



APONTAMENTOS DA PAUTA AMBIENTAL NO JORNALISMO BRASILEIRO

Melissa Cerozzi¹

RESUMO: Este artigo pretende fazer um exercício de apontamento sobre os temas que podem contribuir para a construção da pauta ambiental. Numa tentativa de compreensão da formação da notícia ambiental no jornalismo, este artigo trabalha com conceitos sobre meio ambiente que permeiam o campo da Sociologia e da Comunicação, enfatizando o papel desta última ciência na divulgação de tais notícias. Buscamos também apontar a especialização dos profissionais de jornalismo que cobrem os temas ambientais. Por fim, tentaremos apontar como a formação jornalística pode contribuir para qualificação da abordagem da pauta ambiental na mídia.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo; Meio Ambiente; Notícia; Pauta Ambiental; Sociologia.*

¹ Aluna regular de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA-USP). E-mail: melissacerozzi@gmail.com

Introdução

É preciso preservar o meio ambiente, zelar pelos recursos naturais e assim, assegurar a vida das gerações futuras. Este é o discurso que prolifera, incessantemente na mídia, em reportagens de revistas, jornais, programas de rádio e televisão, na internet, enfim, em escala mundial. Não há mais dúvidas de que a palavra “meio ambiente” integrou-se ao jornalismo de tal forma que este não pode mais tratar o assunto de maneira superficial, ou deixando o tema apenas para os especialistas na questão preencherem a coluna dos jornais para os quais escrevem aos finais de semana, ou apenas em ocasiões especiais, como a comemoração do Dia Mundial da Água, da Árvore ou do Meio Ambiente.

As questões que permeiam o meio ambiente estão em todos os campos do jornalismo, seja no generalista² ou no especializado. Todavia, com o intuito de atender demandas do mercado e de público, uma nova área começou a ganhar espaço no final do século XX: o jornalismo especializado. Numa época em que as notícias proliferam quase que instantaneamente – como a realidade da informação atual – o jornalismo especializado atende as demandas individuais por notícias mais aprofundadas e contextualizadas.

No entanto, a especialização no jornalismo se origina geralmente como resultado de uma realidade complexa. Em *Cómo tratar la noticia medioambiental*, a diretora, professora e pesquisadora da Universidade de Morón, na Argentina, e presidente da Associação Americana e da Associação Argentina de Jornalismo Científico, Diana Cazaux (s/d)³, comenta que durante muito tempo as redações eram inchadas por especialistas colaboradores que tinham conhecimento técnico e científico sobre determinados temas, mas eram profissionais advindos de outras áreas que não da

²Entende-se por generalista o campo do jornalismo com a ambição relatar todos os fatos e acontecimentos que relevantes, no que compreende à vida humana e natural (ABIAHY apud PRIOLI, 2000, p. 11). Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiah-y-ana-jornalismo-especializado.pdf> Acesso em 15 de maio de 2015.

³Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/periodismocientifico/dcasaux2.html> Acesso em 26 de maio de 2015.

comunicação. Esta situação levou muitos desses profissionais a se tornarem jornalistas de fato. Outro ponto colocado pela autora é que no jornalismo a especialização acontece porque o profissional se “acostuma” a escrever sobre um determinado tema e seus assuntos relacionados (por exemplo, a questão ambiental e os assuntos que permeiam o tema, como sustentabilidade, meio ambiente, água, agricultura, poluição, etc). Para a autora, o profissional especializado precisa também ter uma base científica, pois como se consegue um bom jornalista especializado com uma cultura científica empobrecida?

Sin embargo, lo habitual en nuestros países es que la especialización se adquiera por la vía de acudir siempre a un determinado tipo de acontecimientos informativos que tienen que ver con un contenido similar, ya sea en el ámbito de la sanidad, la educación, la ciencia, la política, la religión o el deporte.

El periodista, por tanto, sólo se limita a conocer quiénes son los responsables de esas áreas en las distintas administraciones públicas y privadas, y a disponer de una agenda de expertos – profesores universitarios, investigadores de centros oficiales, jefes de prensa de determinados organismos, directores generales, jefes de servicio, etcétera-. Es cierto que, con el paso del tiempo, se puede acostumbrar a redactar sobre ese tema, pero... ¿Será capaz de realizar un verdadero periodismo especializado? ¿Podrá realmente divulgar? (CAZAUX, s/d).

A lacuna da formação científica do jornalista para cobertura de temas especializados também é levantada pela jornalista, professora e pesquisadora em Jornalismo Científico, Eliana de Souza Lima (2002) e pelo jornalista especializado na cobertura de temas ambientais, pesquisador e professor universitário do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP, Wilson da Costa Bueno (2007)⁴. Em entrevista concedida para este trabalho, Bueno relata que nas faltam espaço específicos nas universidades brasileiras para introduzir, aos alunos, uma concepção sobre a cobertura da pauta ambiental e defende que para uma cobertura de qualidade do tema, na mídia, esses espaços na formação acadêmica tornam-se essenciais.

No Brasil há poucas universidades de jornalismo que trazem este espaço como optativo, quase nunca é obrigatório. A questão do jornalismo ambiental nas faculdades é muito rara. O próprio jornalismo científico, que é mais amplo, parece enfrentar uma

⁴ Disponível em:

<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/wilson+da+costa+bueno/78/jornalismo+marketing+verde+e+transparencia>. Acesso em 28 de maio de 2015

resistência e o ambiental, mais ainda. Isso pode fazer com que o jornalista que esteja saindo da graduação e entrando para o mercado de trabalho não tenha uma perspectiva mais crítica, mais abrangente sobre a questão ambiental. (BUENO, 2015)⁵

Ao mesmo tempo, os autores se debruçam sobre questões da cobertura de temas ambientais na imprensa, como o controle dos veículos de comunicação e também pouca identificação por parte da sociedade e dos leitores.

Muitas vezes não se tem esta visão mais ampla, porque a mídia, sobretudo os veículos hegemônicos, cobre o tema de uma forma que cria um distanciamento do assunto para o público. O que é importante frisar é que a pauta ambiental é muito mais ampla do que o desmatamento, o aquecimento global, a poluição, extinção de animais, recursos hídricos e parece que a discussão fica distante dos grandes centros urbanos. E ela é isso também, mas não só isso. A pauta ambiental é o uso de água para produção de alimentos, a questão dos transgênicos, segurança alimentar, é tudo o que afeta o nosso dia a dia e tem impacto direto no social, no cultural e no econômico (BUENO, 2015)⁶.

Apesar da relevância, o tema meio ambiente abrange um universo de assuntos que estão correlacionados entre si, todos com a devida importância. Neste universo, cabe ao profissional de imprensa uma tarefa difícil, uma seleção dos temas mais relevantes para a composição dos assuntos que serão pauta jornalística sobre a cobertura ambiental. Seja no generalista ou especializado, o fato é que o jornalista é o responsável por entender, organizar e mediar o diálogo entre o mundo e o indivíduo. Para Miquel Rodrigo Alsina (2009, p. 191), uma das questões mais importantes da produção jornalística é a tematização, ou seja, a escolha de um tema no qual a mídia tem a função não apenas de transmiti-lo, mas também de fazê-lo compreensível, aproximando-o no centro do debate e da atenção pública. No entendimento do autor a tematização é a primeira etapa da formação da notícia e revela um dos papéis mais importantes da mídia na contribuição para a construção social da realidade. Alsina mostra que a seleção dos

⁵Entrevista concedida para a autora deste trabalho em agosto de 2015

⁶idem

temas obedece a critérios de composição que se aproximam da *agenda-setting*⁷ (ALSINA, p. 194, 195).

Embora o autor faça referência ao conceito de tematização apenas à notícia, optou-se por não dissociar notícia de pauta nesta investigação, pois entende-se que a pauta ambiental para a qual se insere neste trabalho está desenhada dentro da teoria de agenda-setting, que são os grandes fatos cobertos pela mídia e de grande interesse nacional e internacional, como os que estão relacionados à vida em coletividade, como questões socioeconômica, culturais, política, moral etc. A partir deste pressuposto ousa-se dizer que a pauta ambiental é uma das especificidades da tematização e que cada vez mais é tratada de forma especial na mídia, seja na generalista ou especializada. “De fato, a tematização serve para que a opinião pública diminua a complexidade social e faz com que seja possível a comunicação entre os diversos sujeitos, destacando os temas comuns mais importantes” (ALSINA, 2009, p. 191).

A abordagem que se apresenta dará subsídios para investigar a construção da pauta ambiental no jornalismo, que é a proposta deste trabalho. Para isso, este trabalho parte do pensamento do sociólogo John Hannigan, observando como os estudos da sociologia clássica, a partir de Émile Durkheim, Karl Marx e Max Weber, contribuíram para a observação da problemática ambiental pelos sociólogos. Por isso os apontamentos serão feitos a partir de algumas discussões sobre o conceito de meio ambiente que permeiam o campo da Sociologia e o da Comunicação.

Tem-se consciência de que a abordagem sobre o que é pauta ambiental é uma discussão inesgotável e que é necessária de uma investigação mais aprofundada e interdisciplinar com diferentes áreas científicas, como a Biologia, Ciências Agrárias, Economia, Direito, Arquitetura, entre outras possíveis. Não se trata de discutir o tema isoladamente com apenas duas áreas das Ciências Humanas, porém, entende-se que para a proposta deste artigo, o conceito de sociologia ambiental, abarcado pela Sociologia, é o que melhor nos dá subsídios para observar quais são os assuntos discutidos na pauta

⁷Em linhas gerais, a teoria da *agenda-setting* (ou teoria do agendamento), propõe conceitos de noticiabilidade que permitem compreensão de como as notícias chegam à mídia (ALSINA apud AGOSTINI, 2009; MARTINO, 2012, p. 203-204; TRAQUINA, 2000)

ambiental do jornalismo e como o jornalismo contribui para a divulgação dessas notícias.

A complexidade sobre a cobertura dos temas ambientais por parte do profissional de imprensa e o papel do jornalismo especializado amparado por uma base científica serão tratados nas próximas páginas deste trabalho.

A questão ambiental: novas discussões para um novo cenário

A década de 1970 é considerada o ponto de partida para a discussão dos problemas ambientais abarcados pela Sociologia. À época sociólogos reuniram-se numa ação sem precedentes, em torno de teorias ou pesquisas que os guariam em direção ao entendimento das relações entre sociedade e meio ambiente. O “Dia da Terra 1970” é tido como o “Dia 1” do novo ambientalismo, conceito que foi incorporado pela mídia de massa americana, inaugurando a “Década Ambiental” (HANNIGAN, 2009).

O debate sobre as questões ambientais ganhou força em 1972 com a realização de dois eventos mundiais, a publicação do Relatório de Roma sobre os Limites do Crescimento e a Conferência das Organizações das Nações Unidas (ONU) em Estocolmo. Não demorou muito e logo os temas relacionados ao meio ambiente começaram a ganhar espaços na mídia mundial. Ambientalistas, cientistas, políticos, pesquisadores, organizações não governamentais (ONGs) conhecidas internacionalmente e instituições sociais e religiosas levantavam uma bandeira pelo meio ambiente, influenciando milhões de pessoas a favor ou contra o movimento. A influência de movimentos ecológicos em prol da sociologia ambiental, seja como foco de pesquisa ou como um estímulo de engajamento de alguns sociólogos para as questões ambientais, acendeu uma luz vermelha de que a relação sociedade-ambiente culminaria num desequilíbrio em grandes proporções, reflexo de um rompimento de expansão econômica, movida pelo capitalismo, industrialização e falta de consciência humana.

Entre as linhas que compõem a corrente da sociologia ambiental, a do sociólogo canadense John A. Hannigan pode ser considerada uma das mais influentes, pois parte de um olhar construcionista para o modelo relacional-cognitivo que observa a

construção de significado da relação dos atores sociais com os meios que estão inseridos. Para Hannigan, a observação construcionista permite dizer que os problemas ambientais não estão dissociados dos problemas sociais. Ao contrário, eles são um desdobramento das questões sociais e, por não serem estáticos, ou seja, são consequência processos sociais de múltiplas abordagens, o progresso destes problemas tem relação direta com o resultado do sucesso ou não dos indivíduos com eles envolvidos, uma vez que este mesmo agente determina sua relação e classifica a importância do seu mundo. Porém, Hannigan pontua a diferença entre o discurso e entendimento dos problemas sociais para os ambientais no entendimento do indivíduo e da aceitação da comunidade.

Os problemas ambientais são similares em muitas formas aos problemas sociais em geral. Há, entretanto, algumas diferenças importantes. Apesar de os problemas sociais frequentemente atravessarem de um discurso médico para as arenas do discurso público e da ação (RITTENHOUSE, 1991:412), assim mesmo o poder de retórica deriva mais dos seus argumentos morais do que dos fatos. Por outro lado, problemas ambientais tais como a contaminação por pesticida ou o aquecimento global são mais ligados às descobertas científicas (YEARLEY, 1992:117). Além disso, apesar de serem detectados por agentes humanos, os problemas ambientais têm uma base física mais contundente do que os problemas sociais, os quais são mais enraizados em problemas pessoais convertidos em questões públicas (MILLS, 1959). (HANNIGAN, 2009, p. 99)

Com a intenção de salvar a natureza das ações que levam à degradação, cabe à sociologia ambiental abarcar estratégias que tentam dar conta de implantar uma consciência de preservação ao sujeito. Para os jornalistas especializados na cobertura ambiental e mestres em comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (RS), Carine Massierer e Reges Toni Schwaab (2006)⁸, o atual cenário de desigualdades é o reflexo de um comportamento e uma visão social obsoleta sobre as questões ambientais e que não atende mais os tempos modernos, um “mundo globalmente interligado, no qual os fenômenos biológicos, psicológicos, sociais e ambientais estão

⁸Disponível em:

http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/ind_carine_massierer_e_reges_schwaab.pdf
Acesso em: 27 de maio de 2015.

todos interligados” (MASSIERER; SCHWAAB, 2006apud CAPRA, 1982, p.14)⁹. E uma dessas estratégias é por meio do discurso da sustentabilidade.

Se a sociologia ambiental trata do estudo dos “valores culturas e crenças que motivam as pessoas a *usarem o meio ambiente num sentido particular*” (FLEURY; ALMEIDA; PREMEBIDA, 2014 apud BUTTEL, p. 37, grifo do autor), Schwaab(2008, p. 74), entende que o discurso da sustentabilidade “adjetiva um modelo socioeconômico capaz de gerar riqueza e bem-estar enquanto impede a destruição da natureza”, sendo um dos principais eixos de debate da problemática ambiental na mídia. Concorda-se com o autor quanto à força do discurso da sustentabilidade, entendendo que esta tematização compreende à pauta ambiental.

Do entendimento do jornalismo à tematização da pauta

Uma das mais importantes atribuições da mídia é a contribuição para o debate público por meio dos assuntos tratado pelo jornalismo, logo o jornalista é responsável pela construção da notícia, contribuindo assim para a formação de uma realidade social. Dessa forma, considera-se como uma das principais obrigações do jornalismo a apuração de fatos, bem como ampliar a divulgação dos acontecimentos com veracidade, dando subsídios à formação do debate em sociedade. Neste sentido, a produção da notícia é uma Ciência que necessita de técnicas para sua construção (VIZEU, 2014 apud BAHIA, 1990)¹⁰.

Apesar de critérios subjetivos sobre o que é *notícia*, como já abordado anteriormente, a construção passa pelo crivo da tematização, processo este que se aproxima da teoria de *agenda-setting* (ou do agendamento) e tornam-se os principais assuntos repercutidos pela mídia.

⁹ MASSIERER; SCHWAAB, 2006 apud CAPRA, 1982, p.14. In: IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, 2006, Porto Alegre. Anais do IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, 2006. Disponível em: http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_carine_massierer_e_reges_schwaab.pdf Acesso em 27 de maio de 2015.

¹⁰Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=8STPBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 25 de maio de 2015.

Numa tentativa de elucidar os conceitos de *construção da notícia* e de *agenda-setting*, a partir do proposto por Galtung e Ruge (CORREIA, 2011, p. 149-151), entende-se que no jornalismo os assuntos são classificados em factuais (inesperados, imprevistos) e da atualidade (os que têm uma importância no contexto, mas não exigem uma urgência na veiculação, ao contrário dos factuais). Nesse contexto, existem doze elementos sobre a tipificação de valores-notícia: frequência ou momento do acontecimento; magnitude do acontecimento; clareza; significação; correspondência ou consonância; o inesperado; a continuidade; a composição; referência a nações de elite; referência a pessoas de elite; personificação; e a negatividade. Assim, quanto mais elementos, maior a chance de a notícia ganhar repercussão na agenda da mídia. Porém, mais que isto. A teoria do agendamento não só indica os assuntos que serão repercutidos na mídia como tende a influenciar os cidadãos sobre o que eles vão pensar e dizer ao conversarem com outras pessoas.

No caso da pauta ambiental e sua repercussão na mídia, considera-se que os critérios atendem a um tema da atualidade e os fatores de noticiabilidade estão relacionados à frequência, magnitude, continuidade, significação e personificação.

Fazendo uma aproximação entre as propostas dos autores até este ponto, pode-se dizer que na construção da pauta ambiental, e conseqüentemente da notícia, seja no jornalismo generalista ou especializado, a tematização é uma técnica que ampara o jornalista na seleção dos assuntos que farão parte da *agenda setting*, de acordo com os critérios de classificação e elementos de valores-notícia da cobertura da mídia. Também entendemos que este processo não se limita à escolha do *tema-notícia*, mas divide-se no que classificaremos como “*subtemas*”¹¹ (*grifo nosso*), ou seja, a tematização da pauta bem como da notícia desdobra-se dentro de um mesmo assunto que por sua vez, irá compor a *agenda-setting*.

Como exemplo de um subtema da tematização ambiental, é possível citar a discussão sobre a votação do novo texto do Código Florestal, em maio de 2011, quando

¹¹ Termo proposto pela autora deste artigo a partir da compreensão do conceito sobre tematização de Alsina (2009), entendendo que na construção da pauta e da notícia jornalística o processo de tematização e subtemas não obedece numa linearidade regular e finita, mas sempre estão submetidos aos critérios de *agenda setting*

voltou com força à imprensa, pautando a mídia. Um dos temas que mais chamou a atenção dentro do novo Código Florestal à época foi com relação ao uso da água: a recomposição de matas às margens de rios, reservatórios, topos de morros, encostas para o plantio de culturas como café, maçã, uva e pastoreio.

O debate em torno do novo Código Florestal, que se deu por mais de uma década entre analistas e políticos, provocou discussões entre ruralistas, empresários do setor, governos estaduais e federal, associações agrícolas, pesquisadores, cientistas e ativistas em prol do meio ambiente, como as organizações não governamentais (ONGs) além da Organização das Nações Unidas (ONU), dividindo dois importantes setores do Brasil: a produção de alimentos e a preservação do meio ambiente. Somente em outubro de 2012 o novo texto teve sua versão final sancionada com adequações e vetos.

Os entraves da cobertura do jornalismo ambiental no Brasil: da formação do profissional à (não) especialização

Como já abordado neste trabalho, dois eventos mundiais, no início de 1970, publicação do Relatório de Roma sobre os Limites do Crescimento e a Conferência da ONU, em Estocolmo, praticamente inauguraram a discussão sobre os temas ambientais no campo da Sociologia, fazendo surgir a sociologia ambiental. Porém, Roberto Villar (1997) destaca a Conferência da Biosfera, em Paris, e a primeira entidade de jornalismo ambiental, na França, ambos em 1968, como o marco inicial no campo da cobertura jornalística especializada sobre o tema, na Europa. Todavia, por mais representatividade que os eventos tiveram à época, a cobertura pela grande mídia não teve o mesmo ritmo.

No Brasil, apesar do pioneirismo do jornalista Randau Marques na cobertura ambiental ainda em 1968¹², Roberto Villar (1997) observa que a mídia deu os primeiros passos nesta direção a partir de 1980, com a cobertura sobre o buraco da camada de ozônio e as primeiras ocorrências das ações do homem na degradação do meio ambiente. Na mesma década, houve um engajamento dos movimentos ambientais com a

¹²Disponível em <http://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

adesão de ambientalistas, cientistas, políticos, pesquisadores, organizações não governamentais (ONGs) e outros atores sociais. A partir de então é que os profissionais da área lançaram um olhar mais atencioso sobre o tema. Mas foi com a Eco-92 (ou Rio-92), realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro, que as discussões ambientais no Brasil ganharam amplitude numa das grandes preocupações sobre o futuro. Desde então, o meio ambiente se tornou objeto de investigação e hoje não há um veículo, seja impresso ou eletrônico, que não noticie os acontecimentos da esfera global. (BUENO, 2007).

A movimentação do debate sobre possíveis soluções para a chamada crise climática mundial tem levado os veículos de comunicação a procurar cada vez mais respaldo deste assunto, para informar melhor a população. E de certa forma, a problemática ambiental tem exigido mais jornalistas qualificados no Brasil, o que não acontece, pois os cursos formam jornalistas generalistas, não havendo possibilidade de especializar o profissional em determinado tema.

Mas se a pergunta à cobertura ambiental for “será que há um preparo científico e acadêmico dos jornalistas de imprensa que se dedicam a cobrir este tema?” a resposta pode não ser apenas sim ou não. Ela depende de uma série de fatores que vão da formação acadêmica, ao próprio interesse do jornalista no tema sobre o qual escreve frequentemente, limitação do conhecimento do tema e de suas fontes, aprofundamento científico dos temas e, porque não dizer, a relevância da pauta ambiental na cobertura da agenda da mídia. Para a pesquisadora de jornalismo Científico e Ambiental Dione e professora associada à Universidade de Brasília, Moura (2011)¹³ “jornalismo e meio ambiente parecem tão estranhos que precisam ser rerepresentados entre si e batizados como um terceiro setor – jornalismo ambiental ou socioambiental”.

O cineasta André D’Elia, produtor e diretor do documentário A Lei da Água [Novo Código Florestal] (Brasil, 2014, 78’) argumenta que embora a pauta ambiental seja um tema importante e presente, há pouca fluidez no tratamento desta matéria pela grande imprensa.

¹³Disponível em <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/monografias14c.htm>. Acesso em 3 de junho de 2015

Quem antes ignorava e não tinha interesse por assuntos como índio, floresta, entre outros, está mudando de ideia. E os meios [mídia] são responsáveis por essa comunicação. E como é um assunto amplo, você pode abordar de varias formas, opiniões distintas e, claro, que você pode incomodar muita gente também. Mas entendo que este é um tempo de transição do tema e dele com mídia (D'ELIA, 2015)¹⁴

Produzido pela Cinelândia em Coprodução com a O2 Filem, o documentário aborda a temática ambiental, com foco na conservação das florestas para preservação dos recursos hídricos no Brasil, ao mesmo tempo em que problematiza questões sobre o novo Código Florestal, aprovado pelo no Congresso em 2012, no ecossistema e na vida da população.

Cazaux¹⁵ descreve em artigo sobre jornalismo e meio ambiente que a falta de especialização para determinados temas, passa tanto pelas empresas de comunicação quanto da formação acadêmica e científica e que a especialização dentro das redações acontece quase que por acaso, pois o profissional se acostuma a escrever sobre o mesmo assunto e seus conteúdos relacionados (por exemplo, a questão ambiental e os assuntos que permeiam o tema, como sustentabilidade, meio ambiente, água, agricultura, poluição, etc). Além disso, o jornalista limita-se a conhecer os especialistas em suas áreas e dispõe de uma agenda de fontes que são sempre as mesmas. Um terceiro ponto colocado pela pesquisadora é que a busca pela especialização também depende muito do interesse do profissional pelo tema.

A segunda crítica é com relação à formação científica e acadêmica. Como professora universitária, Cazaux revela que entre os estudantes de jornalismo que chegam às universidades, já há uma tendência de partir para áreas de esporte, literatura e política, mas o mesmo não é percebido em outras áreas como da ciência, medicina e ambiental. Para a autora, o profissional especializado também precisa ter uma base

¹⁴Entrevista concedida para a autora deste artigo em 30 de junho de 2015, em São Paulo.

¹⁵Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/periodismocientifico/dcasaux2.html> Acesso em 26 de maio de 2015

científica “pois como se consegue um bom jornalista especializado com uma cultura científica empobrecida?” (CAZAUX, s/d, p. 2 - tradução nossa) ¹⁶.

Fato semelhante também acontece no Brasil. Para Lima, nem sempre a culpa da falha da comunicação é do jornalista. A estudiosa admite que na atualidade é cada vez maior a exigência do mercado de trabalho para profissionais especializados em determinados temas – como no caso, o meio ambiente – mas que na maior parte das vezes e ainda que não sejam especializados na questão que tratam, os jornalistas ambientais reproduzem – e com certo grau de clareza – o que os especialistas na área ambiental sabem sobre o tema. Para a autora, este é uma questão que está presente nas universidades do curso de comunicação.

Muitos erros e deturpações apresentados pelas fontes seriam corrigidos ou mostrados criticamente, se jornalistas tivesse especialização nos setores que cobrem. Aliada às melhores concepções éticas e políticas, a especialização é uma garantia de um jornalismo a serviço da população. Temos inúmeros exemplos em nossa imprensa.

[...]

Distribuir aos alunos iniciantes nos cursos de jornalismo a ilusão que de que a simples frequência às aulas os transformará em jornalistas do mais alto nível pedido pelo mercado é um ato que só contribui para alimentar insatisfações futuras. (LIMA, 2002)

161

Outros autores que se debruçam sobre o estudo da cobertura dos temas ambientais no jornalismo também fazem observações sobre a falta de especialização e conhecimento científico, embora admitam que a discussão ambiental esteja mais presente na mídia brasileira face ao início dos anos de 1980.

Segundo Bueno (2007)¹⁷ a discussão e cobertura sobre a pauta ambiental no Brasil é tão superficial quanto o entendimento que a audiência (leitores, telespectadores, ouvintes etc.,) faz destes assuntos. Jornalistas especializados na cobertura da pauta ambiental, ele argumenta que apesar do aumento de notícias ambientais na mídia e de que tais temas estão diretamente ligados aos problemas sociais – e, portanto, afetam a

¹⁶Disponível em: <http://www.razronypalabra.org.mx/periodismocientifico/dcasaux2.html> Acesso em 26 de maio de 2015.

¹⁷Disponível em:
http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_ambiental/artigo2.php
Acesso em 28 de maio de 2015.

vida do homem - o próprio cidadão não se identifica com a proximidade dos temas, não sente que este é um problema que afeta diretamente sua vida. Uma das hipóteses para este distanciamento é que no geral, as pautas ou notícias não tratam de problemas locais, mas sim com abordagens mais amplas, como o desmatamento da Floresta Amazônica, a discussão sobre transgênicos e entre outros temas que distanciam o meio ambiente da economia, da política, da cultura e da sociedade.

Embora a imprensa no Brasil tenha jornalistas especializados nos temas ambientais que têm feito ótimo trabalho, a cobertura sobre os assuntos ainda é muito fragmentada e precisa ser discutida. Nós temos um grupo bom de profissionais nesta área que estão localizados em algumas universidades, em alguns núcleos de jornalismo ambiental muito forte pelo Brasil, como no Rio Grande do Sul, por exemplo. Mas a preocupação é a de que fique um discurso para os próprios jornalistas e interessados na cobertura do tema. Ou seja, de nós para nós mesmos.

Nós temos uma cobertura pontual, onde a grande imprensa não coloca o dedo na ferida, não vai a fundo, muitas vezes não avança na problemática da discussão da pauta. Além da questão da formação do jornalista, outro entrave é com relação à forma como assunto é pautado e é repercutido na mídia. Muitas vezes o que acontece na mídia hegemônica, se dá de maneira isolada, em canais fechados e em horários que não são aqueles de grande audiência. Isso dificulta muito o diálogo com o público. É complicado trabalhar com programas desta abordagem quando estes programas competem, por exemplo, com horário do futebol. Onde está o diálogo? (BUENO, 2015)¹⁸

Além disso, para Lima (2002), apesar de importante para a construção da realidade social e aumento de conscientização da população, o jornalismo praticado no dia a dia não pode ser comparado ao jornalismo científico, pois por estarem concentrado a questões do dia a dia, nem sempre revelam o cuidado necessário dos detalhes que prendem a pontos científicos.

Embora esta argumentação pareça distanciar a discussão do jornalismo com a corrente da sociologia ambiental, entendemos que ao colocarem tais pontos, os autores chamam a atenção para que estes temas (política, economia, cultura, sustentabilidade), discutidos dentro da pauta ambiental, ganhe uma proximidade com a audiência e isso

¹⁸Entrevista concedida à autora deste trabalho em agosto de 2015

seria possível através de notícias que sejam locais ou regionais, se aproximando da realidade do cidadão.

Com relação à qualificação do jornalismo ambiental, uma das questões mais sensíveis e importantes para a construção da pauta ambiental e, conseqüentemente da notícia, os autores afirmam que esta competência deve passar obrigatoriamente pela própria profissão, ou seja, o envolvimento de editores e empresários da mídia, pela liberdade editorial dos veículos. Bueno é categórico em afirmar que para uma cobertura ambiental responsável e de qualidade, é preciso abandonar o que ele mesmo chama de “*jornalismo light*”, pois:

O jornalismo ambiental autêntico deve construir-se antes de tudo em uma militância cívica [...] O jornalismo ambiental precisa estar radicalmente comprometido com a superação das desigualdades, com a alteração dramática dos padrões de consumo, com a preservação dos recursos naturais, com as soluções que não excluam as minorias e que respeitem as diversidades (BUENO, 2007).

Moura (2011) e Vilmar Berna (2010) endossam a ideia sobre a qualidade e competência da cobertura do jornalismo ambiental, dentro e fora das faculdades e que a abordagem de temas que permeiem as discussões ambientais pela mídia de forma clara e com qualidade são ferramentas indispensáveis para a mobilização da cidadania.

A informação ambiental de qualidade e em quantidade suficiente é ferramenta indispensável para a formação e mobilização da cidadania ambiental. [...] A democratização da informação ambiental é fundamental para o exercício pleno da cidadania crítica e participativa, pois quando as pessoas, o povo, ou as organizações não dispõem de informações de qualidade, fica comprometida a capacidade de fazer escolhas entre as diferentes alternativas e caminhos. (BERNA, 2010)

Sobre a formação científica e especialização do tema, Lima (2002) destaca:

1) Má formação humanística e falta de cultura geral dos formados em cursos de comunicação social; 2) Informação incorreta das fontes; 3) Auto-censura da informação científica; 4) Falta de preocupação pela informação científica. Da constatação de todas estas deficiências da informação científica encontradas na imprensa, incluindo a Internet, concluo que é necessário e urgente dar novo tratamento a tudo o que se refere a conceitos científicos em qualquer órgão de divulgação, principalmente para que a informação científica, como qualquer outra informação, tenha o objetivo não só de informar, mas de formar e

colaborar com a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Este é um trabalho que não depende exclusivamente do jornalista, mas também de suas fontes de informação, e principalmente, dos que geram a informação científica (LIMA, 2002).

Por fim, a autora enfatiza que o meio ambiente é importante demais para que a mídia o ignore. “Espero somente que não seja mais um modismo.” (LIMA, 2002).

Considerações finais

As questões ambientais proliferam no jornalismo numa escala mundial. O tema está presente nos veículos de comunicação como uma das principais abordagens do jornalismo, e já faz parte da pauta da mídia hegemônica. O jornalismo ambiental é uma realidade irreversível e crescente em todo o mundo. A prática do jornalismo na promoção de uma reflexão, oferecendo modelos de percepção de uma realidade social para os agentes sociais, por meio da informação, colabora para mudar a prática da realidade social.

Se a realidade social é o cerne da pauta jornalística, o surgimento da sociologia ambiental, a partir de 1972, legitima as discussões sobre a pauta ambiental na mídia mundo a fora, ao revelar que os problemas ambientais se aproximam dos entraves sociais gerais, haja vista que o homem é responsável tanto pela preservação do meio ambiente quanto pela sua destruição.

Mas, a questão que parece ser um dos pontos de incômodo desta discussão da mídia é com relação à especialização do jornalista para abordagem do tema. A formação e a atuação profissional em qualquer área precisam dialogar com os desafios de sua atualidade, então com o jornalismo e os temas ambientais não poderia ser diferente. Sem jornalistas especializados e com aprofundamento nos temas, as notícias ambientais podem não sair de uma discussão superficial, e conseqüentemente, o sujeito-receptor pode não se identificar com o tema ambiental. Se a sociologia ambiental é a responsável por articular estratégias para implantar uma consciência de preservação no sujeito, atribui-se ao jornalismo a função de contribuir para a construção da realidade social a partir da divulgação e contextualização dos fatos e acontecimentos que permeiam a sociedade.

Referências

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. *O jornalismo especializado na sociedade de informação*. Ensaio apresentado para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba. Paraíba: 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf> Acesso em: 15 de maio de 2015.

ALSINA, Miquel Rodrigo. *A construção da notícia*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

BERNA, Vilmar. *Desafios da Comunicação Ambiental*. Disponível em: <http://portal.rebia.org.br/vilmar-berna/4716-desafios-da-comunicacao-ambiental>. Acesso em: 6 de junho de 2015

BRASIL. *Constituição Federal*. Artigo 225 (1988). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 20 de maio de 2015.

BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo, “marketing verde” e transparência*. Disponível em: <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/wilson+da+costa+bueno/78/jornalismo+marketing+verde+e+transparencia>. Acesso em: 28 de maio de 2015.

_____. *Entrevista sobre cobertura do jornalismo ambiental no Brasil e formação científica do jornalista*. São Paulo, 27 de agosto. Entrevista concedida à autora deste trabalho.

CAVALCANTE, Aparecida; LORDÊLO, Tenaflae. *Os canais de participação do telejornalismo: uma análise do parceiro do RJ e a credibilidade das fontes*. Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciência da Comunicação na Região Nordeste, Alagoas. Intercom. Maceió: 2011. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0267-1.pdf>. Acesso em 2 de junho de 2015.

CAZAUX, Diana. *Cómo tratar la noticia ambiental*. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/periodismocientifico/dcasaux2.html> Acesso em: 26 de maio de 2015.

CORREIA, João Carlos. *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã: Labcom Book, 2011. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia_manual_noticial.pdf. Acesso em: 30 de abril de 2015.

D'ELIA, André. *Informações acerca das discussões sobre a Pauta Ambiental*. São Paulo, 30 de junho de 2015. Entrevista concedida à autora deste trabalho.

HANNIGAN, Jonh. *Sociologia Ambiental*. Tradução: Annahid Burnett. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, 268 p.

FLEURY, Lorena Cândido; ALMEIDA, Jalcione; PREMEBIDA, Adriano. “O ambiente como questão sociológica: conflitos ambientais em perspectiva”. In: *Sociologia*, Porto Alegre, ano 16, n. 35, p.34-82, janeiro/abril 2014. Disponível em:

<http://www.seer.ufrgs.br/sociologias/article/view/45984>. Acesso em: 15 de maio de 2015.

LIMA, Eliana de Souza. “A importância da mídia na conscientização ambiental”. In: *Educação Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável: Construção da Proposta Pedagógica*. Valéria Sucena Hammes. (Org). Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002, v. 1.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teorias da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012. 286 p.

MOURA, Dione. “Jornalismo e a transversalidade da pauta ambiental”. *Revista PJ: BR – Jornalismo Brasileiro*. ECA-USP, São Paulo, ano VIII, n.14, novembro 2011. Disponível em <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/monografias14c.htm>. Acesso em 3 de junho de 2015.

SCHWAAB, Reges Toni; MASSIERER, Carine. A crise e a centralidade da mídia na modernidade: o jornalismo como promotor de reflexividade. *Anais do IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo*, Porto Alegre, 2006. Disponível em: http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_carine_massierer_e_reges_schwaab.pdf Acesso em: 27 de maio de 2015.

_____. A sustentabilidade na pauta: apontamentos para a leitura deste discurso. In: *Conexão – Comunicação e Cultura*, USC, Caxias do Sul, v.7, n.13, janeiro/junho 2008. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/153>. Acesso, 26 de maio de 2015.

SOUZA, Jorge Pedro. *A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>> acesso em 25 de maio de 2015.

TEIXEIRA, Taís Garcia. “O Código Florestal Brasileiro no Jornal Nacional”. In: *Comunicologia – Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade de Brasília*: 2014. Disponível em: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/viewFile/5308/3603>. Acesso em: 17 de junho de 2015.

TRAQUINA, Nelson. *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000. 145 p.

VILLAR, Roberto. *Jornalismo Ambiental: evolução e perspectivas*. Disponível em <http://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>. Acesso em: 15 de junho de 2015

VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: Edipucrs, 2014. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=8STPBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 25 de maio de 2015.