
Jornalismo Ambiental: dilemas de uma quase especialidade

Cláudia Herte de Moraes¹

Resumo: A falta de estudos sobre Jornalismo Ambiental reflete as dificuldades da área, ainda confundida com o Jornalismo Científico. O artigo discute sobre pontos essenciais, discutindo o conceito, a cobertura ambiental e o contexto social e informativo atual. É possível verificar que existem fatos concretos e brechas interpretativas a serem pesquisados, em cada um destes pontos, no intuito de se obter maior detalhamento e aprofundamento, constituindo-se avanço científico relevante. Conclui-se que a pesquisa é imprescindível na constituição do campo jornalístico, especificamente nos estudos sobre Jornalismo Ambiental, visto que a *práxis* é vista de forma desestruturada, dispersa e sazonal, contribuindo para uma especialidade sem referencial teórico consistente.

Palavras-chave: Jornalismo Ambiental; cobertura ambiental; teorias do jornalismo.

Introdução

O campo do jornalismo, pelo trabalho de seus pesquisadores, está sendo chamado a demonstrar capacidade de formular metodologias de pesquisa próprias, em que se constituam linhas teóricas e objetos de pesquisa concretos. Apresenta-se a seguir alguns pontos até agora vislumbrados para o estudo do Jornalismo Ambiental, destacando o caráter processual do texto, com formulações ainda inacabadas e, por isso mesmo, com plena abertura ao debate.

O artigo reflete sobre alguns pontos observados empiricamente e recorrentes em artigos sobre o tema. Destaca-se a preocupação com o conceito ou a sua constituição específica, em relação ao Jornalismo Científico. Após, discute-se a cobertura ambiental, considerada fraca, dispersa e superficial pela maioria dos estudos. Acrescenta-se ao debate, o contexto social e informativo, demonstrando-se a importância do tema e do aprofundamento deste através da imprensa.

A falta de consenso no conceito

O que é Jornalismo Ambiental? Essa é uma pergunta interessante para se pensar a respeito do tipo de jornalismo que estamos praticando, em diferentes veículos, mídias e regiões do país. No discurso de entidades sociais, governamentais ou não-

¹ Professora assistente e coordenadora do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen/RS. Jornalista e mestre em Ciências da Comunicação. E-mail: chmoraes@smail.ufsm.br

governamentais, o meio ambiente é recorrente desde o final do século passado. O que conta é ampliar o debate entre todos os setores da sociedade para a busca de alternativas viáveis e seguras para o desenvolvimento que, ao mesmo tempo, sejam ecologicamente corretas.

Para alguns, a informação ambiental de qualidade torna-se não apenas estratégica como obrigatória (Belmonte, 2004). Porém, não há unanimidade e muitos não acreditam que a especialização é desnecessária e enquadram o Jornalismo Ambiental como uma subdivisão do Jornalismo Científico. Nesta perspectiva, um dos ícones do jornalismo nas questões ambientais, Randau Marques, considerado um dos primeiros jornalistas brasileiros a se interessar pela temática ambiental, defende que o jornalismo ambiental não existe, mas apenas há jornalismo científico (Barbour, 2003).

Essa proximidade se dá porque os dois guardam semelhanças interessantes com o formato de obtenção de fontes, fatos e, claro, temáticas. Por exemplo, novas pesquisas sobre a biodiversidade na região amazônica podem ser consideradas matérias de cunho ambiental, como também científico. A maioria das fontes utilizadas no jornalismo ambiental provém da área científica e tecnológica. Mesmo quando há busca de informações em órgãos públicos ou organizações não-governamentais, também o tipo de informação se assemelha ao de cunho científico.

Lage (2003) postula que o jornalismo científico é parte da divulgação científica, enquanto Silva (2003) aponta que o jornalista, na cobertura da ciência e tecnologia, tem a função de informar de forma compreensível o que lhe foi revelado no discurso científico, cumprindo dois papéis, o de divulgador do conhecimento e o de indexador, ao fornecer estímulo à investigação mais ampla através da indicação das fontes (Lage, 2003).

Do ponto de vista do papel social do jornalismo pode-se confirmar o valor da informação em nossa sociedade. Neste sentido, Belmonte (2004) argumenta que o jornalismo cumpre bem o papel de informar, mas o problema em relação ao meio ambiente é a falta de compromisso com outros dois papéis associados também à atuação da imprensa: o de educar e o de transformar.

Entre os defensores da definição de Jornalismo Ambiental, cresce a idéia de que esta conceituação traga maior relevância e status, distinguindo-se de outros tipos de jornalismo praticados atualmente. Neste sentido, pode-se compreender o jornalista ambiental como um militante da causa, destaque dado ao histórico de mobilização de

redes de jornalistas “interessados no tema”. Aqui, a crítica é normalmente ácida e esbarra na idéia de que o jornalista deve ser “desinteressado” de qualquer tema. Porém, cabe indagar, em relação a outros valores arraigados, como a liberdade, o valor da democracia e da livre opinião, verifica-se que praticamente todos os jornalistas são defensores ferrenhos. Mas em relação ao meio ambiente, ainda não há consenso.

O jornalista é visto como um formador de opinião, pois tem a capacidade de influenciar atitudes da sociedade através da produção e distribuição de notícias. O conceito de Opinião Pública foi produto da filosofia liberal de finais do século XVII e XVIII das teorias democráticas do século XIX. De acordo com Traquina (2005), numa opinião pública esclarecida teríamos um tribunal que reuniria toda a sabedoria e justiça da nação, alimentada, pois, pela imprensa. Este conceito legitimou o crescimento da imprensa e diminuiu a desconfiança política à época da emergência do já conhecido Quarto Poder.

Para Alves (2002), o jornalismo ambiental é uma tendência irreversível no jornalismo. Seria o caso, nesta corrente de pensamento, de se imaginar o jornalista buscando influenciar a opinião pública em razão de uma perspectiva diferenciada de mundo:

Mesmo diante das dificuldades, a imprensa constitui um grande elemento de pressão junto à opinião pública, informando e relatando todo tipo de ação organizacional que possa redundar em prejuízo à qualidade de vida, democratizando a informação ambiental e contribuindo para o pleno desenvolvimento da cidadania ambiental. (BARBOUR, 2003).

Por isso, pode-se entender a proposta do Jornalismo Ambiental em relação ao fomento do debate e especialmente da compreensão da relação entre homem e natureza, indo muito além da divulgação e da decodificação de discursos científicos, tal como se deduz do Jornalismo Científico. Ao contrário, exige uma abordagem ampla e contextualizada, constituindo-se uma prestação de serviço para as futuras gerações e, de certa forma, comprometido com este paradigma.

A dimensão ambiental trabalha com o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, induzindo a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado e relacionado e não como o conhecimento encontra-se no mundo moderno: fragmentado, compartimentado em áreas que, muitas vezes, não se comunicam (SOUSA; BARRETO; ALBUQUERQUE, 2004).

Cabe salientar que a comparação com as demais especializações do jornalismo é precária, no sentido de que o Jornalismo Ambiental extrapola uma área específica de

atuação, em função de o tema ser transversal, e aparecer em diversas outras editoriais, também especializadas. O fato de o meio ambiente ser foco de diferentes editoriais não significa que estas não estejam atuando de forma especializada.

O Jornalismo Ambiental, pelos poucos estudos até hoje publicados, demonstra ser ainda um espaço em que a falta de uma conceituação forte e de uma práxis consolidada institui-se sempre a partir de uma dúvida inicial. No caso de não se constituir uma especialidade, a sua não existência teórica o expõe ao caráter militante de organizações de jornalistas. O seu desenvolvimento é, ainda, barrado em função de problemas de contexto produtivo (importância do mercado da notícia no mundo das corporações de comunicação e os critérios de noticiabilidade utilizados), além, é claro do próprio entendimento da sociedade sobre o meio ambiente, conforme discutimos a seguir.

Contexto social informativo e cobertura ambiental

A formação de redes sociais é importante para que os conceitos de sustentabilidade ambiental sejam expandidos para a sociedade, pois começam a ser reconhecidas como interlocutores junto ao poder público para a constituição de políticas na área ambiental.

As Organizações Não-Governamentais fazem mapeamentos, levantamentos de áreas de risco, entre outros dados estatísticos que são valorizados pelo poder político no momento do estabelecimento de metas. Segundo Pedro Jacobi, a agenda parte, atualmente, de dentro para fora, ou seja, o movimento ambiental organizou-se de tal maneira que passa a ser ponto fundamental de escuta social.

O ambientalismo se expande, e penetra em outras áreas e dinâmicas organizacionais estimulando o engajamento de grupos socio-ambientais, científicos, movimentos sociais e empresariais, nos quais o discurso do desenvolvimento sustentado assume papel de preponderância.
(JACOBI, 2000, p.18)

As ONGs cresceram em número e também em parcerias e atividades internacionalizadas. Isso porque a atuação do ambientalismo também se torna internacional. As iniciativas civis são ao mesmo tempo internacionalizadas e direcionadas, ou seja, preocupando-se com os problemas do cotidiano da sociedade moderna.

As ONGs ambientalistas têm exercido um papel indutivo em diversas iniciativas de formulação e elaboração de Agendas 21 locais com efetiva participação das comunidades locais, além de incorporar uma multiplicidade de atores, como é o caso das experiências de participação na gestão de preservação da biodiversidade e de denúncia ou pressão social através de jornais, sites na Internet e Boletins Informativos. (JACOBI, 2000, p.20)

O interesse da mídia pelas questões ambientais não pode ser considerado recente. Ele surgiu na década de 60 junto à ascensão do movimento ambientalista. Barbour (2003) explica que na década de 60 surgiu um movimento ambientalista de massas com base na opinião pública.

Os movimentos ecológicos ou ambientalistas não emergem numa arena política deserta. Seus propósitos convergem e se somam aos de muitas causas populares e movimentos sociais que surgem em resposta à administração pública setorializada, tecnocrática e antidemocrática, e a regimes políticos centralizados e totalitários. (LEFF, 2001, p. 102).

Nether, em monografia sobre o espaço destinado ao meio ambiente nos jornais gaúchos, cita o *Correio do Povo*, pelo Suplemento Rural, como sendo pioneiro na cobertura. “... entre 1957 e 1963, foram publicados 301 artigos assinados por Henrique Luís Roessler.” (NETHER, 1998). Em entrevista ao autor, o jornalista Juarez Tosi lembra ainda da *Folha da Manhã*, também do Grupo Caldas Júnior, na divulgação da preservação ambiental nos anos de 1970. Para Tosi, havia muitos artigos de ecologistas, especialmente de José Lutzenberger enquanto que as reportagens eram superficiais, relatando os fatos sem explicar causas e conseqüências.

Souza e Fernandes (2002) relatam o momento histórico do encontro entre a mídia e o meio ambiente, em que a crise dos modelos de desenvolvimento fica evidente pelo processo de industrialização da sociedade.

As conseqüências sociais são imediatas, mas as ambientais demoram a aparecer. Só entram na pauta das lutas político-sociais no final dos anos de 1960. É quando a mídia, timidamente, primeiramente na Europa, depois na América, se sente provocada pelo tema. (SOUSA; BARRETO; ALBUQUERQUE, 2004).

O movimento ambientalista teve avanços, mas a questão se tornou mundial com a organização, pela ONU, da Conferência de Estocolmo, em 1972 na Suécia. O encontro aprovou a Declaração sobre o Meio Ambiente e incentivou países e organizações internacionais para a luta ambiental. A própria ONU criou um órgão responsável pelo tema. (CASTRI apud RAMOS, 1995, p 35).

O final da Conferência de Estocolmo e os impactos da exploração humana, especialmente a descoberta da camada de ozônio, foram marcos da consciência ambiental. A existência do buraco foi apontada por pesquisa na década de 1970. E, nos anos 80, a Convenção de Viena já estabelecia a proteção da camada de ozônio. Em 1987, o Protocolo de Montreal propõe a redução das emissões dos gases clorofluorocarbonos (CFC), prejudiciais à camada de ozônio. Segundo Barbour (2003), a evolução científica e a divulgação em escala global colaboraram para que as questões ambientais tenham maior frequência na imprensa mundial.

Por outro lado, Nether (1998) relata a diminuição do espaço na imprensa gaúcha, por exemplo, com o declínio do movimento ambientalista em meados dos anos 1980, em função da criação de órgãos ambientais pelos governos. Como a imprensa dava cobertura aos movimentos e não propriamente à ecologia, acabou refletindo dando menor visibilidade ao tema. Ao lado disso, surgem os veículos alternativos, criados pelas entidades ambientalistas, tais como Agapan e a ADFG - Amigos da Terra e do Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul, criado em 1990. Embora jornalisticamente bem estruturados, os alternativos sofreram de problemas econômicos e tiveram vida efêmera.

Dentro das perspectivas apresentadas, é possível afirmar que existe, de um lado, ampla “divulgação” de protocolos em escala global, de acordos entre nações, porém os temas ambientais do cotidiano continuam sendo de pouco valor nos jornais locais ou regionais. O maior exemplo é a forma impactante pela qual o jornalismo brasileiro abordou o relatório do Painel Intergovernamental de Mudança Climática (IPCC, na sigla em inglês), sobre o aquecimento global, divulgado no dia 02 de fevereiro de 2007. Antes, muito pouco se falava do tema. Após grande estardalhaço, as editoriais passaram a dedicar algumas linhas ao fenômeno, conforme exemplo a seguir, demonstrando que há a ampliação do “interesse” social:

Neste ano, o interesse pelo tema alcançou outros líderes mundiais. A preocupação ambiental surgiu como segundo assunto mais importante do Fórum Econômico Mundial, realizado no mês passado em Davos (*janeiro de 2007*), atrás apenas do crescimento econômico. Neste mês, a ONU (Organização das Nações Unidas) convocou uma cúpula de emergência para tratar do aquecimento global. E, há poucos dias, os membros da União Européia concordaram em reduzir em 20% as emissões de dióxido de carbono até 2020. (GARÇON, 26 fev 2007, online)

Considera-se fundamental, neste debate, o foco das matérias. Quer dizer, o tratamento dado aos temas ambientais pelos veículos de comunicação em geral deve evoluir para além do denunciismo de problemas, poluidores, devastadores. É claro que esta denúncia deve ser feita, porém fica evidente que faltam, em muitos casos, explicações sobre as causas e conseqüências que, no final das contas, demonstram como a nossa sociedade encara o desafio de promover o desenvolvimento realmente sustentável, na prática.

A banalização do debate ambiental e sua dissociação da economia e de outros interesses prementes não são, é óbvio, uma exclusividade das empresas de comunicação. A idéia de que a consciência ambiental é um luxo que deve dar espaço a outras discussões mais urgentes parece amparada pelo conjunto da sociedade. (SCHARF, 2004, p.56)

Entre outros estudos, pode-se apresentar os resultados de análise realizada por Loose (2007) em jornais *Folha de São Paulo* entre 1º e 28 de fevereiro de 2006, na editoria de Ciência. Foram publicadas 32 matérias e analisadas as sete maiores que ocuparam meia página ou mais.

Em função dos efeitos de sentidos apresentados é perceptível que a maior preocupação do veículo analisado, a *Folha de São Paulo*, em sua editoria que trata do meio ambiente é realçar estratégias que gerem veracidade no discurso, usando inúmeras formas de referentes e testemunhos. Em termos de conteúdo, o descuido com a construção de textos mais profundos e com a utilização de vozes contraditórias é contraposto com a extrapolação de recursos do campo pedagógico, como a repetição e explicação de termos e o uso constante de mapas, gráficos e esquemas. (LOOSE, 2007, p.13)

A informação como mercadoria, conforme Medina (1988), estabelece uma nova forma de atualização do jornalismo e isso se reflete em todas as coberturas realizadas pela imprensa. Tomando isso para o jornalismo ambiental pode-se perceber a falta de contextualização dificulta sobremaneira o entendimento público das questões essenciais da temática ambiental.

Na sociedade de espetáculo, onde a informação é uma mercadoria como outra qualquer, a indústria cultural banalizou o papel da imprensa, que parece esquecer-se de sua responsabilidade social na formação da opinião pública para transformar-se em mais uma empresa em busca do lucro. Dentro deste cenário pouco animador, a questão ambiental assume uma proporção especial. Isto porque, como lembram René Dubos e Barbara Ward, em livro publicado em 1972 nos Estados Unidos, "Only one Earth", o planeta Terra é

um só e não podemos deixar de lutar por sua preservação, sob o risco do desaparecimento de toda a Humanidade. (CALDAS, online)

Outra crítica presente na cobertura ambiental é falta de cadernos ou editoriais específicas. Os temas, porém, podem estar ligados à economia, à política, ocupando espaços nas matérias de cidadania e de saúde. Na verdade, a ecologia é um tema totalmente transversal, transdisciplinar. A educação ambiental descobriu isso há muitos anos e a maioria dos projetos inclui o tema da matemática ao inglês.

Considerações finais

Há cada vez mais interesse pelo tema ambiental. Um dos exemplos são os programas de documentário, exibidos em formatos especiais na televisão aberta e fechada. O principal motivo é que a natureza gera belas imagens. Nas matérias produzidas, especiais, se observa a valorização das paisagens e da fauna exótica. Mas isso ainda não é tudo. Para além de uma certa democratização da informação pela televisão, é necessário avanço muito maior na cobertura ambiental.

Conforme demonstrado neste artigo, o Jornalismo Ambiental deve se propor à busca de sua melhor estruturação teórico-prática, a começar pelo aprofundamento do debate sobre seu papel na sociedade atual. O meio ambiente é pauta nas denúncias, de desmatamento, porém no enfoque do entretenimento e do alarme, pouco se reflete sobre causas e conseqüências, podemos dizer que “são reportagens de fim de semana”.

Em jornais, é preciso estudar e avançar para visualizar o todo e suas partes, além de estar bem escrito, informar, o texto demonstra a boa pesquisa do tópico, traz perspectivas diferentes e fontes informativas variadas? Que acesso dá ao leitor, sobre os conteúdos complexos? Além das fontes oficiais e ONGs, a comunidade aparece?

Certamente, neste emaranhado de “problemas”, que se colocam pela prática profissional do Jornalismo Ambiental, há que se pensar nos dilemas das pesquisas da área. Como o próprio campo do jornalismo é recente e ainda busca a construção de sua especificidade, o estudo de temáticas específicas também reflete esta demanda. Assim, sem teorização específica e dentro de um amplo espectro conceitual, o Jornalismo Especializado (científico, cultural, econômico, político etc), tal como consta na categorização do CNPq, os esforços de sua prática também caem em estereótipos. O

maior deles, citado em inúmeras entrevistas e artigos que discutem o jornalismo ambiental, está no emblema “ecochoato” aos jornalistas “militantes”.

Nas análises da cobertura ambiental verifica-se a falta de espaços na mídia para os problemas da área. Mas cabe salientar a complexidade do tema, que envolve interesses políticos e econômicos, além de uma forte formação do jornalista na apuração das informações utilizadas nas matérias. Para se estudar o Jornalismo Ambiental, pelo que se apresenta na atualidade, será necessária a utilização de metodologia aberta e complexa, suplantando desta forma o que até hoje se coloca como problema do campo, tão somente a falta de espaço ou a cobertura insuficiente.

É necessária a busca de alternativas metodológicas adequadas ao campo que embora recente, torna-se de extrema importância para o entendimento da imprensa e da sociedade atual. O pressuposto de que a mídia e seu papel simbólico são fundamentais para a mudança necessária em nosso modo de vida deve mover jornalistas e pesquisadores para o aprofundamento do conhecimento do jornalismo. Pesquisar com empenho o Jornalismo Ambiental é também uma forma de se entender as falhas do jornalismo como um todo, e a emergência de um novo formato de jornalismo, preocupado com as questões sociais e com o futuro do nosso planeta.

Referencias bibliográficas

ALVES, Jane Magali Rocha. **O papel da mídia na informação ambiental**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25, 2002, Salvador. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/2002/comunicacoes/COMUNICACOES_ALVES.pdf>. Acesso em: 04 jul 2005.

BARBOUR, Ana Maria Alves. **Jornalismo Ambiental**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP): Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) – Conselho de Ensino e Pesquisa (CEPE). 2003. Disponível em: <http://www.jornaldomeioambiente.com.br/JMA-txt_importante/teses_e_monograf/RELATO RIO.zip>. Acesso em: 26 nov 2006.

BELMONTE, Roberto Villar. Cidades em Mutação: Menos Catástrofes e Mais Ecojornalismo. In: BOAS, Sergio Vilas (Org.). **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para Iniciados e Leigos**. São Paulo: Summus, 2004. p. 15-48.

CALDAS, Graça. **Jornalistas e cientistas: uma relação de parceira**. Disponível em: <http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/relacao_jornalista_cientista/artigo2.php>. Acesso em: 20 jul 2008.

GARÇON, Juliana. **Cresce preocupação ambiental em empresas**. Folha de SP, 26 fev 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u114731.shtml>>. Acesso em: 20 jul 2008.

JACOBI, Pedro. Meio ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 34, n. 6, p. 131-158, 2000.

LAGE, Nilson. **O Jornalismo Científico em tempos de confronto**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/123456789/4830/1/NP9_LAGE.pdf>. Acesso em: 04 jul 2005.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: Sustentabilidade, Racionalidade, Complexidade, Poder**. Petrópolis: Vozes, 2001.

LOOSE, Eloísa Beling. **O discurso e algumas estratégias discursivas do Jornalismo Ambiental da Folha de São Paulo**. In: VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Passo Fundo: UPF, 2007.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**. SP: Summus, 1988.

NETHER, Jairo Ivã. **Ecojornalismo Impresso: Análise do Jornalismo Ambiental em Porto Alegre**. Canoas: Ulbra, 1998 [mimeo.]

RAMOS, Luís Fernando Angerami. **Meio Ambiente e Meios de Comunicação**. São Paulo: Annablume, 1995.

SCHARF, Regina. Verde como dinheiro. In: BOAS, Sergio Vilas (Org.). **Formação e Informação Ambiental: Jornalismo para Iniciados e Leigos**. São Paulo: Summus, 2004. p. 49-57.

SILVA, Gislene Da. **A Prática do Jornalismo e o Universo das Ciências**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP09_silva_gislene.pdf>. Acesso em: 07 jul 2005.

SOUSA, Anaelson Leandro De; BARRETO, Betânia Maria Vilas Boas; ALBUQUERQUE, Eliana C.P. Tenório. **A Notícia e o Anúncio Ambiental: Analisando o Dia Mundial do Meio Ambiente na Mídia Impressa**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.adtevento.com.br/intercom/resumos/R1823-2.pdf>. Acesso em: 07 jul 2005.

SOUZA, Cidoval Moraes de; FERNANDES, Francisco A. Martins. Mídia e Meio Ambiente: Limites e Possibilidades. **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v. 8, n. 2, jul-dez, 2002. Disponível em: <http://www.unitau.br/prppg/publica/humanas/download/midiaemeioambiente-N2-2002.pdf>. Acesso em: 03 jun 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são**. Florianópolis, Insular, 2005.