



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

## Representações de meio ambiente no programa Globo Repórter<sup>1</sup>

Danielle Tavares Teixeira<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo analisa como o Pantanal Mato-grossense é caracterizado pelo programa jornalístico de televisão, Globo Repórter, que toma o meio ambiente como uma de suas principais pautas. Subsidiados pela Análise de Conteúdo, tomam-se como categorias de análise a caracterização do bioma Pantanal, presente no conteúdo de dois episódios, produzidos nos anos de 2002 e 2007. O resultado aponta que o conteúdo televisual privilegia a beleza e o exotismo do Pantanal, apresentando o ambiente de forma fragmentada, ao mostrar diferentes aspectos da realidade sem, contudo, aprofundar a interconexão e interdependência entre os fatores.

**Palavras-Chave:** Comunicação. Jornalismo Especializado. Jornalismo Ambiental. Telejornalismo. Globo Repórter.

### 1. Introdução

As mídias, contemporaneamente, realizam a tarefa de colocar o público tanto em contato com o mundo próximo da vida cotidiana como dimensionar e ordenar simbolicamente os acontecimentos de outros mundos geograficamente distantes. “As pessoas adultas dos países ocidentais gastam entre 25 a 30 horas por semana assistindo televisão, e isso sem contar o tempo que empregam escutando rádio ou música, lendo jornais, livros, revistas e consumindo outros produtos” (GUARESCHI e BIZ, 2005, p. 38).

---

1 Este artigo é um relato parcial da dissertação de Mestrado em Ciências Ambientais (Universidade do Estado de Mato Grosso), realizado pela autora.

2 Doutoranda em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), mestre em Ciências Ambientais pela Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), bacharel em Comunicação, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: dtavaresjf@hotmail.com.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), “[...] a população residente em domicílios particulares brasileiros mantém o fogão, existente em 98,2% dos domicílios; a televisão, existente em 94,8% dos domicílios, e a geladeira, existente em 91,4% dos domicílios, como aqueles bens de presença mais marcante nos domicílios brasileiros” (IBGE, 2012, s/p).

O meio televisivo caracteriza-se em um amplo apelo e credibilidade junto ao público, justificados pela facilidade de compreensão da linguagem, pelo poder de influenciar hábitos, costumes e de formar opiniões. Devido ao seu alto grau de verossimilhança, desconsidera-se, muitas vezes, os processos de produção da notícia. Quando o campo da mídia se apropria do tema “Pantanal”, por exemplo, a mensagem vai passar pelos filtros das empresas de comunicação, dos valores noticiosos, da linguagem e do tempo da TV.

O Pantanal Mato-grossense, declarado como Patrimônio Nacional pela Constituição Federal de 1988, foi classificado pela UNESCO como Patrimônio Natural da Humanidade, em 2000. Com uma área de cerca de 140 mil Km<sup>2</sup> no território brasileiro constitui uma das maiores e mais diversificadas áreas alagáveis do mundo (JUNK e DA SILVA, 1999; DA SILVA, 1995).

A despeito da imensa riqueza biológica, os contornos que se estabelece neste artigo não são aqueles físico-geográficos do Pantanal, por si só já complexos, nem aqueles que o senso comum dissemina, frutos do aparente esforço em reduzir o complexo ao simples. O conceito de Pantanal, como categoria de análise, se concentrará naquele real produzido nos diferentes conteúdos transmitidos pela mídia, repetido e transformado a partir de diferentes programas televisivos, que conquistam pessoas dispersas geograficamente, e tem a ver com a sobrevivência física e cultural de populações locais.

Este artigo objetiva analisar, subsidiado pela Análise de Conteúdo, como o Pantanal Mato-grossense é caracterizado pelo programa jornalístico Globo Repórter, que trata o meio ambiente como uma de suas principais pautas. Verifica-se como um dos produtos mais bem-sucedidos da televisão brasileira trabalha com a temática ambiental, a partir das questões: As matérias jornalísticas incorporam elementos que contribuem para a compreensão dos aspectos básicos da dinâmica natural e das relações estabelecidas entre homem e natureza? O aumento do interesse pelo Pantanal contribui, também, para a construção de novos paradigmas?



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

O Globo Repórter, programa da Rede Globo de Televisão que em 2013 completa 40 anos de exibição ininterrupta, pode ser considerado o maior exemplo de como se populariza a imagem da natureza brasileira e mundial ao telespectador. O programa alcançou, em 2012, 30 pontos de audiência e que equivale a 57% do total de aparelhos ligados entre os domicílios na região metropolitana de São Paulo (IBOPE, 2012)<sup>3</sup>. Quer dizer, a cada dois televisores ligados, um recebia a visão de mundo e da natureza brasileira que a produção de Globo Repórter julgava ser mais pertinente.

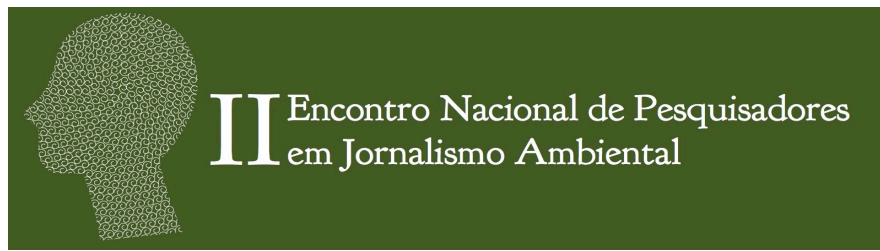
Toma-se como dispositivo de análise a temática ambiental do Pantanal explorada pelo jornalismo da TV Globo, a partir da metodologia de Análise de Conteúdo do Programa Globo Repórter, em dois momentos distintos: os anos de realização da Cúpula das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (RIO + 10), em Johannesburgo em 2002 e cinco anos após, 2007. Nesse período, houve crescimento da discussão ambiental em todos os setores da mídia. (ABREU, 2006).

Os objetivos deste artigo exigiram, em primeiro lugar, o levantamento dos Programas GR que abordaram a temática ambiental, programa que em 2012 completou 39 anos de exibição ininterrupta. O corpus foi selecionado usando como critérios o recorte temporal e a homogeneidade do material. A partir de um levantamento preliminar, foram selecionados os programas “Expedição ao Pantanal”, exibido em 26 de abril de 2002, e “Diferentes Pantanaís”, que foi ao ar em 03 de agosto de 2007.

A metodologia escolhida para identificação de padrões de cobertura da temática Pantanal foi a Análise de Conteúdo, que tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração, podendo ser: o emissor e seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessa mensagem (BARDIN, 1977; FRANCO, 2005; HERSCOVITZ, 2007; FONSECA JÚNIOR, 2008). A Análise de Conteúdo de noticiário de televisão deve considerar, portanto, o contexto, as diferentes etapas da produção jornalística, desde o momento de sua produção, veiculação e consumo, para a compreensão do significado da mensagem jornalística.

---

<sup>3</sup> In: <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/globo-reporter.aspx#>, acesso em: 15.04.2013.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Para melhor compreensão e análise do conteúdo, os episódios escolhidos foram transcritos e codificados, transformando os dados brutos de forma sistemática, segundo regras de enumeração, agregação e classificação, visando esclarecer as características gerais do material selecionado. Os programas foram analisados, então, a partir de um roteiro pré-estabelecido, observando-se os resultados referentes aos diferentes aspectos: Como o bioma Pantanal é definido e caracterizado no discurso midiático? O ambiente é abordado sob novas perspectivas?

Partimos do pressuposto que, apesar de se distanciarem temporalmente em cinco anos, os programas guardam semelhanças no conteúdo ambiental e têm características comuns na produção de sentido através de uma narrativa jornalística que ora privilegia a emoção, ora a razão.

Em um momento histórico em que a ecologia coloca o Pantanal no centro de um campo discursivo nacional e internacional, cabe compreender como a recorrência às imagens edênico-exóticas, sedutoras e de estranhamento permanece, de modo fragmentário, no processo de produção do texto midiático. Também inquieta investigar se a introdução de conceitos recentes, como biodiversidade e sustentabilidade, determina a produção de sentidos que transportam as noções de exuberância selvagem, grandeza e riqueza.

## **2. Comunicação ambiental: limites e possibilidades**

A Agenda 21 contempla, em seu capítulo 40, a relevância do acesso à informação em todos os níveis, desde a tomada de decisões superiores, no plano nacional e internacional, ao comunitário e individual, como parte fundamental para a tomada de decisões, para o gerenciamento do desenvolvimento sustentável. (ONU, 1996, Capítulo 40.26).

O Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global (1992) e o Programa Nacional de Educação Ambiental- ProNEA (NOVAES, 2000) são outros documentos que enfatizam o potencial dos meios de comunicação em contribuir para o processo de educação ambiental. (LÜCKMAN, 2006; BRASIL, 2005).

A importância da mídia para a educação ambiental também é reconhecida pela Lei federal 9.795/1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), regulamentada pelo Decreto 4.281, de 2002. Essa lei diz que todos têm direito à educação ambiental, cabendo aos meios de comunicação “colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação”. A PNEA prevê ainda que o poder público, em todos os níveis, deve incentivar “a difusão, por intermédio dos meios de comunicação de massa, em espaços nobres, de programas e campanhas educativas e de informações acerca de temas relacionados ao meio ambiente”. (BRASIL, 2005, p. 65-70).

A Educação Ambiental foi incluída nos chamados temas transversais, na Lei de Diretrizes e Bases, e incorporada aos currículos de escolas públicas e privadas do ensino fundamental ao ensino médio. A necessidade e a centralidade da comunicação nesse processo de mudança são ressaltadas como momento fundamental no processo educativo.

Também o estudo denominado Millennium Ecosystem Assessment (ALCAMO et al, 2005) estabelece relações entre acesso à informação, bem-estar humano e serviços do ecossistema, remetendo aos princípios do conceito de ecodesenvolvimento preconizado por Sachs (1986). De acordo com a Avaliação do Milênio, os serviços do ecossistema são benefícios que as pessoas recebem dos ecossistemas, cuja capacidade provedora depende de complexas interações biológicas, químicas e físicas afetadas pelas atividades humanas.

Nesse sentido, o documento pontua como fatores determinantes e constituintes do bem-estar humano: 1) segurança; 2) material básico para uma boa vida; 3) saúde; 4) boas relações sociais. Esta última definida como oportunidades de expressar valores estéticos, de recreio, valores culturais e espirituais associados aos ecossistemas; oportunidade de observar, estudar e aprender sobre os ecossistemas. (ALCAMO, 2005).

Assim, é fundamental a participação dos diferentes meios de comunicação no processo de discussão dos desafios ambientais como forma de fornecer subsídios que visam à sensibilização para as questões do meio ambiente, estimulando as comunidades a implantar e exigir um novo padrão de desenvolvimento com equilíbrio ambiental suficiente para se atingir uma efetiva melhoria na qualidade de vida.

Para a Rio-92, jornalistas do mundo inteiro vieram ao Brasil fazer a cobertura do evento que lançou a necessidade de políticas de desenvolvimento mais condizentes com a preservação da vida planetária. Alicerçadas na necessidade da popularização de conceitos inerentes à vida e à sua



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

sustentabilidade, foram criadas editorias especiais nos meios de comunicação, mas que pouco duraram devido à crise econômica.

O estudo de Ramos (1996) evidenciou como a Eco-92 foi tratada em diferentes meios de comunicação. Os assuntos foram abordados sob uma ótica prioritariamente global, negligenciando a dimensão regional e diluindo as responsabilidades locais. Segundo o autor, o enfoque dado à problemática ambiental não tomou uma dimensão multidisciplinar, ao ignorar seus elementos sociais e científicos. “Repetiu-se a prática de tratar os fenômenos ambientais como problemas pontuais e dissociados do contexto político-social e econômico mais abrangente”. (RAMOS, 1996, p. 86).

Uma pesquisa de opinião mapeou a percepção da população brasileira face à problemática ambiental (CRESPO, 2002). Os dados revelam, por exemplo, que passados dez anos da Rio-92, houve uma evolução no que se pode chamar de consciência ambiental no Brasil, entretanto, o conceito de Meio Ambiente ainda é limitado.

Diversos estudos revelam que é através da mídia, e principalmente da televisão, que a maior parte das pessoas recebe informações sobre o meio ambiente (RAMOS, 1996; SIQUEIRA, 1999; CRESPO, 2002; TRIGUEIRO, 2003 e 2005; MORAIS, 2004; MATTOZO e CAMARGO, 2005; e CALDAS, 2005).

Nesse sentido, Mattozo e Camargo (2005) citam a pesquisa de doutorado de Guido (2001), realizada com alunos e professores de ensino fundamental, segundo a qual a concepção de ambiente aparece mais relacionada à visão das ciências da natureza, sem ligação com problemas sociais. Tanto alunos como professores foram unânimes em indicar os meios de comunicação como principal fonte de informação (TV, jornais e revistas soma 44%) sobre temas ligados ao ambiente. (*apud* MATTOZO e CAMARGO, 2005, p. 129).

Por outro lado, os referidos autores apontam fragilidades na forma como o meio ambiente continua a aparecer nos meios de comunicação. Entre os principais pontos, destaca-se que a abordagem é desprovida das inter-relações com a esfera sócio-político-econômica, o que provoca um desvio da informação correta, responsável e respaldada sobre o que ocorre com o meio ambiente.





29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

O tempo escasso para cobrir as matérias, a falta de uma agenda de fontes especializadas e a restrição do espaço físico (cadernos, páginas ou editorias), dedicados prioritariamente à cobertura de ciência e tecnologia são fatores que contribuem para gerar, muitas vezes, informações superficiais ou espetacularizadas. “De modo geral a falta de continuidade na informação e a abordagem superficial, enfocando aspectos secundários, são reclamações constantes de ambientalistas e profissionais especializados no trato da notícia” (MATTOZO E CAMARGO, 2005, p.125).

Os estudiosos defendem que o jornalismo não se restringe a informar sobre avanços científicos e tecnológicos, mas deve assumir um caráter educativo que possa contribuir para os avanços na sociedade. Nesse sentido, Bueno (2005) aponta o empenho do jornalista em traduzir o discurso científico para o público leigo, particularmente nos países em desenvolvimento, nos quais o analfabetismo científico aprofunda-se à medida que surgem velozmente novos fatos, conceitos e áreas de pesquisa emergentes.

Neste contexto, busca-se analisar nesta pesquisa como o Pantanal Mato-grossense é tratado pelo programa Globo Repórter. A cobertura jornalística incorpora novos atores, conhecimentos, valores, numa abordagem transversal do tema, que inter-relaciona o meio físico com a esfera sócio-político-econômica, ou a instância midiática ainda trata a temática a partir dos aspectos mais espetaculares da notícia?

### **3. O Pantanal no programa Globo Repórter**

Neste tópico, contextualiza-se para o leitor a abordagem geral do programa, com ênfase à abertura da reportagem que, de acordo com padrões jornalísticos, deve apresentar de forma resumida e atraente os principais elementos da reportagem.

Nos dois episódios analisados “Expedição ao Pantanal” (2002) e “Diferentes Pantanaís” (2007), o contato entre o público e o estúdio se estabelece desde a abertura do programa, a partir das saudações do apresentador Sérgio Chapelin, que aparece instalado em seu lugar de exercício profissional, em posição frontal, que anuncia o sumário. Cabe explicitar que a reprodução das falas de entrevistados, repórteres e apresentador aparecem destacadas no corpo do texto em *itálico*, de modo a tornar a leitura mais fluente



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

### 3.1. Programa “Expedição ao Pantanal” (2002)

O Programa “Expedição ao Pantanal”, exibido em 26/04/2002, com 42 minutos e 01 segundo, dividido em cinco blocos, teve como repórter o jornalista Marcello Canellas. Como o título desse episódio sugere, o apresentador Sérgio Chapelin anuncia o que se poderia esperar:

*Pantanal do Mato Grosso: esse pedaço exuberante do Brasil guarda a nossa mais rica vida selvagem. Jacarés, onças, cervos, centenas de espécies raras em uma terra inundada que lembra o paraíso dos livros infantis. É nesse cenário de sonhos que cientistas de todo o país estão trabalhando. O Globo Repórter de hoje acompanha a maior expedição científica já feita ao Pantanal. Junto com os cientistas, os homens da terra, gente que conversa com onças, anda em comitivas e tem muito a ensinar aos doutores. Nos acompanhe nessa viagem ao mundo encantado que pulsa no coração do Brasil.*

Desde o início do Globo Repórter, Sergio Chapelin conduz o programa, criando, ao longo dos anos, identidade e, principalmente, intimidade com o público. Como afirma Charaudeau (2006),

[...] É ele que anuncia, que mostra, indicando como abordar a notícia (função de guia); que passa a palavra aos correspondentes (função de organizador das transmissões); que retoma cada fala para um comentário ou uma conclusão (função de orientador); que redistribui o turno da fala a especialistas presentes no estúdio, mostrando assim já conhecer a informação (função de moderador) (*Idem*, p. 229).

Durante a narrativa, o apresentador constrói a imagem de um enunciador personalizado que se expressa como se estivesse falando diretamente a cada indivíduo da coletividade dos telespectadores: participa com sua própria emoção com relação aos acontecimentos dramáticos do mundo (enunciação elocutiva), solicita a atenção ou interesse e interpela-o (enunciação alocutiva), com o auxílio de movimentos do rosto (mesmo os mais discretos), de certos tons de voz, da escolha de determinadas palavras.

A cena inicial do episódio busca uma maior carga dramática para atrair o público e prepará-lo para o que vem pela frente. À apresentação de Chapelin, seguem-se imagens do Pantanal, com transição lenta e fusões, e o telespectador vê pôr-do-sol, sinfonia dos pássaros, rio, peixe, imagens subaquáticas, tuiuiús, cervo, abelha polinizando, mostrando que a riqueza se encontra tanto em terra como no céu. Essa cena ganha enorme dramaticidade com a utilização de música de fundo, uma trilha emotiva que remete ao Éden. Essa visão paradisíaca materializa-se na voz do primeiro personagem da narrativa, um senhor que ainda não é apresentado, mas pelos trajes e ambiente de fundo, parece ser um fazendeiro e que diz: *Não tenho dúvida nenhuma: Deus está por aqui.*





29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Em *off*, o repórter da Globo, Marcelo Canellas começa a narrar:

*A ditadura da água: uma terra governada por cheias e vazantes, à revelia da vontade dos homens [...]. Quando chegaram aqui, os primeiros colonizadores temiam enfrentar índios ferozes, monstros gigantes, demônios pavorosos, e logo aprenderam: o que não se pode vencer é a força da natureza, a um só tempo selvagem e bela.*

No campo jornalístico, a abertura da matéria, chamada *lead*, deve conter os elementos essenciais da reportagem ou notícia, inserindo o tema ou destacando os aspectos mais impactantes do assunto, para despertar a atenção do telespectador. Dessa forma, a narrativa acima projetada como será o tratamento dispensado ao Pantanal: um local exuberante, entretanto, misterioso e cheio de perigos, que será mostrado por cientistas e pantaneiros.

A seguir, a partir da leitura flutuante dos dois programas, relaciona-se como o Pantanal foi definido e caracterizado pelo apresentador e pelo repórter do programa, que, com suas narrativas, conduzem o entendimento e a emoção do telespectador ao longo do roteiro. Os textos foram transcritos e, a partir desse levantamento, foi possível identificar constantes temáticas, divididas em categorias de acordo com a característica predominante.

A partir da categorização da definição do Pantanal no programa de 2002, evidenciou-se que o GR caracterizou o bioma como sistema perfeito, zona mestiça e peculiar. A linguagem recorre a adjetivos que supervalorizam o Pantanal: exuberante, incrível riqueza, nunca encontrado em nenhum outro lugar, mega-biodiversidade, imensa planície, acentuado pelo contraste: protegida X castigada e pelo vazio demográfico. Também notou-se a presença do ciclo da água, como pode ser constatado nas expressões: desenhada pelas cheias, mundo das águas, terra governada por cheias e vazantes.

### **3.2. Programa “Diferentes Pantanais” (2007)**

Cinco anos depois, no programa intitulado “Diferentes Pantanais”, que foi ao ar em 03/08/2007, em 46 minutos e 11 segundos, dividido também em cinco blocos, o apresentador convida o telespectador, dizendo:

*Vamos viajar pela mais exuberante reserva da vida selvagem do Brasil. Pantanal, até a última fronteira. Nossos repórteres frente a frente com a onça pintada. O que aconteceu? Vamos mostrar animais nunca vistos no Pantanal, conhecer o canto de amor dos jacarés, a garça real, o pássaro cor-de-rosa e a ave das penas azuis. A beleza da gigantesca vitória-régia e a menor planta aquática do planeta. A árvore que é uma farmácia natural, quantas*



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

*surpresas, quantas ameaças nesse paraíso que o mundo admira. Nos acompanhe nessa aventura pelo coração do Brasil. Uma produção do Globo Repórter e da Rede Mato-grossense de Televisão, afiliada da Rede Globo.*

O apresentador mostra o Pantanal como um local exótico, selvagem e ameaçado, uma terra desconhecida e inacessível ao homem comum, que será desbravada por aventureiros, no caso, a equipe do GR e suas lentes que mostrarão o que os olhos humanos não podem ver.

A relação entre o mundo referencial e o telespectador é assegurada pelo mesmo apresentador, que se apaga, se faz transparente e constrói para si a imagem de um enunciador impessoal: *Dois semanas de aventura, duas equipes percorrendo o Pantanal brasileiro*, diz Chapelin.

Para enfatizar os diferentes Pantanaís, o programa recorreu à estratégia de utilizar dois repórteres-narradores: Renato Biazzí, de Cuiabá (MT), e Cláudia Gaigher, de Campo Grande (MS). A arte gráfica mostra no mapa o lugar onde cada profissional se localiza e evidencia-se o esforço das equipes que vão percorrer mais de três mil quilômetros pelas estradas, 50 horas nos principais rios, ou chacoalhando em cima de um trator. O tom de aventura é enfatizado pela música ágil, somada à edição ritmada, com sobreposição de imagens dos dois narradores.

A partir da categorização dos textos em que o apresentador e os repórteres descrevem o Pantanal, infere-se que o bioma é caracterizado pelo GR como planície marcada pela água, berçário de peixes, imprevisível, quadro vivo, inspiração, cheia de aventura e paixão, marcada por contrastes: vida X morte, preservado X ameaçado, devastação e morte X vida e beleza, menor X maior; extremos: muralha, imensidão da água, mar, gigante, mega-biodiversidade, encharcada, beleza arrebatadora, exuberante; e pelo vazio demográfico: desconhecido, éden, isolado/inacessível, sonho, éden, território a ser desbravado, selvagem. Também registrou-se a referência ao ciclo da água: movimento, imensidão de água, mar, terra encharcada.

### **3.3. Natureza humanizada**

Parte-se da consideração do professor Nilson Lage (2003) sobre as abordagens da vida natural (*wild life*) pela mídia. Segundo o autor, elas privilegiam procedimentos de perseguição e



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

fuga, namoro e acasalamento, vida social, exclusão por velhice e exploram a simpatia, temor ou estranheza que os bichos despertam.

A estratégia para torná-los simpáticos (micos ou baleias, por exemplo) envolve certo grau de humanização, tendo-se em vista a perspectiva do leitor ou espectador: uma onça ou uma cascavel podem despertar reações de confronto ou fuga, em dado instante ou circunstância e, em outras, simbolizar positivamente força, agilidade ou astúcia. (*Idem*, p.08).

Nesse sentido, toma-se como exemplo o jacaré, que tem uma população vigorosa no Pantanal, estimada em mais de 20 milhões de indivíduos e que, no programa GR, é caracterizado como muito simpático e namorador. A humanização é acentuada ao longo de todo o relato: - *Percebemos o clima de romance na lagoa e gravamos. O jacaré faz borbulhas na água, quase se contorce. Tremenda agitação abre a temporada de acasalamento.* Junto a essa narração são apresentadas imagens do animal em super *close*,<sup>4</sup> contribuindo para tornar o relato bastante íntimo e emotivo. Depois de mostrar o namoro dos pais, a câmera desloca-se para os filhotes: *Esse ambiente é como se fosse uma creche [...]. Os jacarezinhos ficam aqui de dez a doze meses.* Essa aproximação atrai a simpatia e a atenção do telespectador ao ver os pais e os filhotinhos, com características humanas.

As aves não escapam, têm sentimentos maternos: *A mãe zelosa vai atrás resgatar o fujão e pô-lo no bom caminho, fazem toailete* e a sua euforia na lagoa repleta de peixes lembra uma *orquestra*, ou a *bateria da escola de samba*; as libélulas copulam ao som de música clássica; o zogue-zogue quer *brincar de esconde-esconde* no alto das árvores protegidos pelas montanhas, que *abraçam* os maiores lagos do Pantanal.

Mas nenhum animal merece tanto destaque como a onça-pintada, a rainha do Pantanal, como define o jornalista Biazzi (2007):

*A onça. Ela está em algum canto, ou em vários. Fora do alcance dos olhos, mas bem perto de nós. Mesmo quando não aparece, a onça é o centro das aventuras do Pantanal.*

Ela mereceu diferentes adjetivações nos dois programas: *animal inteligente, de hábitos noturnos, arisco, que quer distância do homem*, provoca medo e fascinação: - *Porque o instinto*

---

<sup>4</sup> *Close-up* é plano que enfatiza detalhes da cena e revela possíveis expressões e emoções. Tomando a figura humana como base, este plano enquadra apenas os ombros e a cabeça de um ator, tornando bastante nítidas suas expressões faciais.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

*dela é pegar e arrebenatar com os dentes - e, por outro lado, gente também pode virar onça: - O ser humano também se torna uma onça, dependendo você ficar encurralado, se você está pressionado, é uma questão de defesa, disse a pecuarista entrevistada (2007).*

Essa preocupação em facilitar a identificação do telespectador com os fatos apresentados, aliada ao cuidado de aumentar os atrativos das matérias, leva à utilização recorrente de uma estratégia: a ‘humanização’ da informação ambiental. Com essa fórmula, produz-se um fenômeno de fusão dos efeitos de emoção e dos efeitos de razão, desencadeador de imaginários.

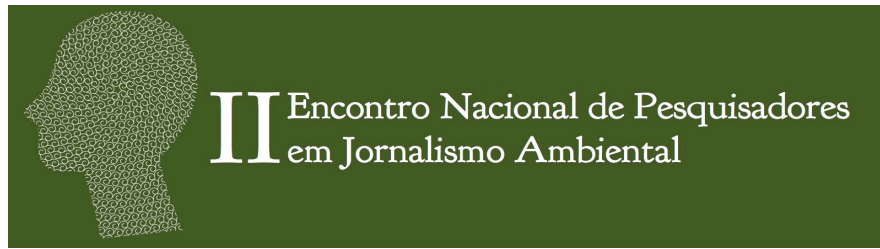
Nos dois programas analisados (2002 e 2007), a busca por obter uma imagem da onça-pintada consome boa parte do tempo dos episódios, além da utilização de diferentes fontes que a caçam, estudam, foram vítimas dela ou são fascinadas pela sua misteriosa beleza. A onça-pintada é o argumento para abordar a temática ambiental sob aspectos culturais e até éticos.

A onça desempenha diferentes papéis, enquanto síntese das abordagens do jornalismo ambiental, representa aventura, mistério, medo, une o saber tradicional e acadêmico em busca dos objetivos de encontrá-la, entendê-la, protegê-la, concentra o empenho científico e avanço tecnológico de pesquisadores e da equipe do programa, gera ação, conflito homem x natureza e, sobretudo, traduz uma concepção de natureza intocada, pois enquanto o homem não consegue encontrá-la, estará a salvo.

Dessa forma, a produção televisiva abre mão da fidelidade para com os objetos naturais, para construir outra esfera da existência. Esse fenômeno é compreendido neste trabalho como previsível, afinal não há uma realidade única sobre os objetos, mas várias em relação à cultura. A natureza na TV não é a finalidade do processo comunicativo pretendido pelos meios de comunicação, porém um meio, um palco de padrões culturais diversos. A televisão reflete estágios de compreensão do que é o meio ambiente, mas não a sua totalidade.

“Repetiu-se a prática de tratar os fenômenos ambientais como problemas pontuais e dissociados do contexto político-social e econômico mais abrangente” (RAMOS, 1996, p. 86).

#### **4. Discussão geral**



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Como foi mostrado, no Programa Globo Repórter “Expedição ao Pantanal” (2002), o bioma foi caracterizado como um “ecossistema de transição, peculiar, um sistema perfeito”. De acordo com a narrativa construída no GR, essa terra governada pela água é marcada por muitos contrastes: de um lado a incrível riqueza da imensa planície, exuberante e cheia de espécies exóticas e, por outro lado, um mundo desabitado, intocado, selvagem, desconhecido, uma local a ser desbravado.

Outra característica que define o Pantanal, nesse programa, é a presença da água: desenhada pelas cheias, mundo das águas, terra governada por cheias e vazantes. Esta representação naturalista (SATO, 1997) vê o meio ambiente como sinônimo de natureza (intocada) e de harmonia.

Entretanto, o texto evidencia que é um local de contraste: terra protegida X castigada, existe riqueza natural onde há vazio demográfico e está devastada onde há presença humana. Dessa forma, infere-se que áreas protegidas da presença humana estão preservadas, entretanto, onde tem ocupação humana ela está castigada.

No programa de 2007, a planície foi caracterizada, muitas vezes, através da comparação entre os elementos naturais e sentimentos humanos, como: berçário de peixes, quadro vivo, inspiração, cheia de aventura e paixão, imprevisível pois muda de humor. Da mesma forma que no programa de 2002, a narrativa chama a atenção para a extrema beleza e exuberância da paisagem natural gigante, mega-biodiversificada. O programa aborda o ciclo da água, que rege a vida no Pantanal. Mas por outro lado, enfatiza a abundância dos recursos hídricos, com a utilização de termos como “imensidão de água, mar, terra encharcada”.

Da mesma forma, esse Pantanal é marcado por grandes contradições: vida X morte, preservado X ameaçado, devastação e morte X vida e beleza, menor X maior. Ao lado da paisagem exuberante, o relato do GR descreve um vazio demográfico, que pode ser observado pelo uso dos termos: “desconhecido, misterioso, éden, isolado/inacessível, sonho, território a ser desbravado, selvagem”.

A flora do Pantanal é apresentada como exuberante e exótica, a linguagem vai de um extremo ao outro: *A beleza da gigantesca vitória-régia e a menor planta aquática do planeta [...]*. E no meio da gigante e da minúscula, estaria uma vegetação que, para ser admirada pela televisão, é remetida a diferentes emoções, por meio de efeitos de linguagem. Foram identificadas três valorizações distintas: 1) Aproximação da flora com paixão do casal: *O desafio de desvendar o*



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

*mistério das plantas pantaneiras renova a paixão do casal; 2) o apelo a sutis curiosidades ou “fait-divers”: E os pantaneiros usam essa árvore para quê? Bom, uma das finalidades é como geladeira; 3) valor comercial da natureza: Repórter: então quer dizer que o camarará é uma farmácia natural? Encontraram realmente três princípios ativos: analgésico, antiinflamatório e antitérmico. Só falta agora o desenvolvimento do remédio (Globo Repórter, 2007).*

Essa característica também foi observada por Belmonte (1997):

A meu ver ainda não ocorreu uma definição editorial dos veículos da grande imprensa para dar à pauta ambiental um status de grande reportagem investigativa, indo além do factual ou da abordagem exploratória do belo e do exótico. Aos repórteres falta experimentar novos caminhos narrativos que aproximem os temas do cotidiano das pessoas (*Idem*, s/p).

Nos diferentes programas, podemos notar a utilização de adjetivos que caracterizam a região como lugar paradisíaco, inacessível ao homem comum, revelando a necessidade do programa atrair a atenção pelos aspectos mais extraordinários da reportagem e não pela complexidade do tema. Tal visão facilitada do meio ambiente, da biologia e da sociobiodiversidade é simplificada em uma natureza bela, misteriosa e alcançável apenas pelos cientistas e emissoras de TV.

Nesse sentido, Sodré (1992, p.50) identificou que as revistas impressas também caracterizam a natureza brasileira como território remoto e habitado por povos desconhecidos. “O tamanho do Brasil e a potencialidade das riquezas sempre sugeridos, através das fotografias e textos, como dados excelsos e incontestes, reafirmando-se a atitude do bandeirante”.

Conforme Diegues e Arruda (2001), essa concepção romântica da natureza, que vê o ambiente dissociado do humano, tem origem em teorias conservacionistas, discurso fortalecido no exemplo de áreas protegidas como locais privilegiados para a conservação da biodiversidade.

No início essas áreas de grande beleza cênica foram destinadas, em especial, ao desfrute das populações da cidade, que tentavam encontrar no mundo selvagem a salvação da humanidade, conforme visão romântica e transcendentalista de seus propositores. Predominava, portanto uma visão estética da natureza, cuja difusão muito se credita a filósofos e artistas. (*Idem*, p. 15).

Sob essa ótica, a biodiversidade é entendida como produto da própria natureza, sábia e perfeita, e a consequência dessa visão é a não interferência humana. Apesar do grande apelo e fascínio que a beleza cênica do Pantanal exercem para as lentes da televisão e seus telespectadores, Baggio *et al* (2002) alertam para o perigo da homogeneização das práticas ambientais.





29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

A ciência e a filosofia procuram trabalhar hoje com certa distância daquele imaginário da natureza perfeita e fixa, que precisava ser apenas descoberta e desvelada. Para Diegues (2001, p.45), a biodiversidade não é só um produto da natureza, mas, em muitos casos, é fruto da ação das sociedades e culturas humanas, em particular das sociedades tradicionais não-industriais. “É também uma construção social e cultural”. Dessa forma, o pensamento contemporâneo insere-se numa visão da natureza complexa.

A informação midiática é, em seu fundamento, marcada pela contradição: finalidade de fazer saber, que deve buscar um grau zero de espetacularização da informação para satisfazer o princípio de seriedade ao produzir efeitos de credibilidade, finalidade de fazer sentir, que deve fazer escolhas apropriadas à encenação da informação para satisfazer o princípio de emoção ao produzir efeitos de dramatização.

Na tensão entre os pólos de credibilidade e de captação, quanto mais as mídias tendem para o primeiro, cujas exigências são as da austeridade racionalizante, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para a captação, cujas exigências são as da imaginação dramatizante, menos creíveis serão (TRAQUINA, 2005, p. 93).

O desafio é ultrapassar o conhecimento linear de um saber que busca estabelecer as inter-relações dos elementos do sistema. Embora se admita que os meios de comunicação de massa não tenham procurado, ao longo dos anos, traduzir a associação do homem com o meio, a comunicação é essencial para a sensibilização de diferentes segmentos da sociedade sobre como agir para a promoção do desenvolvimento sustentável.

O jornalismo científico possui um compromisso com a alfabetização científica do público e precisa compartilhar essa missão pedagógica com a disposição política, assumindo seu papel como agente de emancipação e de resistência, de crítica à desterritorialidade e ao fetichismo tecnológico. (MATTOZO e CAMARGO, 2005, p.118).

Nesse sentido, Marques de Melo (2006) chama a atenção para o fato de que o jornalismo ambiental deve ser uma atividade principalmente educativa, dirigida à grande massa da população, não apenas à sua elite. Esse ponto de vista resgata uma discussão antiga sobre o papel dos meios de comunicação de massa: informar, educar, entreter, persuadir, promover a integração individual e coletiva na realização do bem-estar social.

## 5. Considerações finais



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

Este artigo analisou, subsidiado pela Análise de Conteúdo, como o Pantanal Mato-grossense é caracterizado pelo programa jornalístico Globo Repórter. Entre as principais questões que nos inquietaram, destaca-se quais as concepções de ambiente ali retratadas? A partir da categorização da definição do Pantanal no programa de 2002, evidenciou-se que o bioma é caracterizado, no discurso do GR, como sistema perfeito, zona mestiça e peculiar. A linguagem recorre a adjetivos de sentidos extremos, como: exuberante, incrível riqueza, nunca encontrado em nenhum outro lugar, mega-biodiversidade, imensa planície, marcada por contrastes e pelo vazio demográfico, regulado pela presença da água.

Nos diferentes programas, a dada imagens de animais e lugares paradisíacos revela a necessidade da produção atrair a atenção pelos aspectos mais simples da reportagem, e não pela complexidade que o tema carrega. A preservação ambiental atual passa pela sua manutenção simbólica nas mentes dos indivíduos e nas produções jornalísticas.

Dessa forma, entende-se que o apelo a imagens de uma natureza, bela, misteriosa e cheia de aventuras é um recurso midiático muito rico, capaz de atrair a atenção do telespectador, entretanto, deveria ser o início do percurso para sensibilizar a população para os diferentes serviços prestados por esse bioma e riscos ambientais. O desafio é ultrapassar o conhecimento linear para um saber que busca estabelecer as inter-relações dos elementos do sistema, uma imagem mais circular.

## Referências

ABREU, M.S. de. **Quando a palavra sustenta a farsa:** o discurso jornalístico do desenvolvimento sustentável. Florianópolis, Editora da UFSC, 2006.

ALCAMO, J.; et al. **Ecosistemas e o bem-estar humano:** estruturas para uma avaliação. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

BAGGIO, A.; SCHEFFER-BASSO, S. M.; JACQUES, A.V. A. A estética do ecossistema: reeducando o antropocentrismo. **Rev. Ecosistema**, Vol. 27, n. 12, jan – dez, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

**BRASIL**, Ministério do Meio Ambiente, Diretoria de Educação Ambiental; Ministério da Educação, Coordenação Geral de Educação Ambiental. **Programa Nacional de Educação Ambiental/ ProNEA.** 3ª edição. MMA, Brasília, 2005.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

BELMONTE, R. V. **Jornalismo ambiental**: evoluções e perspectivas. Campo Grande, outubro de 1997. Disponível em <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/>>. Acesso em: 5.set.2012.

BUENO, W. C. **O que está faltando para o jornalismo científico?** Jornalismo científico: teoria e prática. *S.d.* Disponível em: <[http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo\\_cientifico/artigo25.htm](http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo25.htm)>. Acesso em: 15.abr.2013.

CALDAS, G.. **Jornalistas e cientistas**: a construção coletiva do conhecimento. Comunicação & Sociedade, v. 1, n. 41, 2005.

CHARAUDEAU, P.; tradução CORRÊA, A. **O Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

CRESPO, S.; NOVAES, E. **O que o brasileiro pensa do meio ambiente**. Revista ECO 21, nº 63, de fevereiro de 2002.

DA SILVA, C.J.; SILVA, J.A.F. **No ritmo das águas do Pantanal**. São Paulo: NUPAUB/USP, 1995.

DIEGUES, A. C. S; ARRUDA, P. S. V. **Saberes tradicionais e biodiversidade no Brasil**. Brasília: MMA, 2001.

FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. 2. Ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.

GUARESCHI, P. A.; BIZ, O. **Mídia, Educação e cidadania**: Tudo o que deve saber sobre mídia. Petrópolis: Vozes, 2005.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: BENETTI, M. e LAGO, C. (orgs.). In: **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios - PNAD 2007**. Síntese de indicadores. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2007/default.shtm>>, acesso em 14 jan 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA- IBOPE. **Média Workstation**: total de ligados especial. Outubro/12. In: <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/globo-reporter.aspx#>, acesso em: 15.04.2013



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

JUNK, W. J.; DA SILVA, C. J. O conceito do pulso de inundação e suas implicações para o Pantanal de Mato Grosso. In: Segundo Simpósio sobre Recursos Naturais e Sócio-econômicos do Pantanal, Manejo e Conservação. **Anais...** Corumbá: EMBRAPA, 1999.

LAGE, N. **O Jornalismo científico em tempos de confronto.** In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** BH/MG, 2003.

LÜCKMAN, A. P. Educação, jornalismo e meio ambiente: Leituras sobre a crise ecológica no contexto do aquecimento global. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. III nº 2, p. 55-67, 2006.

MARQUES DE MELO, J. **Teorias do jornalismo: identidades brasileiras.** São Paulo: Paulus, 2006.

MATOZZO, V; CAMARGO, C.C de B. **Energia, meio ambiente e mídia: qual é a questão?** Florianópolis, Editora da UFSC, 2005.

MORAIS, R. de. **Educação, mídia e meio-ambiente.** Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

NOVAES, W.; RIBAS, O.T.; NOVAES, P. C. **Agenda 21 Brasileira: Bases para discussão.** Brasília, DF, Ministério do Meio Ambiente/PNUD, 2000.

ONU. **Conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: a Agenda 21.** Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 1996.

PONTE, C. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico.** Florianópolis: Insular, 2005.

RAMOS, L. F. A. **Meio ambiente e meios de comunicação.** São Paulo: Annablume, 1996.

SACHS, I. **Ecodesenvolvimento crescer sem destruir.** 1ª ed. São Paulo: Editora Vértice, 1986.

SATO, M. **Educação para o ambiente Amazônico.** Tese (doutorado). Universidade Federal de São Carlos, 1997.

SIQUEIRA, D. C. O. **A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo.** São Paulo: Annablume, 1999.

SODRÉ, M. **A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1992.



29 a 31/05/2014 | UFRGS – Porto Alegre/RS | <http://www.enpja.com.br>

---

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. Ed., 2005.

TRIGUEIRO, A. **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TRIGUEIRO, A. **Mundo sustentável: abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação**. São Paulo: Globo, 2005.