



## O poético na comunicação ambiental: reflexões a partir da campanha A Natureza está falando<sup>1</sup>

The poetic in environmental communication: reflections from the campaign Nature is speaking

**Míriam Cristina Carlos Silva** - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC)  
| São Paulo | SP | Brasil | miriam.silva@prof.uniso.br ORCID 0000-0002-6162-332X

**Gisele Gabriel** - Universidade de Sorocaba (UNISO) | Sorocaba | SP | Brasil |  
gisele83gabriel@gmail.com ORCID 0000-0002-5872-5421

**Resumo:** Pretendemos compreender o possível papel da poesia nas narrativas ambientais, visto que esse entrelaçamento narrativo, constituído a partir de estratégias memoráveis, pode ser “consumido” com o intuito de repensar e promover valores para a convivência em sociedade, levando-se em conta que somos ao mesmo tempo cultura e natureza. Para isso, empregamos a poeticidade, de Paz; o erotismo poético, de Silva; a antropofagia, de Oswald de Andrade; a complexidade, de Morin; a narrativa, de Benjamin; a comunicação, de Flusser, e a liquidez da sociedade moderna, de Bauman. Sob as perspectivas de Baitello e Dravet, respectivamente, refletimos a construção de uma comunicação que se realize por meio da poesia. E com Flusser, compreendemos o espaço que a comunicação ocupa em nossas vidas, que é o de buscar sentido e não sucumbir à loucura diante da angústia e da consciência da morte. O poético pode ser a chave sensível a produzir afeto e mudar o real.

**Palavras-chave:** Narrativa poética. Narrativa ambiental. Comunicação e afeto. A Natureza está falando.

**Abstract:** We intend to understand the possible role of poetry in environmental narratives, since this narrative intertwining, constituted from memorable strategies, can be “consumed” with the intention of rethinking and promoting values for coexistence in society, taking into account that we are culture and nature at the same time. In order to do so, we use the poeticity of Paz; the poetic eroticism of Silva; Oswald’s anthropophagy; the complexity of Morin; the narrative of Benjamin; the communication of Flusser, and Bauman’s liquidity of the modern society. From the perspective of Baitello and Dravet, we reflect on the construction of a communication that takes place through poetry. And with Flusser, we understand the space that communication occupies in our lives, which is to seek meaning and not to succumb to

---

<sup>1</sup> Uma primeira versão deste texto foi apresentada no Comunicon 2018 - GT Consumo, Literatura e Estéticas Midiáticas.



madness in the face of anguish and the consciousness of death. The poetic can be the sensitive key to producing affection and change the real.

Keywords: Poetic narrative. Environmental narrative. Communication and affection. Nature is speaking.



<http://dx.doi.org/10.22484/2318-5694.2019v7n15p93-112>

Recebido em dezembro 2018 – Aprovado em maio 2018

## 1 O desvelar do mundo por meio da poesia

Para o poeta e crítico Octavio Paz, “a poesia é revelação da condição humana e consagração de uma experiência histórica concreta” (PAZ, 1982, p. 282). Já nas palavras de Silva, que também comunga das ideias de Paz, a poesia possui a capacidade de dizer o indizível, e por sua característica de comunicar sinestesticamente, ela é o erotismo das palavras (SILVA, 2007).

Na perspectiva de Vilém Flusser, a comunicação é um processo artificial, pelo qual criamos artefatos cuja finalidade última é nos fazer esquecer a nossa profunda solidão, conseqüente da consciência humana sobre a mortalidade. E são as palavras e imagens mediações, artifícios, que propõem difundir pontes entre o ser humano e o mundo (FLUSSER, 1982).

Baitello Júnior (2008) percebe as mídias como pontes, que servem para nos aproximar uns dos outros, na tentativa de diminuir os imensos abismos que nos separam. Ele explica que a primeira ponte possível é o próprio corpo, no qual todo processo de comunicação começa e termina. Não importa quais e quantos sejam os aparatos de que façamos uso, para Baitello, apoiado em Pross, o corpo é o começo e o fim da comunicação, o lugar da experiência, portanto, da vinculação e dos afetos.

Para Medina (2008), somente quando há o afeto na comunicação é que acontece o ato educacional e o próprio ato poético. De acordo com a autora, razão e sensibilidade estão conectadas, pois são partes que integram o próprio ser. Em suas palavras: “O corpo por inteiro abre a sensibilidade para a intuição criadora, que por sua vez, mobiliza a razão complexa para uma intervenção transformadora” (MEDINA, 2008, p.109).



A partir da importância do afeto, Medina (2008) destaca a importância do diálogo no fazer comunicacional. A autora ressalta a necessidade do corpo para a compreensão da realidade. A interação social se dá, para a autora, a partir deste protagonismo corpóreo, também chamado de encontro. A relação entre sujeito-sujeito leva a um novo tipo de entendimento, que abarca a ideia de olhar para o outro com aceitação, para uma melhor compreensão das diferenças.

Para Silva, a concepção do erotismo da poesia é atribuída ao contexto oswaldiano. A autora compreende a poética de Oswald de Andrade carregada de recursos que primam por aproximar elementos aparentemente distantes, o que permite hiperbolizar os sentidos por meio do jogo com o espaço em branco da página e o inesperado: “em Oswald de Andrade a diferença é, antropofagicamente, aceita, assimilada e transformada” (SILVA, 2007, p. 63). Desse modo, a metáfora da antropofagia materializa o conceito:

Em Oswald de Andrade, devorar o outro é um exercício erótico promovido por meio de uma concepção poética de entendimento da nossa realidade cultural, da produção artística como fruto da realidade e da utópica transformação do indivíduo por meio da integração entre a cultura, a arte e o seu modo de vida (SILVA, 2007, p. 63).

A metáfora do antropófago supõe uma ação: a de devorar os valores do outro. Esses valores devem ser ingeridos, digeridos e transformados (PICHIGUELLI; SILVA, 2017). No processo de antropofagia, não basta a tolerância em relação ao outro; há a necessidade de uma transformação efetiva de todos os envolvidos, que pressupõe a abertura para devorar e ser devorado, compreendida por Silva como uma utopia da alteridade, da dialogia e da compreensão (2010), uma transformação efetiva dos sujeitos postos em diálogo. Tal processo remete à ideia de acontecimento comunicacional, defendida por Ciro Marcondes Filho, que afirma que ninguém sai ileso de um acontecimento comunicacional: há uma transformação. Se não houver essa transformação, é porque sequer houve comunicação (MARCONDES FILHO, 2014). Remete ainda à ideia de Flusser sobre a comunicação dialógica. Ao dividir a comunicação em dialógica e discursiva, Flusser explica que o discurso consiste na conservação das informações por meio da sua partilha, enquanto que o diálogo se faz de vários discursos compartilhados, que se transformam. Para o autor, a comunicação



carece de maior equilíbrio entre discursos e diálogos, e predominam os discursos que se repercutem, o que resulta no vazio da incomunicação.

Além do pensamento antropofágico, o poeta Oswald de Andrade resalta a necessidade de “ver com olhos livres” (PICHIGUELLI; SILVA, 2017), em um estado infantil, como se tudo fosse visto com o mesmo deslumbramento e curiosidade da primeira vez, tal qual Morin também descreve:

A poesia é, para Platão, uma das quatro formas de loucuras divinas. Vive-se o estado poético como alegria, embriaguez, festa, gozo, volúpia, delícia, deslumbramento, fervor, fascínio, satisfação, encantamento, adoração, comunhão, entusiasmo, exaltação, êxtase. Volta-se ao deslumbramento infantil. O estado poético proporciona satisfações carnis e espirituais (MORIN, 2007, p. 136).

O poético, presente na linguagem das artes, pode provocar inúmeras possibilidades de interpretação e proporcionar um mergulho na experiência sensível. Entretanto, Silva entende o poético como um fenômeno não circunscrito apenas ao campo artístico, tampouco apenas ao poema, já que o enlevo do poético, também com base na poética de Oswald de Andrade, pode ser apreendido do cotidiano: objetos, cenas, paisagens, cores, iluminam-se sob uma perspectiva sensível e polissêmica (SILVA, 2007). Assim, a poesia extrapola o poema, que é forma, uma estrutura, configurando-se como uma qualidade da linguagem capaz de ampliar a nossa experiência em relação à concretude do mundo. O mundo visto poeticamente é um mundo novo. Também nas mídias é possível apreender a presença do poético, na publicidade, nas novelas e nas narrativas jornalísticas, entre outras.

As artes, como o cinema, a literatura, a poesia, a música, a pintura, a escultura, além de nos levarem a ver o mundo esteticamente, também manifestam um pensamento profundo em relação à humanidade (MORIN, 2001): mais profundamente, a arte alimenta-se e nos alimenta com toda a riqueza do mito, do símbolo, da analogia, sempre nos permitindo extrair, pela consciência racional, as mensagens profundas incluídas no mito (MORIN, 2007, p. 148).

Em outras palavras, a arte possui a maestria de nos mostrar uma dimensão dentro e fora da história, e de percorrer a dimensão da humanidade desde o princípio. Bem como as narrativas, que possuem a capacidade de criar e recriar o mundo que nos cerca (SILVA, 2015), sobretudo quando poéticas. Assim, ao nos oferecer outros



modelos possíveis para experimentar o mundo, a arte transforma o nosso olhar para o cotidiano, que se torna poético. O poético é, portanto, linguagem, pensamento e modo de olhar para o mundo que nos afeta.

Assim, ao tecer narrativas poéticas, a comunicação ambiental poderia nos afetar, produzindo transformação? É a pergunta que nos move neste artigo.

## **2 Indivíduo, natureza e sociedade**

Tomando as palavras de Morin (2001, p. 38), “estamos, a um só tempo, dentro e fora da natureza”.

Somos seres, simultaneamente, cósmicos, físicos, biológicos, culturais, cerebrais, espirituais... Somos filhos do cosmo, mas, até em consequência de nossa humanidade, nossa cultura, nosso espírito, nossa consciência, tornamo-nos estranhos a esse cosmo do qual continuamos secretamente íntimos. Nosso pensamento, nossa consciência, que nos fazem conhecer o mundo físico, dele nos distanciam ainda mais (MORIN, 2001, p. 38).

Para Flusser, o trânsito do ser humano entre natureza e cultura é marcado por uma compreensão sociocultural. Ou seja, percebemos a cultura como algo próximo de nós, e a natureza, como distante, já que a natureza escapa do controle humano, e a cultura pode ser entendida como algo que é desenvolvido para nos proteger da imprevisibilidade da natureza (FLUSSER, 1979). Em “Natural: mente – vários acessos ao significado de Natureza”, o autor recorre às metáforas para nos mostrar o caos da natureza frente à linearidade do ser humano. A começar pelo título da obra, são expostos conceitos de forma poética, pois ao afirmar que o natural mente, Flusser quer dizer que a natureza percebida por nós é uma obra ficcional, pois já se trata de uma percepção mediada pelo olhar da cultura.

É típico do ser humano buscar transformar o meio que o cerca para garantir sua sobrevivência e, também, para que tenha acesso a estruturas que lhe propiciem qualidade de vida. Para culminar nessas metas, executamos ações que acarretam tanto em impactos ambientais quanto sociais.

Flusser (2007) ressalta que se o natural mente, procuramos na ficção – onde as mentiras não somente são possíveis, como direcionam as nossas verdades – as



respostas. Ele afirma que “a comunicação humana é um artifício” com o propósito de nos fazer esquecer “a solidão e a condenação à morte” (FLUSSER, 2007, p. 91).

Ainda de acordo com o autor, quando aprendemos um código, esquecemos sua artificialidade, e ele torna-se uma espécie de segunda natureza. O mundo codificado em que vivemos nos faz esquecer a primeira natureza. Logo, a teoria da comunicação não é uma ciência natural. Afinal de contas, o ser humano é um animal não somente natural, é um animal social, e se não se servir da comunicação, torna-se um idiota. (FLUSSER, 2007). Porém, acrescentamos, se estiver completamente atrelado à sua segunda natureza, esquecendo-se de que é um animal natural, pode também tornar-se um idiota.

Entendemos que esse deslocamento de pertencimento à natureza para um mundo completamente artificial pode proporcionar o apagamento do corpo e da sensibilidade, conseqüentemente, o apagamento da própria ética diante da natureza, o que evidencia a necessidade de um fazer científico em que se utilize outra forma de artifício, que alie a criatividade, o lúdico e a poesia, para que estes sejam métodos essenciais para auxiliar o desenvolvimento intelectual do ser humano por meio de sua sensibilização – um reencantamento do mundo.

A comunicação ambiental – campo interdisciplinar do conhecimento –, associa a comunicação à solução de questões e problemas socioambientais, o que é fundamental para promover responsabilidade e conscientização dos cidadãos (DE LIMA et al., 2015).

Para Bauman (2008a), as necessidades da sociedade atual precisaram enquadrar-se em arranjos sociais resultantes da renovação de vontades e desejos. Nessa perspectiva, não há nas necessidades somente o propósito de suprir o básico ou o mais importante, porque o mais importante também se transformou, já que a sociedade se estrutura na argumentação de satisfazer os desejos humanos. Ou seja, a vida humana está vinculada ao consumir, e dependente do consumo.

Bauman diferencia os termos consumismo e consumo. Para ele, consumismo representa estilo de vida que prega padrões entre as relações humanas, enquanto o consumo, desde sempre presente nas sociedades, é indispensável para a vida humana. A crítica de Bauman recai sobre o fato do mercado estimular o consumo exacerbado na sociedade, além de oferecer – ou não – a felicidade para as pessoas



por meio deste processo. O autor aborda a cultura consumista e enfatiza a relação existente entre o indivíduo e a mercadoria (BAUMAN, 2008b).

A serviço do capitalismo, surge a moda, descartável e passageira. Assim é o consumismo: o tempo da mercadoria e sua duração (curta) são condições para a manutenção das economias das empresas (BAUMAN, 2008b).

Para Morin (2005), a construção de uma sociedade mais justa e igualitária só é possível por meio de uma nova e complexa compreensão do mundo, visto que é impensável a existência humana sem o consumo e, conseqüentemente, sem impacto. Por isso, faz-se necessário promover o desenvolvimento de uma consciência planetária.

### **3 Comunicação e poesia**

A comunicação é como uma ponte que une o que está separado por grandes abismos e, para Baitello (2002), quanto mais os recursos e as técnicas comunicacionais se aperfeiçoam, na mesma proporção aumenta também a incomunicação, que implica na incapacidade do ser humano de comunicar-se consigo mesmo, com os outros seres e com o mundo.

Para Baitello, a incomunicação se faz presente nos excessos. No excesso de informação, de tecnologia, de luz, de zelo, de visibilidade, de ordem. Os excessos do tempo carregam consigo a aceleração, o estresse, a pressa, a desocupação, o desemprego. E, também, o roubo do tempo: “o tempo de vida que nos é roubado pelas cidades e seus excessos ou pela mídia e suas hipérboles” (BAITELLO, 2002, p. 2). Estes excessos caracterizam um padrão discursivo de nossa sociedade, bem como o consumismo.

Sendo assim, podemos apreender que a sociedade necessita retomar o diálogo, pois se a incomunicação está nos excessos, o consumismo exacerbado pode estar nos levando à incomunicação.

A partir dos conceitos de Dravet e Castro (2007), e também de Silva (2007, 2010), entendemos que a comunicação poética pode proporcionar o diálogo.



A manifestação poética também serve como expressão de resistência; como resgate e apreensão histórica; como doadora de sentidos; na mediação imagética e discursiva; na contemplação e admiração da natureza (DRAVET; CASTRO, 2007).

Se sua manifestação ideal se dá na língua, porque é nas palavras que ela encontra a conjunção necessária entre a significação e o canto (ritmo, harmonia, sonoridade, silêncio), ela também está presente em toda forma artística, onde constitui a sua essência fundamental. O que importa na poesia é que ela é o lugar da língua mais sagrado, o lugar do fundamento misterioso das coisas, aquele capaz de dar voz à linguagem, sendo que ela é a própria linguagem indo em direção à verdade. Muito mais do que forma e conteúdo, poesia é tida aqui como busca pela Revelação do Ser. Vista nesta perspectiva, ela é também a essência que fundamenta qualquer tipo de arte (DRAVET; CASTRO, 2007, p. 74).

Dravet e Castro (2014, p. 33) afirmam que “a poesia e a literatura não criam apenas mundos imaginados, criam também mundos desejáveis, realidades-em-construção, devires”. Para Pignatari (2005), o poeta está sempre criando e recriando a linguagem. Um poema parece falar de tudo e de nada ao mesmo tempo: ele não se esgota. Dravet expõe a poesia como uma forma de integração na totalidade das coisas, indo ao encontro de Silva (2010), que afirma a poesia como o encontro entre o homem e o que o cerca, os homens e os outros homens, o homem consigo mesmo:

O poeta não só pensa e mentaliza imagens adequadas à sua necessidade de expressão. Ele experimenta a verdade do mundo com o corpo todo, os sentidos abertos; ele sente o cheiro, ouve o som, experimenta o sabor, vê a imagem, percebe a temperatura. E é quando o corpo e a mente estão em sintonia que as sensações se transformam em palavras e que todo o espírito se expande (DRAVET, 2015, p. 83).

Ao criarmos o artifício da comunicação, caímos nas armadilhas do consumo, por acreditarmos que o consumir em excesso é uma forma de proteção – proteção contra o caos da natureza e contra os vazios interiores de nossa condição humana. Assim, entendemos a poesia como uma provável forma de sensibilização, de retorno à natureza das coisas e às coisas da natureza – talvez a única forma de encontrarmos algum equilíbrio e sentido em nossa relação com a totalidade do mundo.

#### **4 Tecendo narrativas**



As narrativas empregadas nos discursos ambientais, em geral, parecem sem sabor, vazias. A partir daí, para resgatar esse sabor, sem dissociar a narrativa ambiental dos desempenhos sociais rotineiros, da necessidade de informar, necessitamos de muitas pitadas de poesia, pois o poético em toda sua complexidade pode ser a chave sensível a produzir afeto e mudar o real.

Seja no âmbito da propaganda, da publicidade, ou da educação, o pensamento complexo descrito por Morin pode ser o fio condutor dessa mudança, a válvula para o reencantamento ambiental, podendo, assim, resgatar valores que criem um sentimento de pertencimento à natureza.

Porém, antes de continuarmos a discorrer sobre narrativa, faremos uma breve introdução ao pensamento complexo de Morin.

Partimos da ilusão que a complexidade conduz à eliminação da simplicidade, porém, o pensamento complexo não é o contrário do pensamento simplificado, mas sim o integra. Pode, inclusive, ser descrito de modo tão fácil quanto o da simplicidade; entretanto, enquanto o último determina separar e reduzir, a complexidade aconselha reunir, ainda que se possa distinguir. Essencialmente esse pensamento parte de certezas e incertezas. Ele também é “animado por uma tensão permanente entre a aspiração a um saber não fragmentado, não compartimentado, não redutor, e o reconhecimento do inacabado e da incompletude de qualquer conhecimento” (MORIN, 2005, p. 7). Ainda de acordo com o autor, “só o pensamento complexo nos permitirá civilizar nosso conhecimento” (MORIN, 2005, p. 16).

A nossa aposta é que, de forma simples, mas tecida pela complexidade do poético, uma narrativa possa sensibilizar para as questões ambientais. Para Benjamin (1994), um dos atributos que caracterizam o narrador é a experiência. Porém, para ele, as pessoas que sabem narrar são cada vez mais raras, pensamento que aqui atualizamos, pois o autor dá esse diagnóstico em um período entre guerras, um período de desencantamento.

Benjamin defende a ideia de que entre as narrativas escritas, as melhores são as que menos se diferenciam das histórias orais. Assim, divide a figura do narrador entre dois grupos: o que vem de longe e o que não sai do seu país. O desdém pelas tradições de contar histórias traz consigo a perda das experiências coletivas, da sabedoria e dos conselhos do narrador. Outra característica que envolve o narrador é



que todas as suas histórias abarcam algo de útil, um ensinamento ou um provérbio. De qualquer forma, o narrador é alguém que sabe dar conselhos. O ato de contar histórias deve ser utilizado para enriquecer o conhecimento e promover momentos de união, confraternização e trocas de experiências.

A narrativa ambiental, tendo em vista suas interações no contexto social, pode servir como uma ferramenta constituidora de atores em favor da conscientização sobre as questões ambientais. As histórias contadas e recontadas podem favorecer reflexões e contribuir para a conscientização.

Como ponto principal para o declínio da narrativa, temos a informação, pois quase tudo está a serviço da informação e quase nada está a serviço da narrativa. Diferente da informação, que só tem valor no momento em que é nova, a narrativa não se entrega. Ela preserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver. Estes conceitos auxiliam na compreensão da narrativa poética, pois a poesia pode manifestar-se das mais variadas formas como, por exemplo, na música, nas imagens/fotografias, em peças publicitárias, nas mais diversas artes.

Assim, também a narrativa ambiental pode manifestar-se na forma de música. Vários artistas, com suas vozes, compartilharam seu encantamento ou luta em relação ao meio ambiente. Nomes como Luiz Gonzaga (Xote ecológico), Caetano Veloso (Um Índio), Guilherme Arantes (Planeta Água) e Sá & Guarabyra (Sobradinho) cantaram em prol do nosso planeta, narrando uma história e descrevendo quadros em que o mundo, com tudo o que o compõe, é revisto pelas lentes do encantamento, do sensível.

Lançada em 1977, a música Sobradinho, composta por Sá & Guarabyra, foi escrita em protesto contra a construção da usina de Sobradinho no interior da Bahia. A barragem construída no rio São Francisco deu origem a um imenso lago que inundou cidades que são citadas na música, expulsando da região seus moradores. Os compositores utilizaram ainda a profecia de Antônio Conselheiro de que o 'sertão vai virar mar e o mar irá virar sertão' para evidenciar os impactos causados pela construção do lago (YouTube, 2012). O homem é visto como separado da natureza, domando-a, tomando-a para seu consumo e antecipando consequências não impossíveis:

O homem chega, já desfaz a natureza  
Tira gente, põe represa, diz que tudo vai mudar



O São Francisco lá pra cima da Bahia  
Diz que dia menos dia vai subir bem devagar  
E passo a passo vai cumprindo a profecia do beato que dizia que o  
Sertão ia alagar

O sertão vai virar mar, dá no coração  
O medo que algum dia o mar também vire sertão

Adeus Remanso, Casa Nova, Sento Sé  
Adeus Pilão Arcado vem o rio te engolir  
Debaixo d'água lá se vai a vida inteira  
Por cima da cachoeira, o Gaiola vai subir  
Vai ter barragem no Salto do Sobradinho  
E o povo vai-se embora com medo de se afogar.

Remanso, Casa Nova, Sento Sé  
Pilão Arcado, Sobradinho  
Adeus, Adeus ... (Sá & Guarabyra, 1977)

Para Benjamin, a narrativa é uma forma artesanal de comunicação, na qual o narrador “deixa sua marca” na narrativa contada. No caso da música Sobradinho, além da singularidade do poético como marca de seus autores, percebemos a oralidade impressa na letra, o modo como se fala auxiliando a compor a narrativa, como se o narrador poeta mostrasse o fato e aconselhasse ao prever o que ainda não houve. Podemos observar a importância, tanto na percepção da narrativa como do narrador, de compartilhar repertórios acerca de questões ambientais. Resgatar um narrador que saiba dar conselhos, e usar a narrativa, que é uma forma de texto muito mais duradoura que a mera transmissão de informação, pode significar comunicar algo poeticamente, atrelando o sensível e o duradouro ao invés de apenas passar informações que logo serão esquecidas.

Outro exemplo é o caso da campanha “A Natureza está falando”. A Conservação Internacional (CI-Brasil) – organização sem fins lucrativos, criada em 1990 – lançou em 2015, no Brasil, a campanha “A Natureza está falando”, nas vozes de atores e cantores, para chamar a atenção da sociedade para a urgência de cuidar melhor do meio ambiente e garantir a própria sobrevivência. Os vídeos são relatos, em primeira pessoa, de elementos da natureza, que falam de sua relação com o ser humano.

Em agosto de 2016, a CI lançou o primeiro filme produzido no Brasil, “A Amazônia”, na voz de Camila Pitanga. Além do Brasil, a campanha também está



presente em outros países e idiomas como inglês, espanhol, cantonês, mandarim, francês, alemão, entre outros. A maior floresta tropical do mundo, a Amazônia, por meio de um vídeo com duração de 90 segundos, traz o seguinte recado:

Eu sou a Amazônia, a maior floresta tropical do mundo. Eu mando chuva quando vocês precisam. Eu mantenho seu clima estável. Em minhas florestas, existem plantas que curam suas doenças. Muitas delas vocês ainda nem descobriram. Mas vocês estão tirando tudo de mim. A cada segundo, vocês cortam uma das minhas árvores, enchem de sujeira os meus rios, colocam fogo, e eu não posso mais proteger as pessoas que vivem aqui. Quanto mais vocês tiram, menos eu tenho para oferecer. Menos água, menos curas, menos oxigênio. Se eu morrer, vocês também morrem, mas eu crescerei de novo... (CONSERVAÇÃO INTERNACIONAL: A AMAZÔNIA, 2016).

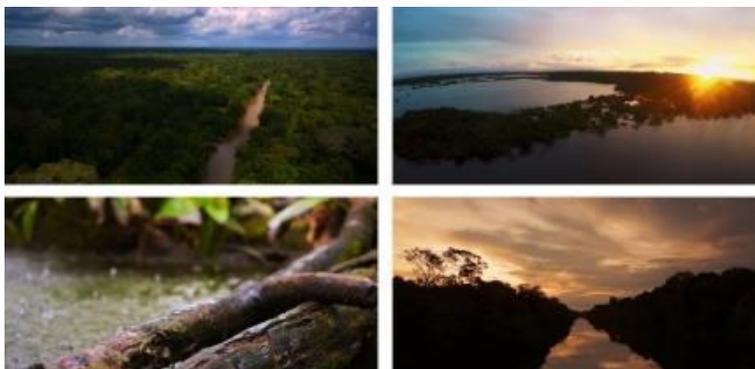
O vídeo, por estar em primeira pessoa, coloca a floresta em seu aspecto subjetivo, como sujeito central do processo de comunicação, um eu que enuncia a sua própria experiência, porém separado do homem. A floresta é humanizada, e assim pode ser percebida pelo humano como mais próxima. A narração-descrição discorre sobre as incertezas da Amazônia referentes a seu futuro, usando uma linguagem carregada de antíteses na qual o homem é o antagonista, o contraponto da própria natureza. Na tentativa de diálogo com o público, a personificação da natureza, a Amazônia que se faz eu, dirige-se a um interlocutor que pode ser qualquer um – aquele que assiste ao filme. Por fim, sua conclusão é que embora a floresta possa morrer, ela crescerá novamente, ao passo que o ser humano não terá a mesma possibilidade. Inverte-se a relação de dependência: a floresta não precisa do homem, mas ele sim, depende da floresta para sua vida. Como recurso poético, destaca-se o uso de repetições e antíteses: “quanto mais vocês tiram, menos eu tenho a oferecer. Menos água, menos curas, menos oxigênio”.

Ao mesmo tempo em que se propaga uma informação, busca-se um impacto pelo inesperado do desfecho: não é apenas a morte da floresta que está em jogo, mas a da própria humanidade, para a qual a consequência é muito mais danosa, pois a floresta é capaz de se regenerar sem o homem, o qual não consegue sobreviver sem a floresta. Insere-se um dado impactante e capaz de inverter a lógica do consumo: consumindo a natureza, consumimos a nós mesmos. O poético aqui abarca uma narrativa cujo final trágico aponta para a nossa fragilidade animal – não há artifício



capaz de nos livrar de nossa condição de animais dependentes dos recursos que a Terra nos oferece.

Figura 1. Mosaico com recortes de cena do vídeo A Amazônia.



Fonte: <<https://www.conservation.org/global/brasil/Pages/amazonia.aspx>>

A fotografia compõe belas imagens aéreas e do interior da floresta da Amazônia, em enquadramentos que enfatizam a exuberância dos elementos água, terra, ar, fogo, bem como a dramaticidade desses elementos quando em desequilíbrio e destruição pela mão do homem – que não está ali. A imagem, portanto, reforça o quanto o humano é desnecessário à vida da natureza. São enquadramentos poéticos, metonímicos, que somados à trilha sonora, com música instrumental solene, e a entonação da voz da atriz, pontuam e reforçam a dramaticidade do vídeo. A narrativa, juntamente com os ruídos do ambiente, submete-nos a uma viagem para dentro da floresta, pois a câmera subjetiva conduz o olhar do espectador para o interior das imagens, transformando-o de mero observador em observador-participante.

O vídeo se encerra com o texto sobre as imagens da floresta: A natureza não precisa das pessoas. As pessoas precisam da natureza. A frase em espelho inverte a relação de dependência estabelecida pelo consumo: o homem consome a natureza porque depende dela. Com a natureza destruída, parece pensar que ela, a natureza, precisa ser conservada por ele, depende dele; mas o que o homem não percebe é que ele é, também, natureza. Separado dela de forma abismal, ele não existe.

Salvar a espécie humana é o verdadeiro desafio desta geração. Pelo menos é essa a mensagem que a campanha quer transmitir. Buscando inspirar os indivíduos a criar soluções para os desafios ambientais mais urgentes, a organização projeta uma mensagem explicando como os humanos são dependentes do meio ambiente. Para tanto, a narrativa em primeira pessoa coloca a própria natureza como



personagem central; o homem, é o antagonista. A campanha se difere exatamente por mostrar essa inversão de papéis, propondo a quebra de um discurso por meio de sua revisão, incitando o diálogo. Afinal, nossa postura em relação à natureza tende a supor que temos a capacidade de dominar tecnologicamente o planeta. Porém, mesmo que os seres humanos sejam colocados em uma posição dependente em relação à natureza, a ênfase final está em usar a natureza sabiamente para nossa própria causa.

Cada vídeo leva o ponto de vista de um sistema planetário que foi personificado: como a Amazônia, a Mãe Natureza ou o Oceano - para afirmar dramaticamente o que pode parecer o óbvio para os ecologistas. O cerne da campanha parece ser que a indiferença das pessoas à destruição ambiental se deve ao antropocentrismo - vendo a humanidade como a coisa mais importante do planeta e, de algum modo, imune às verdades ecológicas.

É fácil ver que apresentar elementos naturais como personagens poderia ajudar a despertar a empatia das pessoas, e que a empatia é certamente algo que nunca está em excesso no mundo. Mas é difícil esperar que essa estratégia supere as barreiras que impedem que muitas pessoas se envolvam em questões ambientais, pois nos refugiamos na cultura para fugir das ameaças da natureza (FLUSSER, 1979). Assim, nos engajamos em “domar a natureza”.

Portanto, uma narrativa ambiental poética e complexa pode ser uma possibilidade de mobilizar a sociedade em direção ao seu próprio reencontro como animais da terra, dependentes dela, uma conexão com o mundo, em toda sua complexidade: há a oferta de um outro olhar, que não simplifica separando, mas complexifica, juntando homem e natureza, lembrando ao homem de que ele é um ser natural, mortal, dependente.

Como exemplo de apelos ecológicos cujas abordagens privilegiam o achatamento da complexidade e a exclusão do poético, trazemos o exemplo da Bombril, cujo apelo informacional e simplificador conduz ao engano. Levando em conta as necessidades ‘ecorresponsáveis’ inerentes à contemporaneidade, e ao perceber que seus clientes/consumidores estão surfando na onda verde, muitas empresas tentam vender uma imagem sustentável por meio de ações de marketing. Ou seja, a inserção do argumento ecológico nas campanhas deve-se ao fato dos



consumidores estarem cada dia mais informados e exigentes. Em meio a esse cenário, o atrativo é a disponibilização de produtos ou serviços de baixo impacto ambiental. Como exemplo<sup>2</sup> temos a empresa brasileira Bombril:

Após três anos de denúncias ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), a PROTESTE Associação de Consumidores conseguiu que a Bombril retire a expressão "produto 100% ecológico" da embalagem de sua esponja de aço, por falso apelo ecológico. A decisão da empresa foi após ter seu último recurso rejeitado pelo Conar, em julgamento ocorrido este mês. A nova embalagem, com a expressão "muito mais higiênico", será comercializada a partir da segunda quinzena deste mês, mas ainda mantém a palavra Eco. Mesmo sendo um produto degradável, há outros impactos ambientais gerados durante a produção, inviabilizando a classificação como ecológico (PROTESTE, 2016, online).

O minério de ferro, de fato, quando dissolvido, não chega a causar problemas ambientais. Neste sentido, a Bombril cria uma narrativa informacional, contudo, a extração da matéria-prima e seu processo industrial causam danos ambientais, como poluição e desmatamento, o que deve ser visto por um viés de maior complexidade. Portanto, para ser considerado 100% ecológico, é preciso mais do que apenas um descarte que não prejudique a natureza, é necessário que todo o processo de produção seja sustentável.

A partir do contexto, ficam algumas indagações: as organizações, públicas ou privadas, estão de fato buscando transformar suas práticas ambientais e sociais? E as ONGs (Organizações não governamentais), realmente representam interesses ambientais legítimos?

A força persuasiva de um anúncio está no texto e na imagem. "O equilíbrio entre ambos os aspectos, textual e visual, é que possibilita o efeito fascinador da propaganda junto ao público (CARRASCOZA, 2003, p. 129). Assim, o universo da publicidade/propaganda está sempre tentando nos ludibriar com um mundo idílico. Compactuando com as ideias de Bauman (2008a; 2008b) sobre consumo, consumismo e excessos, a utopia da felicidade se encontra no ato de consumir. A informação, quando não abordada pela esfera da complexidade, portanto, pode conduzir ao engano ou ao vazio.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.proteste.org.br/institucional/imprensa/press-release/2016/falsos-apelos-ecologicos-fora-da-embalagem-do-bombril>>. Acesso em: 13/05/2019.



Perpassando pelo campo jornalístico, seguindo a ideia de declínio da narrativa, parte da crítica de Benjamin (1994) em relação às notícias é destas privilegiarem os fatos, a informação, e desprezar a experiência.

Para Medina (2003),

Uma definição simples é aquela que entende a *narrativa* como uma das respostas humanas diante do caos. Dotada da capacidade de produzir sentidos, ao narrar o mundo, a inteligência humana organiza o caos em um cosmos. O que se diz da realidade constitui outra realidade, a simbólica. Sem essa produção cultural – a narrativa – o humano ser não se expressa, não se afirma perante a desorganização e as inviabilidades da vida. Mais do que talento de alguns, poder narrar é uma necessidade vital. (MEDINA, 2003, p. 47-48)

Ainda de acordo com Medina (2006), o trabalho jornalístico está para além da ideia de divulgação ou propagação de informações. Está nos caminhos possíveis para alcançar alteridade e complexidade. Para a autora, o ato jornalístico não está atrelado em explicar e divulgar acontecimentos, mas sim ao que pode surgir do encontro, da experiência.

Seja no âmbito da publicidade/propaganda ou de textos jornalísticos, a comunicação ambiental deve trazer informações verídicas aos consumidores e também proporcionar experiências capazes de produzir um deslocamento na subjetividade, lançando-o a outras possibilidades de compreender o mundo. E, ao defender uma comunicação ambiental tecida pelo poético, aposta-se na possibilidade do poético de, ao produzir sensibilidade, promover consciência crítica perante nossas ações.

## 5 Algumas considerações

Tão importante quanto o pensamento complexo para a percepção de que o homem não pode se entender como separado da natureza, temos a poesia, como modo de construir uma narrativa complexa porque potente para não apenas informar por meio da racionalidade, mas capaz de construir uma experiência sensível, um encontro com outros olhares, uma ampliação da percepção de mundo que servirá para a renovação da compreensão dos fenômenos que nos cercam. Presente em nosso dia a dia, ela é uma das mais representativas formas de linguagem, diretamente



conectada à textura social, por proporcionar uma linguagem da abertura, que não fornece respostas acabadas, mas que nos lança ao diálogo.

A poesia toca os sentidos; sua importância para as experiências humanas e para o conhecimento se dá pelo encantamento que ela possibilita.

A partir daí, sobreviver para viver toma um sentido quando viver significa viver poeticamente. Viver poeticamente significa viver intensamente a vida, viver o amor, viver de comunhão, viver de comunidade, viver de jogo, viver de estética, viver de conhecimento, viver de afetividade e de racionalidade, viver assumindo plenamente o destino de *homo sapiens-demens*, viver inserindo-se na finalidade trinitária (MORIN, 2007, p. 156, grifo do autor).

Morin, em sua teoria da complexidade, salienta a relevância de discernirmos sobre as diferentes dimensões da realidade, contudo, de modo algum separá-las, pois para ele complexidade é aquilo que é “tecido junto” (MORIN, 2005).

Nosso cotidiano vive sempre em busca de sentido. Mas o sentido não é originário, não provém da exterioridade de nossos seres. Emerge da participação, da fraternização, do amor. O sentido do amor e da poesia é o sentido da qualidade suprema da vida. Amor e poesia, quando concebidos como fins e meios do viver, dão plenitude de sentido ao “viver por viver” (MORIN, 1998, p. 10).

Terminamos este texto com algumas indagações: É possível o ser humano adequar ações para com o ambiente natural que visem a sustentabilidade? Como garantir a qualidade de vida para os seres humanos e os demais seres vivos? Como equilibrar a relação do ser humano com a natureza?

Na busca de respostas, só podemos concluir, por agora, que a relação do ser humano com a natureza necessita de reflexões e de engajamento por parte de vias públicas, políticas e privadas.

Conforme Flusser afirma, a comunicação só pode alcançar seu objetivo quando há um equilíbrio entre discurso e diálogo.

Como hoje predomina o discurso, os homens sentem-se solitários, apesar da permanente ligação com as chamadas “fontes de informação”. E quando os diálogos provincianos predominam sobre o discurso, como acontecia antes da revolução da comunicação, os homens sentem-se sozinhos, apesar do diálogo, porque se sentem extirpados da história (FLUSSER, 2007, p. 98).



Versando sobre os mais variados temas, Flusser nos alerta sobre o verdadeiro espaço que a comunicação ocupa em nossas vidas, que é o de buscar sentido para tudo. Seja em conversas rotineiras ou filosóficas, todas parecem nos levar ao caminho apontado por Flusser: o de não sucumbir à loucura, pensando na morte. A poesia talvez seja um dos artifícios comunicacionais mais importantes na superação da morte, pela possibilidade de diálogo e de transformação que oferece, ao nos fornecer um dado novo, como no caso do alerta que nos faz ao demonstrar que o homem depende da natureza, não a natureza depende do homem – há a quebra de um discurso, quebra está amparada por recursos sonoros e visuais que proporcionam uma experiência sensível. Mais do que passar informações, o poético opera a transformação das subjetividades, impacto este que pode ser aproximado do acontecimento comunicacional descrito por Marcondes Filho, algo se transformará, ainda que pelo incômodo.

Os textos poéticos possibilitam uma sensibilização, porque nos falam por meio de metáforas, de figuras, que são apreendidas com todo o corpo, sinestesticamente. Assim, oferecer ao homem narrativas ambientais poéticas pode proporcionar à sociedade uma experiência mais completa e permanente com a linguagem, capaz de nos integrar à totalidade do mundo, feito de cultura e natureza.

A transformação dos processos comunicativos pode ser a chave do futuro ambiental do planeta, pois por meio desses processos, os questionamentos gerados podem estimular uma relação sustentável da sociedade com a natureza. Portanto, faz-se necessário desenvolver uma comunicação ambiental que sensibilize e que desperte para a reflexividade do ser humano sobre sua relação com a natureza. Sendo assim, defendemos que a linguagem poética pode servir como uma ferramenta transformadora, pois ela é capaz de tocar os sentidos, as emoções, a imaginação. Tocados, poderemos começar a transformação do mundo, começando pela transformação de nós mesmos.

## Referências

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **As Irmãs Gêmeas: Comunicação e Incomunicação**. Os meios da incomunicação, v. 23, 2002. Biblioteca do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/gemeas.pdf>>. Acesso em 01/03/2018.



BAITELLO JÚNIOR, Norval. **Corpo e imagem:** comunicação, ambientes, vínculos. *In:* Rodrigues, David (org.) Os valores e as atividades corporais. São Paulo: Summus, p. 95-112, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada:** vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2008a.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2008b.

BENJAMIN, Walter. **O narrador (1936)** – considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CARRASCOZA, João A. **Redação publicitária:** estudos sobre a retórica do consumo, São Paulo: Futura, 2003.

CONSERVAÇÃO INTERNACIONAL (CI – Brasil). **A Natureza está falando:** A Amazônia. 2016. Disponível em: <<https://www.conservation.org/global/brasil/Pages/amazonia.aspx>> Acesso em: 14/03/2018.

DE LIMA, Myrian Del Vecchio et al. **A comunicação ambiental e suas potencialidades no enfrentamento dos dilemas socioambientais.** Paraná: Desenvolvimento e Meio Ambiente, v. 34, 2015.

DRAVET, Florence. **Um saber poético sobre linguagem e comunicação para além das representações.** Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 8, n. 1, p. 71-89, 2015.

DRAVET, Florence; CASTRO, Gustavo. **Filosofia da comunicação e da poesia.** Questões Transversais, v. 2, n. 3, 2014.

DRAVET, Florence; CASTRO, Gustavo. **A mediação dos saberes e o pensamento poético.** Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, n. 32, p. 71-77, 2007.

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FLUSSER, Vilém. **“Quando falham as palavras II”.** 19 de fevereiro de 1982. Disponível em: <<http://flusserbrasil.com/art469.pdf>>. Acesso em: 20/11/2017.

FLUSSER, Vilém. **Natural: mente:** Vários acessos ao significado de natureza. São Paulo: Duas Cidades, 1979.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Das coisas que nos fazem pensar:** o debate sobre a Nova Teoria da Comunicação. São Paulo: Ideias & Letras, v. 1, 2014.



MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo:** da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

MEDINA, Cremilda. **O signo da relação:** comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo, SP: Paulus, 2006.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente:** narrativa e cotidiano. São Paulo, Summus Editorial, 2003.

MORIN, Edgar. **Amor, poesia, sabedoria.** Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

MORIN, Edgar. **O método 5:** a humanidade da humanidade, a identidade humana. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PAZ, Octavio. **O Arco e a Lira.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

PIGNATARI, Décio. **O que é comunicação poética.** Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.

YouTube. SFVivo – Articulação, Programa Metrópole. **História da Música Sobradinho de Sá e Guarabyra.** 12 de setembro de 2012. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=s\\_pmGhMJilq](https://www.youtube.com/watch?v=s_pmGhMJilq)> Acesso em: 17/03/2018.

PICHIGUELLI, Isabella; SILVA, Míriam Cristina Carlos. Comunicação, Poesia e o religare, 2017. Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 10, n. 2, p. 3-18, 2017.

SILVA, Míriam Cristina Carlos. **Comunicação e Cultura Antropofágicas:** mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre: Sulina, 2007. ISBN 8520504868.

SILVA, Míriam Cristina Carlos. **A pele palpável da palavra:** a comunicação erótica em Oswald de Andrade. Sorocaba: Provocare, 2010.

SILVA, Míriam Cristina Carlos. **O infiltrado:** narrativas midiáticas e uma poética antropofágica. Galáxia: São Paulo, n. 30, p. 125-137, 2015.