



## **Jornalismo Ambiental: Onde mídia e natureza se encontram**

**Luisa Ianara dos Reis Neves<sup>1</sup>**  
**Rosana Cabral Zucolo (Orientadora)<sup>2</sup>**

**Resumo:** As reflexões deste artigo decorrem do Trabalho Final de Graduação: “Jornalismo e Meio Ambiente: as estratégias discursivas na abordagem da crise hídrica no Programa Cidades e Soluções da Globo News” apresentado no Centro Universitário Franciscano em julho de 2016, e da pesquisa em desenvolvimento “A recontextualização como estratégia do discurso midiático no processo de popularização da ciência”. Diante do discurso da necessidade de novos rumos em favor do meio ambiente, reflete-se sobre o papel da mídia como formadora de opinião e o lugar do jornalismo no processo da construção do discurso ambiental. Como eixo reflexivo nesse recorte, toma-se o conceito de racionalidade ambiental (Enrique Leff) e de Jornalismo Ambiental (André Trigueiro, Wilson Bueno, Roberto Belmonte), enfocando, também, a diferença entre comunicação ambiental e jornalismo ambiental.

**Palavras-chave:** jornalismo ambiental; mídia e natureza; comunicação ambiental

### **1. Reflexões necessárias sobre a questão ambiental na mídia**

A crise do meio ambiente deixou de ser apenas um problema da natureza, geralmente relacionado à fauna e à flora e passou a ser tratada como urgência no mundo inteiro, razão pela qual é tema de reunião de cúpulas de organizações mundiais, tornando-se, portanto, pauta nos meios de comunicação.

Diante dessa realidade, espera-se que as organizações mundiais indiquem decisões que possam modificar o rumo de um iminente problema global com poucas chances de solução e, que essas decisões sejam apontadas pela mídia global com o intuito de gerar resultados positivos à sobrevivência na Terra.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Unisinos, professora adjunta no Centro Universitário Franciscano.

Neste contexto, questiona-se o porquê de reportagens sobre iniciativas de cuidados com o ecossistema ainda são pautas esporádicas nos meios de comunicação, salvo em coberturas de tragédias naturais. Na opinião de Belmonte (2004), existe preconceito contra os temas ecológicos nas redações, uma vez que as reportagens com esta temática são, quase sempre, fruto do interesse do próprio jornalista e, raríssimas vezes resultam da decisão de editores. Para o jornalista, “o status editorial ainda não é proporcional ao tamanho da crise ecológica planetária” (BELMONTE, id, p.21).

Para Ângelo e Carvalho (2008), a mídia é responsável pela conscientização da sociedade a respeito da degradação da natureza a fim de contribuir com o esforço das ONG’s ambientalistas e órgãos do governo que tratam do assunto. Ao mesmo tempo, estender o olhar para o meio ambiente e aprofundar a questão na mídia é um desafio para o jornalismo atual, marcado por notícias rápidas e fragmentado devido à necessidade de atualizações instantâneas. No entanto, defende-se que a qualidade das notícias deve satisfazer o interesse público, a fim de ver a mídia cumprir o seu papel social de informar para transformar, e, neste caso, popularizar a racionalidade ambiental<sup>3</sup>.

Trigueiro (2012) explica que reduzir o meio ambiente à fauna e à flora é um erro. Para ele, aprofundar as pautas ambientais obriga os jornalistas a perceberem a realidade de uma forma nova em um mundo onde a educação é fragmentada. O autor acredita que o caráter multidisciplinar, que permeia todas as áreas de conhecimento, contribui para a percepção da realidade de um mundo conectado. A mídia, por exemplo, passou a dar atenção ao meio ambiente quando o olhar do mundo se voltou para a questão.

Em 1968, um informe dos universitários do chamado Clube de Roma declarou que considerava incompatível o desenvolvimento econômico em relação às questões relacionadas ao meio ambiente.

Em 1972, a Conferência das Nações Unidas que elaborou e aprovou a “Declaração sobre o Ambiente Humano” foi realizada em Estocolmo, na Suécia, e abriu a discussão mundial sobre a necessidade de uma prática ambiental de prevenções e soluções para melhorar a qualidade de vida no planeta e buscar o desenvolvimento econômico.

---

<sup>3</sup> Racionalidade ambiental: Uma forma de desenvolver um sistema econômico e social que não se relacione com a natureza apenas com o intuito de explorá-la, como é inerente do sistema capitalista que trata o ecossistema somente como fonte de recursos a serem explorados.

Para Fernandes (2001) a Conferência de Estocolmo abriu espaço para a criação de outros organismos internacionais comprometidos em denunciar o agravamento dos problemas ambientais que resultam de processos predatórios e poluentes, praticados em escala mundial, o que indicou a falta de resposta prática dos princípios firmados naquela Conferência.

Em 1975, a UNESCO promove o Encontro de Belgrado, Iugoslávia, onde pontuou alguns princípios básicos de educação ambiental. Em 1977, a UNESCO aliada ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), promoveu em Tbilisi, Geórgia, a primeira conferência intergovernamental sobre educação ambiental.

Em 1984, foi criada a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, presidida pela Primeira-Ministra da Noruega, Gro Brundtland. Em 1987 é apresentado o resultado do trabalho da comissão, o relatório “Nosso Futuro Comum”, também chamado Relatório Brundtland.

Em 1987, UNESCO e PNUMA promoveram, em Moscou, o Congresso Internacional sobre a educação e a formação relativas ao meio ambiente com o intuito de avaliar resultados e traçar planos para a educação ambiental para a década de 90. O congresso reuniu mais de 300 especialistas de 94 países, entre eles o Brasil. Dele resultou um documento denominado Estratégia Internacional de Ação em Matéria de Educação e Formação Ambiental para o Décênio de 1990.

Em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, inicialmente identificada como a Cúpula da Terra, foi denominada Eco-92 e, posteriormente, Rio-92. Desta conferência saíram importantes documentos decisivos para a proteção ambiental: a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento; a Agenda 21; a Convenção-Quadro sobre Mudança do Clima; a Convenção sobre Diversidade Biológica; e a Declaração de Princípios sobre Florestas.

A Rio-92, considerada a maior conferência da ONU, contou com a presença de mais de 30 mil pessoas, entre chefes de estado, jornalistas e representantes de organizações não governamentais. A grande cobertura jornalística da conferência atraiu os olhares do mundo para a questão ambiental. No mesmo ano, durante a conferência da Sociedade Civil sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, simultaneamente à Conferência

das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, foi assinado o Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global.

A Conferência do Rio de Janeiro foi uma oportunidade para analisar a prática do tratado de Estocolmo e, diante do aspecto negativo dos resultados, reforçou o compromisso das Nações com o Meio Ambiente e estabeleceu que as nações promovessem segundo Fernandes (2001), tratados internacionais dedicados à preservação das condições de sobrevivência das espécies e o equilíbrio dos ecossistemas.

O tratado do Rio de Janeiro tinha cunho governamental e, por isso, as Organizações Não Governamentais (ONGs) responsáveis pela divulgação da crise do meio ambiente realizaram um evento paralelo, denominado Fórum Global. Em 1997, na cidade de Kioto no Japão, foi assinado o Protocolo de Kioto – tratado que intensificou compromissos rígidos para a redução da emissão dos gases causadores do efeito estufa por meio do desenvolvimento de novas tecnologias.

Kunsch, Moya e Ulsen (2014) mencionam, ainda, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável em Joanesburgo, em 2002. A conferência serviu para reforçar a importância do compromisso com os objetivos do milênio e teve como grande ganho a cobertura da mídia ao evento e a divulgação das questões da sustentabilidade.

Já em 2012, a Conferência Rio + 20 mobilizou o mundo de maneira efetiva para a discussão da sustentabilidade. Os temas centrais da Rio + 20 foram a Economia Verde no contexto do desenvolvimento sustentável e o combate à pobreza e a Governança Global da Insustentabilidade. O sucesso da Conferência foi atribuído à criação do Fórum de Alto Nível para o Desenvolvimento Sustentável (ODS), além da proposição de elaborar uma agenda pós-2015.

A mais recente reunião das Nações Unidas foi a Conferência do Clima da ONU (COP-21), realizada em dezembro de 2015 em Paris. A Conferência resultou em um compromisso histórico entre todos os países do mundo: o Acordo de Paris que valerá a partir de 2020. O Acordo estabelece o compromisso de participação de todas as nações - e não apenas países ricos - no combate às mudanças climáticas. Ao todo, 195 países, membros da Convenção do Clima da ONU e da União Europeia, ratificaram o documento. No instante em que essas conferências reuniram as principais autoridades no

assunto, atraíram a atenção da mídia que passou a exercer um papel fundamental no processo de construção de soluções para a crise ambiental do planeta.

Ana Paula Lükman (2008) afirma que grandes conferências levantam uma reflexão acerca da emergência da educação ambiental na mídia, pois essa emergência influenciou uma mudança na leitura do mundo, visto que notícias relacionadas à temática passaram a ser frequentes nas páginas dos jornais e revistas, nas telas de televisão e nas ondas do rádio. Surge assim, um grupo de jornalistas interessados em tratar especificamente do tema meio ambiente concentrado no conjunto de eventos que se tornaram marco para o início da pauta ambiental na imprensa (Petrarca, 2008).

A questão ambiental ocupa, hoje, a agenda de órgãos governamentais e não governamentais do mundo todo e, portanto, é também pauta da pequena e da grande mídia. Na televisão, por exemplo, as pessoas vão prestar mais atenção à problemática, visto que o audiovisual tem o poder de despertar os sentidos do telespectador de forma rápida e eficiente. Fazer da ciência e do meio ambiente tema de programas televisivos é um desafio que teve início na TV brasileira há mais de 40 anos.

Embora pesquisas apontem o Globo Ciência de 1984, como o primeiro programa de divulgação científica na televisão, Jurberg (2001) defende que o programa “Nossa Ciência” da TV Educativa do Rio de Janeiro, surgiu em 1979. A pesquisadora afirma que a divulgação científica na TV teve início no final dos anos 70 com 10 programas produzidos e veiculados em horário nobre – sexta-feira à noite.

O jornalista Nilson Lage, diretor de jornalismo da TVE, na época e professor das universidades federais Fluminense e do Rio de Janeiro, foi o idealizador do programa que contou ainda com a integração dos jornalistas Luis Gleiser e Erika Francisca. A proposta do Nossa Ciência era divulgar o desenvolvimento da ciência nos institutos de pesquisa do Rio de Janeiro já que não havia recursos para enviar equipes para outros estados.

No final dos anos 70 e início dos anos 80 surgiram outros programas para divulgação da ciência na TV: Estação Ciência (Manchete), Academia Amazônia (TV Cultura), Tome Ciência, Eco Realidade (Fundação Roquete Pinto), Universidade e Paidéia (TV Educativa) e Globo Ciência. Este ficou no ar até novembro de 2014.

Em 1990 surge o programa Globo Ecologia apresentado no Canal Futura e na Rede Globo, e integrou a grade de programação até 2014. Em 2006, o programa Cidades e Soluções é exibido na TV por assinatura no canal Globo News que, atualmente, vai ao ar às segundas-feiras, às 21h30, sendo apresentado também em horários alternativos.

Assim, analisar a história da ciência na TV pode contribuir para o aprimoramento do jornalismo televisivo, visto que incentiva o entendimento de como a televisão se apropria da ciência, interage com seus atores, escolhe e classifica suas fontes. Investigar esse percurso pode cooperar também com o processo de identificar se os telespectadores têm compreendido as pesquisas midiáticas na televisão. Na opinião de Ramalho, Polini e Massarini (2012), diversos estudos demonstram que a exposição aos conteúdos televisivos influencia a formação de opinião dos receptores. A mídia ocupa papel relevante na divulgação de projetos ambientais e das iniciativas em prol da preservação da natureza, cumprindo assim, uma responsabilidade social.

## **2. Comunicação ambiental não é jornalismo ambiental**

Falar em meio ambiente em diferentes meios de comunicação nem sempre é fazer Jornalismo Ambiental. Para Bueno (2007) Comunicação Ambiental e Jornalismo Ambiental têm definições distintas. O autor considera comunicação e jornalismo processos que têm como objetivo a circulação e a troca de experiências, emoções e conhecimentos, porém, com amplitudes diferentes.

Comunicação Ambiental, segundo Bueno (2007), é o conjunto de estratégias destinado a promover e divulgar a causa ambiental, tais como panfletos de conscientização sobre o uso adequado da água, livros, documentários, palestras e campanhas publicitárias em favor do meio ambiente. No entanto, o Jornalismo Ambiental se mantém vinculado ao trabalho realizado por um sistema de produção particular, o jornalístico, caracterizado pelo resultado do trabalho de profissionais que atuam na imprensa.

No Brasil, são exemplos de editorias e dispositivos de Jornalismo Ambiental: Revista do Meio Ambiente, a Ecoagência, o site Jornalistas Ambientais, a revista digital Envolverde, o jornal digital do Ambiente Brasil, os programas Repórter Eco, Globo

Ecologia, Cidades e Soluções, além de outras mensagens trocadas na Rede Brasileira de Jornalistas Ambientais.

Outra diferença importante: a Comunicação Ambiental não tem compromisso com formato ou com periodicidade. Ela pode ser realizada por diferentes profissionais, sejam jornalistas, comunicadores, biólogos, agrônomos, pescadores, entre outros, especializados ou não especializados. Já, o Jornalismo Ambiental é a área de atuação dos profissionais de imprensa qualificados para contribuir com o debate ambiental. Estes, além do compromisso com o formato, devem realizar pautas diárias, semanais ou mensais a respeito do tema.

Bueno (2007) destaca que, atualmente, existe uma diversidade de temas para pautarem o Jornalismo Ambiental: mudanças climáticas, excesso de sacolas plásticas espalhadas no ecossistema, poluição atmosférica, visual e sonora, consumismo, contaminação das águas brasileiras, animais em extinção, lixo doméstico e industrial sem destino certo, o crescimento da quantidade do lixo eletrônico advindo do avanço tecnológico, aumento da população, desmatamento, queimadas, desperdício de alimentos, descarte incorreto de roupas, calçados, óleo de cozinha, proliferação de mosquitos, crise da água, entre outros problemas ambientais passíveis de solução com a ajuda da mídia.

Ainda que lazer, entretenimento, cultura, esporte, economia sejam pautas mais assistidas, não se pode negligenciar o assunto da biodiversidade no jornalismo brasileiro. Quando a sociedade se depara com falta de água, alagamento das ruas, doenças causadas pela poluição, ingestão de alimentos transgênicos, além de outras consequências do descaso com o meio ambiente, vai querer soluções. Logo, é nas notícias que irá procurar respostas. Marcondes (2008) esclarece que a militância desta editoria é pelo jornalismo ambiental e de sustentabilidade, ainda que os recursos financeiros para essas pautas sejam mínimos.

É aqui que enfatizamos o papel dos meios de comunicação, onde, provavelmente, as respostas em favor da natureza serão procuradas. E, para atender essa demanda, Marcondes (2008) defende que as mídias devem avançar nas pautas sobre sustentabilidade a fim de esclarecer a sociedade, o governo e as empresas, de que o meio ambiente, responsabilidade social, sustentabilidade e desenvolvimento humano precisam de atenção especial.

Neste conceito, apontamos que o Jornalismo Ambiental possibilita liberdade para repórteres e editores, cuja tendência atual é a capacitação em falar no tema, já que é uma editoria isenta do paradigma da imparcialidade. São raros os casos em que um meio de comunicação aborde o tema meio ambiente sem incentivar a busca por soluções em favor da natureza e na denúncia de práticas nocivas ao ecossistema.

O Jornalismo Ambiental propõe-se a dar voz a cidadãos comuns para que as soluções para o meio ambiente sejam iniciativas da comunidade. Mas, se o Jornalismo der voz somente para atores especializados, não contará com a interatividade dos leitores/ouvintes/espectadores. Esta pauta pode envolver a sociedade com as causas dos rios, das praias, das florestas, dos mananciais e das comunidades para que, bem informada, constitua uma racionalidade ambiental positiva.

Para Dornelles (2008), o Jornalismo não pode dificultar a adoção de uma perspectiva multidisciplinar. A autora ressalta que enxergar o meio ambiente majoritariamente no âmbito econômico ou técnico científico é empobrecer a cobertura e, para evitar esse empobrecimento, fontes não especializadas devem ser convocadas para o debate ambiental.

Neste sentido, pontuamos que o cenário do meio ambiente insere-se no debate público, o que acentua a importância ao interesse de agricultores, feirantes, pescadores, recicladores, donas de casa, jovens e crianças com o cuidado e com a participação dos assuntos levantados pela mídia acerca de sustentabilidade. Corrobora a essa reflexão, o fato de que nos últimos anos, o jornalismo participativo, engajado, público ou popular tem permitido não só o entendimento, mas o envolvimento com as questões apontadas pelos meios de comunicação.

Com a participação dos cidadãos nas pautas, o jornalismo cumpre o objetivo de rever a vida pública e ajudar a sociedade a se autocorriger. Salientamos que ao se verem em uma matéria jornalística de fundo social, as pessoas tendem a se comprometer com a causa. Segundo Dornelles (2008), as coberturas jornalísticas superficiais tendem a frustrar a população, pois denotam interesses baseados na espetacularização, no oportunismo e em questões secundárias. Essa reflexão levou os jornalistas a dividirem com a sociedade o papel de ativista para, dessa forma, melhorar a qualidade de vida da comuni-



dade e se isentar de ser apenas um observador neutro, imparcial e objetivo. Assim, podem contribuir com os cidadãos nas questões que envolvem políticas públicas.

Há muitos discursos a respeito do assunto “sustentabilidade”, porém, na maioria das vezes o tema é mostrado em propagandas que mostram práticas positivas das empresas ou personalidades e não com a intenção de conscientização. Pereira (2010) aponta que algumas empresas fazem uso do conceito de desenvolvimento sustentável como estratégias de marketing com vistas à promoção da imagem junto à sociedade que está cada vez mais atenta e exigente de seus direitos de consumidores e cidadãos.

Destacamos que as pautas ambientais são “quentes” somente diante de tragédias como enchentes com desabrigados, desmoronamentos ou rios contaminados. Um exemplo forte dessa afirmação é a tragédia de Mariana em Minas Gerais, onde uma barragem estourou e o Rio Doce foi contaminado. Essa tragédia, em novembro de 2015, ocasionou a morte de dezenas de pessoas, de milhares de espécies marinhas e comprometeu as águas. Devido ao grave problema ambiental, consequência dessa catástrofe, o assunto ocupou os telejornais do Brasil com intensidade durante meses. Nessas situações, notícias sobre o meio ambiente tornam-se pautas quentes, já que tragédias sempre terão espaço no dia a dia das redações porque se fazem exceção.

Outra reflexão importante, que denota o compromisso do jornalismo com o meio ambiente, é o discernimento de não permitir que empresas que lucram a partir da exploração da natureza e que, muitas vezes, são as principais responsáveis pelo desperdício de água e poluição, usem o Jornalismo para promover discursos sustentáveis que disfarçam o seu comprometimento com os danos ao ecossistema.

Quando o Jornalismo mostra o rio contaminado pelo lixo, o excesso de carros nas ruas e os resíduos acumulados em terrenos, dá voz a uma sociedade prejudicada pelos danos ambientais que precisa denunciar o desconforto gerado diante de atitudes contraditórias ao “discurso ambientalista”. Sendo assim, midiaticizar atitudes em favor do ecossistema pode incentivar a sociedade a se envolver na questão, o que legitima o Jornalismo Ambiental e desfavorece a propaganda falsamente positiva daqueles que podem ser os principais responsáveis pelos problemas ambientais.

Pereira (2010) explica que entre as estratégias empresariais, está a transferência de responsabilidades com a preservação do meio ambiente. Conforme o autor, isto é

feito por meio de ações de conscientização sobre as práticas de consumo para tirar o olhar da mídia sobre as grandes empresas que pretendem transferir suas obrigações com os consumidores. Neste sentido Dornelles (2008) afirma que a atual cobertura sobre a questão ambiental dissemina interesses empresariais subsidiados pelas assessorias de comunicação. Para mudar essa realidade, o autor insiste para que a imprensa priorize os interesses do povo como um todo e não apenas de um segmento.

O Jornalismo Ambiental não pode limitar-se ao discurso especializado ou empresarial. Se o Jornalismo não der voz a todos deixa de ser Jornalismo. Bueno (2007) ensina a não conceituar Comunicação Ambiental e Jornalismo Ambiental como iguais, visto que há em jogo interesses, propostas e objetivos diferentes. A partir disso, é relevante compreender a função do Jornalismo Ambiental e suas especificidades.

Quando jornalismo e jornalista exercem a função esperada em favor de causas de interesse público, estão cientes de que suas matérias demandam de persistência e estratégia, já que podem ferir interesses econômicos de outro lado. Trigueiro (2012) alerta para os inúmeros obstáculos enfrentados nas pautas ambientais. São situações nas quais o meio ambiente passa a ser considerado um assunto “menor” porque configuram ameaça ao desenvolvimento econômico, denunciam pudores do veículo em relação à reação dos patrocinadores ou revelam a falta de cultura e de visão dos colegas superiores. Apesar das dificuldades, Trigueiro é otimista e destaca que já foi mais difícil emplacar pautas do gênero na mídia brasileira: “aos poucos, novos e importantes espaços vão se abrir, pela enorme demanda de informações qualificadas nessa área” (TRIGUEIRO, 2012, p.373).

O jornalista, no conceito de Trigueiro (2012), tem a função de identificar assuntos que merecem visibilidade e, especificamente na área ambiental, traduzir os saberes da ciência de forma clara e objetiva. O autor insiste na abertura de mais espaço para o tema ambiental no meio acadêmico, onde sejam levantados questionamentos pontuais e contundentes do chamado “movimento de manada”, o qual classifica como alienado e insano, com tendência ao imediatismo e com vistas ao lucro fácil e rápido. Trigueiro (id) reforça que o interesse coletivo superado pelo interesse individual é uma das consequências da globalização assimétrica que democratiza o prejuízo e denuncia a indiferença do mundo à agonia de um planeta que já deu sinais de saturação há muito tempo.

Para Bueno (2007), o jornalismo ambiental tem três funções básicas: (a) função informativa, (b) função pedagógica e (c) função política. Segundo o autor, a função informativa preenche a necessidade que os cidadãos têm de estar em dia com os temas que abrangem a questão ambiental considerando o impacto que determinadas posturas (hábitos de consumo, por exemplo) tem sobre o meio ambiente e, por extensão, sobre a qualidade de vida. Para ele, a função pedagógica diz respeito às causas e soluções para o meio ambiente e à indicação de caminhos para a solução destes problemas (BUENO, 2007).

Já a função política, em seu sentido amplo e não restrita à instância político-partidária, tem a ver com mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão. Incorpora-se aqui uma vigilância permanente à ação dos governantes que, por omissão ou comprometimento, não elaboram políticas públicas que contribuam para a preservação da natureza.

Para cumprir essas funções, as editorias devem considerar que o meio ambiente não é privilégio de instâncias especializadas e sim resultado de diferentes experiências, saberes e conhecimento tradicional. Vale lembrar aqui a reflexão de Leff (2002) de que, na história humana, todo o conhecimento sobre o mundo e sobre as coisas está condicionado pelo contexto geográfico, ecológico e cultural, o que produz e reproduz uma formação social determinada. Neste aspecto, o autor ressalta que as práticas produtivas, dependentes do meio ambiente e da estrutura social de diferentes culturas, “geraram formas de percepção e técnicas específicas para a apropriação social da natureza e da transformação do meio” (LEFF, id. p. 23).

A partir deste entendimento, reconhecer que toda a sociedade é fonte do Jornalismo Ambiental é estabelecer a interação entre o ambiente e o cidadão, fazendo com que este se comunique, se envolva e defenda seu *habitat*. Para Bueno, o Jornalismo Ambiental é comprometido com o interesse público, com a democratização do conhecimento e com a ampliação do debate ambiental. Além disso, “não pode ser utilizado como porta-voz de segmentos da sociedade para legitimar poderes e privilégios” (BUENO, 2007, p. 36.).

O meio ambiente, de acordo com Leff (2002), aos poucos fertilizou diversos campos de conhecimento: economia ecológica, economia ambiental, antropologia cultu-

ral e ecológica, saúde ambiental, urbanismo ecológico. O autor ressalta que, com o surgimento desses novos campos, abriu-se um diálogo de saberes e uma hibridação entre ciências, tecnologias e saberes populares que atravessaram o discurso e as políticas de desenvolvimento sustentável (LEFF, id).

Ainda sob a racionalidade de Leff (2002), destacamos que com o advento da sustentabilidade surgiu uma divisão de conhecimento a qual coloca de um lado as ciências formais difundidas na lógica enquanto que no outro lado acomoda as ciências empíricas fundamentadas na indução de princípios e relações gerais a partir de observação. Porém, é imprescindível reconhecer que todos esses campos, em dado momento, depararam-se com a urgência da crise do meio ambiente.

Frente a essa crise, compreende-se que toda a sociedade pode contribuir para a preservação do planeta. Este engajamento pode ser visível a partir de práticas individuais e coletivas em favor do ecossistema. Belmonte (2004) insiste na responsabilidade da imprensa, tanto em informar e educar, como em se engajar num modelo de vida sustentável do ponto de vista ecológico e social. O autor salienta o papel fundamental da imprensa: educar e informar a população sobre as questões socioambientais. Para ele, a imprensa deve divulgar os fatos de maneira transparente para que as pessoas possam moldar o comportamento e as opiniões sobre o que é certo e errado.

Se a problemática ambiental é responsabilidade de todo o cidadão, a sociedade mais informada pode interagir em casa, nos departamentos de educação, nas empresas, nos meios de comunicação e nas ruas. Neste sentido, Bueno ressalta que os meios de comunicação podem potencializar o diálogo entre o saber especializado e o conhecimento geral. O autor insiste que, assim como o saber ambiental, o Jornalismo Ambiental não é propriedade dos que detêm o monopólio da fala e, por isso, deve estar sintonizado com o pluralismo e a diversidade para “potencializar o diálogo entre o catedrático e o pescador, entre o agrônomo e o trabalhador rural, o mateiro e o biólogo e não deve estigmatizar a sabedoria dos pajés” (BUENO, 2007, p. 36).

Neste sentido, se há um alvo a ser beneficiado com a matéria ambiental, este deve ser o próprio ecossistema como fonte de alimento, sustento e, conseqüentemente, de vida. Matérias ambientais que não despertem o cidadão a, pelo menos, uma prática em favor do meio ambiente, pode ser considerado tudo, menos Jornalismo Ambiental. Bue-

no (2007) alerta que se esta editoria não for engajada política, social e culturalmente à causa do ecossistema, não resistirá às pressões de governos, empresas, universidades a até institutos de pesquisas patrocinados ou reféns dos grandes interesses.

Ao envolver-se com questões ambientais é inevitável que o jornalista estenda o olhar, que seria apenas de alcance econômico, cultural e social, para um olhar amplo que engloba, além da necessidade de emprego, uma mudança na própria vida e na vida de outros. Não é difícil perceber, na maioria das matérias jornalísticas, a falta de comprometimento do dispositivo midiático. É como se diz no senso comum, faça o que eu digo, mas não faça o que eu faço. Bueno (2007) afirma que reduzir a cobertura ambiental a um olhar econômico, científico ou político tem sido terreno fértil para leituras particulares, negativamente comprometidas e que legitimam conceitos inadequados:

É fácil encontrar nos cadernos de economia expressões como defensivos agrícolas no lugar de agrotóxicos (que é o termo adequado porque estamos falando de veneno) ou mesmo a designação de plantação de eucaliptos como florestas, o que é uma aberração conceitual tendo em vista a redução de uma multidiversidade a uma monocultura (BUENO, 2007, p. 37).

O Jornalismo Ambiental tende a crescer em todas as mídias, segundo a perspectiva de Trigueiro (2012). O jornalista afirma que essa expansão se dará na medida em que os profissionais da imprensa fundamentarem suas pautas em favor do meio ambiente com fontes especializadas no assunto e informação qualificada.

Seja em pautas ambientais ou temáticas, Trigueiro ressalta que o bom jornalismo se preocupa em ouvir dois lados das histórias e, para isso, oferece ao leitor, ouvinte, telespectador ou internauta, a oportunidade de formar um juízo de valor sobre os assuntos abordados. E, diante do comprometimento com a sustentabilidade, “o jornalista deve ser livre para trabalhar de acordo com a sua consciência” (TRIGUEIRO, 2012, p. 375).

O autor insiste para que os profissionais de mídia defendam o meio ambiente, mesmo que para isso, desagradem poderes políticos e econômicos que não estejam comprometidos com a sustentabilidade. Soma-se a isso, o desafio de traduzir, sem prejuízos de informação, as descobertas oriundas dos centros de pesquisas, dos meios acadêmicos e dos ambientes científicos, sem cair no erro de tornar a pesquisa trivial ou vulgarizada, com riscos de perder a cientificidade.

A mídia pode despertar, também, o aprofundamento da questão ambiental no cotidiano. Nesta reflexão Leff (2002) explica que o saber ambiental rompe a dicotomia

entre o sujeito e o objeto de conhecimento para reconhecer possibilidades e absorver valores e identidades concernentes ao assunto. O autor destaca que a complexidade ambiental configura um reposicionamento das pessoas e aparece como potencialidade real de mobilização para um porvir de um futuro sustentável, “atraído pela relação com o outro e aberto a um processo infinito de criação e diversificação” (LEFF, 2002, p. 206).

Sendo assim, conceituar o jornalismo especializado em meio ambiente é refletir, não só na missão de informar, de formar opiniões ou no engajamento na causa ambiental, mas na responsabilidade de transpor um discurso especializado, que, mais do que nunca, tem assumido um lugar de destaque na pauta global, visto que há uma urgência em pesquisas e informações que inspirem solução para a calamidade da natureza que anseia por reflexões, posicionamentos e ações em favor da causa ambiental.

### **3. Um jornalismo de emergência?**

A emergência ambiental exigiu o aumento de estudos que trouxessem solução para as mudanças catastróficas que a natureza vem sofrendo. Rodrigues e Costa (2014) citam dados publicados do relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) das Nações Unidas (ONU), os quais correspondem à avaliação das consequências da emissão de gases do efeito estufa e de práticas não sustentáveis que ameçam o planeta: em 2004, a União Mundial de Conservação (IUCN, na sigla em inglês) apontou que 12% de todas as espécies de aves, 23% dos mamíferos, 25% das coníferas e 32% dos anfíbios estão ameaçadas de extinção devido às alterações no clima causadas pela emissão de gases causadores do efeito estufa (RODRIGUES e COSTA, 2014).

Diante dessas e de outras informações a respeito da agonia do ecossistema, ressaltamos a necessidade de um posicionamento maior do jornalismo em favor da natureza a ponto de surgir, principalmente nas redações do Brasil, editoriais especializadas e com foco total no assunto. Para que o Jornalismo Ambiental possa cumprir essa função é importante que o jornalista enxergue a gravidade da problemática ambiental com olhares atentos. Na opinião de Rodrigues e Costa (2014), se a mídia tiver inteirada no tema poderá servir ao interesse público de maneira efetiva a ponto de induzir a cobrança de soluções. Cabe ressaltar que, se as pesquisas a respeito do meio ambiente só poderão alcançar seus objetivos se houver envolvimento e prática. Muito já foi feito nos últimos

anos, porém, o meio ambiente, com urgência, deve ocupar espaço diário no jornalismo atual.

## REFERÊNCIAS

BELMONTE, Roberto Villar. **Cidades em Mutação**. In. Formação & Informação Ambiental. Sergio Vilas Boas. São Paulo: Summus, 2004.

BUENO, Wilson. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. Desenvolvimento e meio ambiente, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Editora UFPR Disponível em: [http://www.jornalismoambiental.org.br/portal/wp-content/uploads/2011/09/Jornalismo-Ambiental\\_A1%C3%A9m-do-conceito.pdf](http://www.jornalismoambiental.org.br/portal/wp-content/uploads/2011/09/Jornalismo-Ambiental_A1%C3%A9m-do-conceito.pdf) Acesso em 14/9/2015.

\_\_\_\_\_. **"Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais."** *Informação & Informação* 15.1esp (2010): 1-12. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/wrevojs246/index.php/informacao/article/view/6585/6761> Acesso em 28/3/2016.

DORNELLES, Beatriz. **"O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental."** *BrazilianJournalismResearch* 4.2 (2008): 121-131. Encontrado em <http://www.sbpjor.org.br/ojs/include/getdoc.php?id=619&article=206&mode=pdf> Acesso: 12/9/2015

FERNANDES, Francisco Assis Martins. **O papel da mídia na defesa do meio ambiente**. Revista Ciênicas Humanas. Taubaté, SP: UNITAU, Programa de Pós-graduação, p. 1415-742, 2001. Disponível em: <http://docplayer.com.br/1415537-O-papel-da-midia-na-defesa-do-meio-ambiente.html> Acesso: 20/10/2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; ULSEN, Pedro. **A comunicação das organizações para a sustentabilidade**. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2229-4.pdf> Acesso: 11/10/2015.

JURBERG, Claudia. **Ciência na TV: um erro histórico**. In: **XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO. Anais... Campo Grande**. 2001.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental: Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Epistemologia ambiental**. São Paulo, SP: Cortez, 2002.

LÜCKMAN, A.P. **O Jornalismo Ambiental educa? Reflexões a partir de um estudo de recepção**. In: GIRARDI, Ilza M. T. e SCHWAAB, Regis T. *Jornalismo Ambiental, desafios e reflexões*. Porto Alegre: Dom Quixote, 2008.

MARCONDES, Adalberto W. **O dia a dia de uma mídia ambiental**. In: GIRARD, Ilza Maria Tourinho. SCHWAAB, Reges Toni. *Jornalismo Ambiental Desafios e Reflexões*. Porto Alegre, Dom Quixote, 2008.

PEREIRA, EthelShiraishi. **"Isso não tem importância: eventos e sustentabilidade na sociedade do espetáculo."** *Communicare: Revista de Pesquisa, São Paulo* 10.1 (2010): 91-107.

PETRARCA, Fernanda R. **Atuação profissional, recursos militantes e lógicas de engajamento no jornalismo ambiental no Rio Grande do Sul.** Disponível em: [http://www.researchgate.net/profile/Fernanda\\_Petrarca/publication/238797501\\_Atuaoprofissio-  
nal\\_recursos\\_militantes\\_e\\_lgicas\\_de\\_engajamento\\_no\\_jornalismo\\_ambiental\\_no\\_Rio\\_Gra  
nde\\_do\\_Sul/links/5535b6190cf20ea35f10e2d3.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Fernanda_Petrarca/publication/238797501_Atuaoprofissio-<br/>nal_recursos_militantes_e_lgicas_de_engajamento_no_jornalismo_ambiental_no_Rio_Gra<br/>nde_do_Sul/links/5535b6190cf20ea35f10e2d3.pdf) Acesso: 17/9/2015.

RAMALHO, Marina; POLINO, Carmelo; MASSARANI, Luisa. **Do laboratório para o horário nobre: a cobertura de ciência no principal telejornal brasileiro.** JCOM, Trieste, Sissa, v. 11, n. 2, p. A02, 2012.

RODRIGUES, Allan, S.B. COSTA, Grace S. **O papel do jornalismo na cobertura da questão ambiental na Amazônia.** Encontrado em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/resumos/R39-0193-1.pdf> Acesso em: 16/9/2015

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável 2.** São Paulo. Globo S.A. 2012.