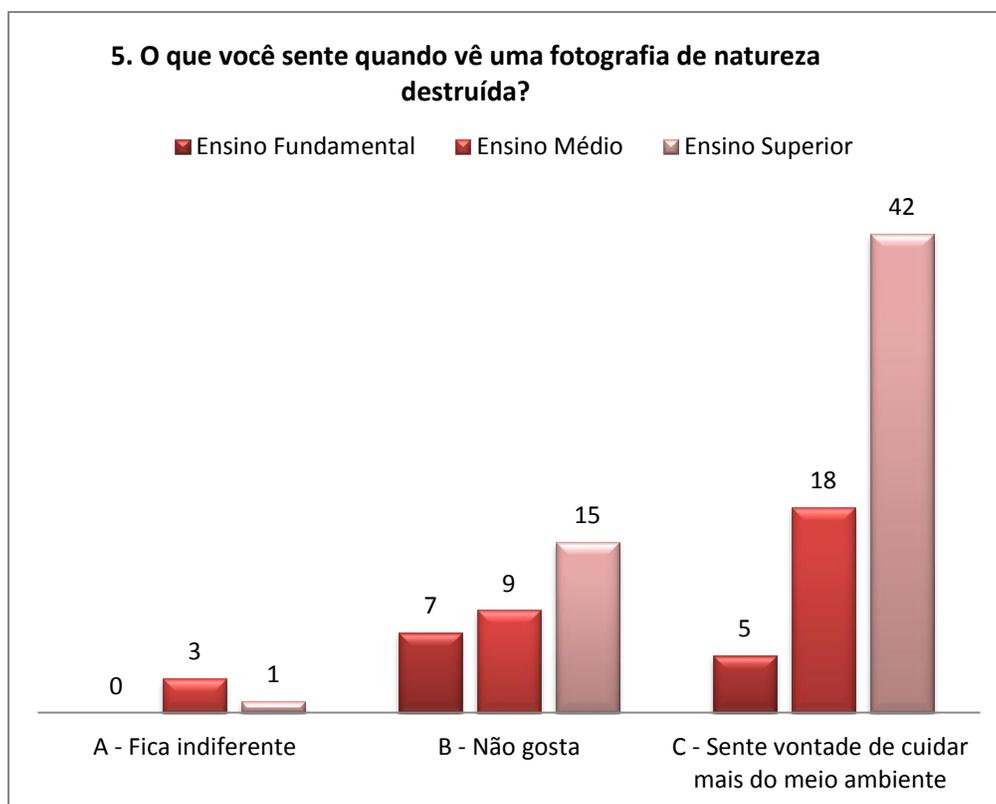


Fonte: Acervo Ivone Lopes

Pergunta 5 - “O que você sente quando vê uma fotografia de natureza destruída”?

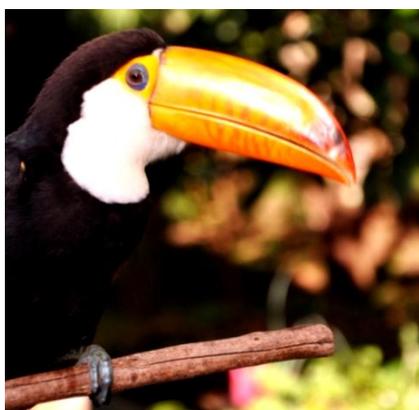
Esta questão teve resultado semelhante, em termos percentuais, entre os entrevistados de nível superior e médio, 78% e 75%, respectivamente, cuja maioria declarou sentir vontade de cuidar mais do meio ambiente. Apenas 4% das pessoas declaram ficar indiferentes à imagem observada. Ainda entre estes dois públicos 24% dos entrevistados afirmaram não gostar do que viram, sendo nove de nível médio e 15 superior. Já entre os entrevistados que declararam possuir o nível fundamental, mais de 50% afirmaram apenas não gostar e os demais sentem vontade de cuidar mais do meio ambiente.

Gráfico 5 - A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Fonte: Autora

Todas as imagens apresentadas nesta pesquisa são reais e elas chocam por mostrar o contraste entre paraíso visto nas fotos de natureza preservada e o contraste da natureza destruída⁹.



Fonte: Acervo Ivone Lopes



Fonte: Acervo Olivier Boels

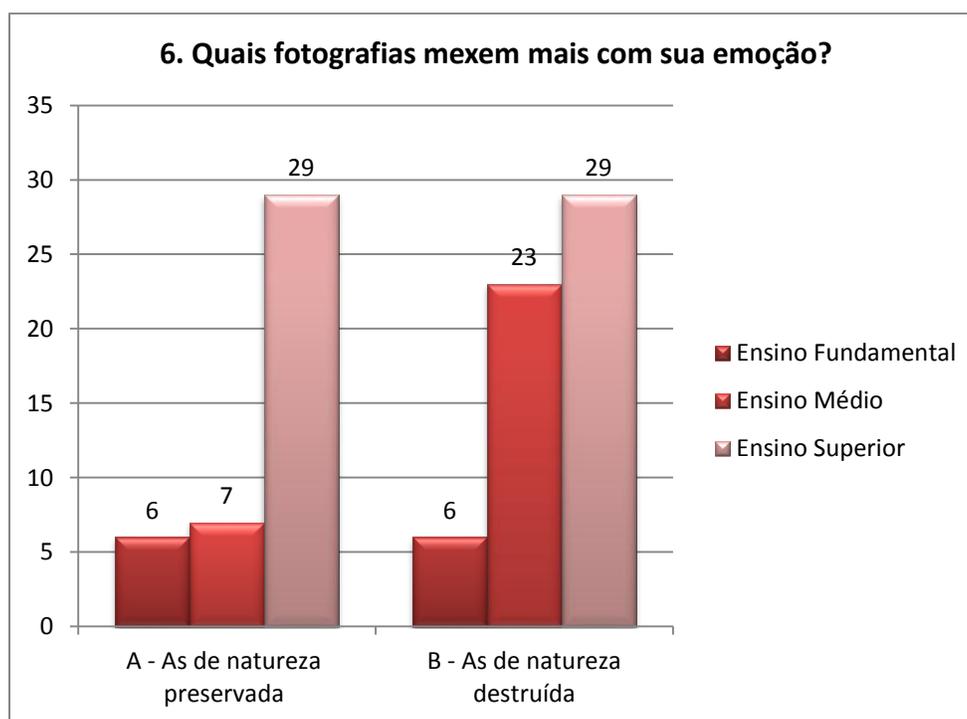
Muitas entidades não governamentais que lutam pela questão ambiental, como o Greenpeace e a WWF, se utilizam de imagens agressivas, muitas delas manipuladas, para que choquem, e através do medo da perda, tentar despertar as pessoas para uma consciência de preservação da natureza. As imagens utilizadas por elas costumam ilustrar o panorama de um planeta desolado, contaminado, sem esperança.

⁹ Várias espécies de animais, como os tucanos, correm o sério risco de desaparecer da natureza. Isso já aconteceu antes com alguns animais que só conhecemos por fotos ou descrições. <http://www.planetaeducacao.com.br> – Acesso em 10-12-2010, às 17h15

Pergunta 6 - “Quais fotografias mexem mais com sua emoção”?

Na questão 6, quando se fala em emoção, o público fica dividido; 50% dos entrevistados que possuem escolaridade superior ou ensino fundamental afirmaram ser mais afetados pelas fotografias de natureza degradada, já os outros 50%, pelas fotografias de natureza preservada. Na amostra de ensino médio, o panorama é diferente. Pouco mais de 70% afirmou que as fotografias de natureza degradada mexem mais com sua emoção. O que se supõe é que a geração dos entrevistados de ensino médio recebe mais informações acerca da questão ambiental e, por isso, se sente mais impactada pela destruição do que pela beleza da natureza.

Gráfico 6 - A imagem fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.



Quando questionados por que se sensibilizam com as fotos de natureza degradada, eles são tocados pela emoção e respondem que essas fotos despertam sentimentos fortes de angústia e dor, que a natureza é belíssima e dói ver o que o Homem está fazendo com o que há de mais valioso para a vida, que o belo deve ser preservado.

Muitos se revoltam e dizem que a tragédia ambiental demonstra o pouco progresso do Homem; causam raiva e indignação, que é triste ver o poder de destruição do ser humano; sentimento de perda. Que a foto também agride.

E o comentário que mais me chamou a atenção foi “Porque me deixa sem esperança para o futuro da humanidade, pois muitas das degradações são irreversíveis”.

Os que optaram pelas fotografias de natureza preservada justificaram que a natureza é bela e importante para nós. Que elas funcionam como um estímulo de preservação - prevenção à degradação. Que todos deveriam cuidar dela para que, pela esperança, tenhamos um futuro melhor para garantir as novas gerações. Pela beleza e perfeição grandiosas. Pelo milagre da vida.

E uma questão peculiar foi que várias das pessoas mais simples entrevistadas na rodoviária, falaram em Deus, “Porque a natureza é uma coisa que Deus fez para nós e devemos preservar.”

Como foi discutido no Capítulo 1 desta monografia, a fotografia surge, também, como uma possível facilitadora do resgate da sensibilidade do olhar diante da

vida, seja de alguém ou do próprio observador. Nunca, em nossa história, a linguagem visual foi usada com um poder tão grande de influenciar e persuadir pessoas.

A fotografia é uma linguagem visual universal, sem tradução específica, constituída por uma leitura livre, sem normas e formalismos. Em muitos casos, a imagem por si só basta.

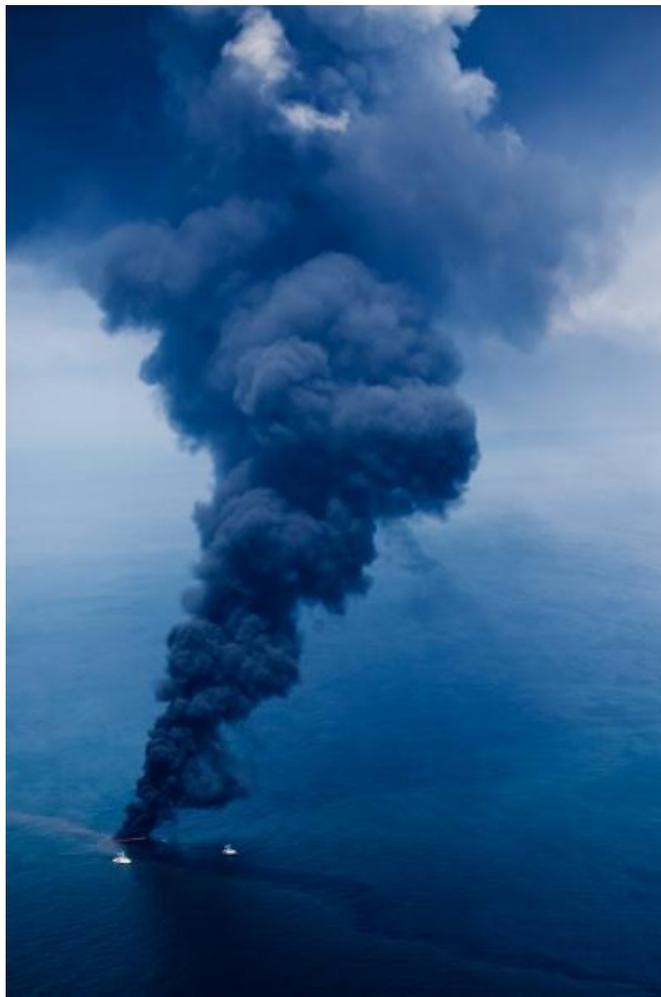
A revolução causada por esse meio de comunicação refletiu na forma do Homem gerar o conhecimento, transmitir informações e questionar o mundo em que vive.

O seu caráter documental tornou-se uma arma de poder, porque ela 'transcreve' o real. Para Sontag (1986, p. 15) a fotografia fornece provas, ela é o tempo detido.

Particularmente, uma foto pode reavivar sentimentos relativos a alguém que não está mais presente, ou trazer, por instantes, sensações vividas em determinada época, em determinado lugar e que já não existem mais. Ou ainda, como vimos nos depoimentos da pesquisa, nos transportam para paraísos inatingíveis ou ainda para um espaço de dor e desesperança ao ver nosso futuro e de nossos descendentes serem ameaçados.

Esta pesquisa mostrou que a fotografia exerceu um fator de influência considerável nas pessoas. Não houve uma só pessoa que observasse as fotos e ficasse indiferente à temática da exposição.

Portanto, a fotografia pode ser considerada uma aliada poderosa junto à educação ambiental, uma vez que ela, como poderosa mídia da comunicação alcança lugares que nenhum outro meio atinge. Ela ajuda a desenvolver em cada um a percepção mais ativa, atenta, de acompanhamento consciente da problemática ambiental, pela sua ação sensibilizadora da emoção humana.



Fonte: Acervo Kris Krug

Pergunta 7 – “Dê exemplos de problemas ambientais que te preocupam.”

Na sétima e última questão solicitou-se exemplos de problemas ambientais que preocupavam os entrevistados. Os mais citados em ordem decrescente foram:

Desmatamento/queimadas (42);

Poluição (31);

Lixo urbano sem tratamento ou reciclagem (23);

Poluição dos oceanos (21);

Nascentes e rios e aquecimento global (21);

Extinção de fauna e flora (10);

Os demais receberam abaixo de cinco citações:

Lixo plástico; lixo hospitalar em local impróprio; lixo nas nascentes; químico de informática; resíduos tóxicos; produção agrícola extensiva e com farto uso de agrotóxicos; plantio não sustentável; energia não renovável; pecuária extensiva; esgoto sem tratamento indo para os rios, lagos; degradação do meio ambiente; assoreamento de rios e mananciais; uso indiscriminado de carros/combustíveis fósseis; secas severas; barragens e hidrelétricas; consumismo; crescimento das cidades que não são sustentáveis; falta de consciência do ser humano; a indiferença e a ignorância do ser humano; o uso inconsequente dos recursos hídricos, pois a água reúne a gênese da vida.

“...apenas quando o Homem derrubar a última árvore, poluir o último rio e matar o último peixe, irá perceber que não poderá comer o dinheiro que ganhou...” (Ted Perry, na Carta do Chefe Seattle).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os sinais de vida congelados numa fotografia são índices do mundo do passado que se busca compreender e podem se transformar em testemunho de uma realidade a ser construída. (LEITE, 1993, p. 23)

A fotografia tem várias facetas, pois pode tanto ser uma “testemunha” do que já passou quanto servir de base para um novo pensamento. Ora, se a educação ambiental surge para favorecer a aquisição de conhecimentos, valores e comportamentos; propiciar uma percepção de meio ambiente como interação de vários aspectos; contribuir para formação de uma consciência sobre a preservação da qualidade do ambiente, entre outros aspectos, tudo isso significa uma realidade a ser construída por um indivíduo ou grupo.

Nesse estudo ficou constatado o quanto a imagem fotográfica desempenha um papel importante como ferramenta estratégica de comunicação, como influencia mentes, constrói ideologias e sensibiliza pessoas. A imagem fotográfica desencadeia fortes sensações e reações na mente e no corpo. Tem o poder de despertar os sentidos, principalmente a visão, devido à sua estética, que atrai os indivíduos como num passe de mágica, e devido ao fato de que *ver* precede toda e qualquer palavra.

A fotografia tem a capacidade de acessar regiões basais do cérebro onde se encontram armazenadas memórias antigas relacionadas ao sistema límbico responsáveis pelas nossas emoções e nossas reações e interações com o ambiente externo. O sentido da visão tem essa missão e importância, pois oferece diversas informações que nenhum outro tipo de recepção e transmissão de informações oferece.

Portanto as pessoas identificam nas fotografias meios de percepção do mundo em que vivem, e estas mexem com seus sistemas de crenças, suas memórias e em consequência disparam reações muitas vezes inconscientes a este estímulo.

A utilização da fotografia no processo educativo ambiental pode fazer com que a percepção da imagem capturada expresse mais do que apenas a sua estética. É possível que a fotografia permita que a pessoa seja conduzida a novas linguagens, inclusive à dimensão política dos fenômenos representados.

Foi observado durante a exposição da pesquisa em foco, diferentes reações dos transeuntes às fotografias de natureza preservada e degradada. Para alguns as que mais lhes tocavam e despertavam mais sensações eram as de natureza degradada, causando indignação, revolta, medo e inconformismo com o sistema político governamental; outros ficavam extasiados com as fotos de natureza bela e preservada, levando-as a um paraíso, talvez jamais visto, mas que trazia uma lembrança instintiva de bem estar e plenitude.

A fotografia possibilita “ver sem ter estado lá” o que é de fundamental importância na educação ambiental, pois com isso pode-se despertar a pessoa para a curiosidade pelo novo. Um outro aspecto para o processo de conscientização ambiental é a utilização de imagens para demonstrar algum processo ecológico, estimulando a busca pelas causas, ou, ainda, ao expor imagens de situação de natureza degradada, estimular a reflexão e crítica para os riscos e danos ambientais.

Como a fotografia contemporânea promove o uso da imagem da estética a um grande potencial político de sensibilização ambiental, aqui entra o grande desafio dos comunicadores utilizarem desta preciosa ferramenta para exercer seu papel fundamental na conservação da biodiversidade. Para Paulo Baptista, professor da UFMG, "Imagem de paisagem pode levar as pessoas a pensar relações de identidade e pertencimento de determinados locais, além de ser um meio democrático", podendo, assim, induzi-las à prática da preservação e conservação da natureza por meio da percepção ambiental, promovendo uma sensibilização e tomada de consciência do ser humano para as questões socioambientais.

A Natureza, para a maioria das pessoas, tende a inspirar sentimentos positivos, remete a experiências da infância e à instintiva fascinação pela diversidade e funcionamento da vida natural em nosso mundo. Esse é o instinto primário, o alvo a ser

atingido pelos fotógrafos de natureza e os comunicadores. Utilizar belas imagens que sensibilizam, como importante manifestação da poética visual contemporânea, que deixam a emoção fluir e nos levem a refletir sobre a preservação e o futuro da humanidade. Fotografias que evocam amor e conectam as pessoas à energia da criação... imagens da natureza que revelem uma fração desse poderoso equilíbrio ao qual apenas nos cabe perceber, admirar e nos alinhar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson, *Fotoetnografia: um Estudo de Antropologia Visual sobre o Cotidiano, Lixo e Trabalho*. Porto Alegre: Palmarinca, 1997

_____, *Fotos e Palavras*, do Campo aos Livros in Portal da Fotoetnografia

do Grupo de Pesquisa Fotografia e Fotoetnografia: *Arte e Antropologia*. 2004, Disponível em: http://www6.ufrgs.br/fotoetnografia/textos/texto_achutti.pdf , Acesso em: 19 Março 2007

ANDRADE, Rosane Maria de. *Fotografia e Antropologia: olhares fora e dentro*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

ARAUJO, Deise Lorena Cordeiro de. FERNANDES, Maria Aldano de França-
<http://www.revistaea.org/artigo.php?idartigo=858&class=02>

BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland citado em LEITE, ENIO: *A mensagem fotográfica de Roland Barthes*, página <http://www.virtualphoto.net/artigos> 2002.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BENSEN, Gina Rizpah. *Almanaque Brasil Socioambiental*. São Paulo: Ipsis, 2007.

BRANCO, Samuel Murgel. *O meio ambiente em debate*. 26ª ed. São Paulo: Editora Moderna. Coleção Polêmica, 1997.

CAPELLER, Leon. *Educação do Olhar*. Série de Estudos Educação a Distância. MEC/SEED. Brasília: 1998.

DONDIS, Adonis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FELIX, Joana D'arc Bicalho. *Comunicação e movimento ambiental*. In: FÉLIX, J.A.B; BORDA, G. Z. *Gestão da comunicação e responsabilidade socioambiental*. São Paulo: Atlas, 2009.

HARRELL, Thomaz. W.M. *Da Pintura Rupestre à Fotografia*. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Artes, Filosofia, e Ciências Sociais, Departamento de Artes Plásticas, 1995.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & Historia*. 2. ed. São Paulo: Ateliê, 2002.

_____. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 2ª ed. São Paulo: Ateliê, 2000.

LEITE, M.M. *Retratos de família: leitura da fotografia histórica*. São Paulo. Edusp, 1993.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PRETTO, Nelson de Luca. *Uma Escola sem/com Futuro - Educação e multimídia*. Campinas: Papyrus, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. 1ª ed., 28ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2007, p.107.

SUASSUNA, Ariano. *Iniciação à Estética*. Recife: Universitária, 1975.

SONTAG, Susan. *Ensaio sobre fotografia*. Lisboa, Portugal: Publicações Dom Quixote, 1986.

Sítios eletrônicos

<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/13387/2/Texto%20integral.pdf>

<http://www.youtube.com/watch?v=96SxKk0zeek&feature=related>

[http://www.mercuryfilms.ca/manufactured landscapes](http://www.mercuryfilms.ca/manufactured%20landscapes) – 11-11-2010 – 17:49

<http://www.anped.org.br/reunioes/23/textos/1603p.PDF>, Lucia de Fatima Estevinho Guido, pesquisada em 01-11-2010, 19h15, Universidade Federal de Uberlândia

http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=20&tipo=G

Filmes

1- Home - Nosso Planeta, Nossa Casa

Título original: Home.

Origem: França, 2009.

Direção: Yann Arthus-Bertrand.

Roteiro: Isabelle Delannoy, Yan Arthus-Bertrand, Denis Carot e Yen Le Van.

Produção: Denis Carot e Luc Besson.

Edição: Yen Le Van.

Música: Armand Amar.

2-Manufactured Landscapes

Elenco: Edward Burtynsky

Diretor: Jennifer Baichwal

Ano: 2006

Gênero: Documentário

Tempo: 80 min

País: Canadá

3 História das Coisas

Original: Story Of Stuff (2007)

Diretor: Louis Fox

Roteirista: Louis Fox, Annie Leonard, Jonah Sachs

ANEXOS

PESQUISA DE OPINIÃO - QUESTIONÁRIO

Idade

- até 18 anos
 de 19 a 25 anos
 de 26 a 35 anos
 de 36 a 45 anos
 de 46 a 55 anos
 acima de 55 anos

Sexo

- masculino feminino

Escolaridade

- analfabeto
 ensino fundamental incompleto
 ensino fundamental completo
 ensino médio incompleto
 ensino médio completo
 ensino superior incompleto
 ensino superior completo
 pós-graduado, mestre, doutor

Renda mensal

- até 3 salários mínimos
 entre 3 e 6 salários mínimos
 entre 6 e 10 salários mínimos
 acima de 10 salários mínimos

1. Como você se sente em relação à situação ambiental do mundo hoje?

- eu não me importo fico muito preocupado me importo

2. Você está consciente dos problemas ambientais da atualidade?

- sim mais ou menos não

3. Você acha que os seus hábitos ou estilo de vida afetam negativamente o meio ambiente?

- sim um pouco não

4. O que você sente quando vê uma fotografia de natureza preservada?

- fica indiferente não gosta sente vontade de cuidar mais do meio ambiente

5. O que você sente quando vê uma fotografia de natureza destruída?

- fica Indiferente não gosta sente vontade de cuidar mais do meio ambiente

6- Quais fotografias mexem mais com sua emoção?

- as de natureza preservada as de natureza destruída

Por quê? _____

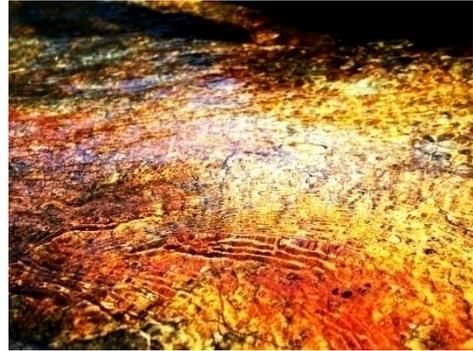
7- Dê exemplos de problemas ambientais que te preocupam: _____

Fotos da pesquisa

Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros – Goiás



Fonte: Acervo Olivier Boels



Fonte: Acervo Ivone Lopes

Cachoeira de Santa Bárbara - Goiás



Fonte: Acervo Ivone Lopes



Fonte: Ivone Lopes



Fonte: Acervo Ivone Lopes



Fonte: Acervo Carolina Campos



Fonte: Acervo Ivone Lopes



Fonte: Acervo Gabriel Marques



Fonte: Acervo Lee Celano



Fonte: Acervo Olivier Boels



Fonte: Acervo Edward Burtynsky



Fonte: Acervo Ricardo Funari

Vietnã



Fonte: Acervo Jerry Varney



Fonte: Acervo Greenpeace



Fonte: Acervo Flipe Berndt Julio



Fonte: Acervo Kris Krug