



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



Jornalismo Ambiental: Respeito à informação e militância¹

Isabella Holouka²
Prof. Dr. Angelo Sottovia Aranha³

Resumo: O presente artigo baseia-se no conceito de Comunicação Ambiental para analisar a natureza do Jornalismo Ambiental, a partir de teorias sobre a multidisciplinaridade e a interdisciplinaridade dessa temática, como também a importância de uma visão sistêmica nas coberturas jornalísticas relativas ao meio ambiente. Pretende-se observar também se há preocupação com a diversificação de fontes de informação nessas coberturas e com a cidadania. Também é discutida a linguagem, a questão da formação dos discursos nessa especialidade do Jornalismo e a sua relação com os conceitos de objetividade e neutralidade.

Palavras-Chave: Jornalismo Especializado. Meio Ambiente. Militância. Neutralidade. Interesse Público

1. Introdução

Comunicação Ambiental é um processo “que tem como objetivo a circulação e a troca de experiências, emoções, informações e conhecimento” através de um “conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental” (BUENO, 2007, p. 34).

Destaca-se de todas essas práticas uma instância importante da Comunicação Ambiental, o Jornalismo Ambiental, que diz respeito exclusivamente às manifestações jornalísticas. O Jornalismo Ambiental é pautado no conceito de meio ambiente que teve a importância da sua definição ressaltada pelo autor:

Meio ambiente é o complexo de relações, condições e influências que permitem a criação e a sustentação da vida em todas as suas formas. Ele não se limita apenas ao chamado meio físico ou biológico (solo, clima, ar, flora, fauna, recursos hídricos, energia, nutrientes, etc.), mas inclui as interações sociais, a cultura e expressões/manifestações que garantem a sobrevivência da natureza humana (política, economia, etc.). (BUENO, 2007, p. 35).

¹ Trabalho vinculado ao grupo de pesquisa GEAJA – Grupo de Estudos Aplicados em Jornalismo Ambiental, da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho.

² Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho. Email: isa.holouka@gmail.com

³ Docente do Departamento de Comunicação Social da UNESP. E-mail: sottovia@faac.unesp.br



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



A partir dessa definição, percebe-se a multi e interdisciplinaridade do Jornalismo que se depara com uma ampla gama de assuntos que variam e englobam temas como, por exemplo, a importância do desenvolvimento e da proteção da fauna e da flora, passando por outros temas relacionados à poluição, agroecologia e estudo de populações. Todos têm uma evidente importância social e envolvem vários saberes e competências, estão relacionados com medidas acerca das condições do meio físico e biológico e também acerca das interações sociais e culturais que estão ativas a todo momento nesse sistema de relações.

Essa multiplicidade de assuntos que alimenta o desenvolvimento do Jornalismo Ambiental se mostra também na própria cobertura do meio ambiente feita pela mídia, de acordo com BUENO (2007), de tal modo que as produções se dividem em matérias em “vários cadernos, editoriais ou veículos tradicionalmente de cidades, política, economia, ciência e tecnologia, saúde, etc.” contemplando ainda as mais diversas “mídias e ambientes, tais como jornais, revistas, rádio, televisão, sites, newsletters, etc.” (BUENO, 2007, p. 35).

Assim como outras áreas de cobertura do jornalismo tradicional, o Jornalismo Ambiental é dependente das ocorrências da atualidade e da periodicidade. A cobertura jornalística do meio ambiente é encontrada em grandes veículos de circulação de abrangência regional, internacional e nacional, inserida nos veículos ao lado de outros tipos de coberturas ou nas chamadas mídias ambientais, nas quais a questão ambiental é o foco da publicação.

2. Um Jornalismo de comprometimento com a formação cívica

Jornalismo Ambiental, de acordo com o BUENO (2007, p. 35), é o processo de “captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado”, com a ressalva de que esse mesmo Jornalismo Ambiental deve ter como importante característica a aproximação do comunicador ou jornalista de uma visão sistêmica, através da qual as pessoas, a natureza, o meio físico e biológico, a cultura e a sociedade estão representadas e conectadas em um sistema em que nenhuma parte é privilegiada em detrimento do todo. Nesse mundo jornalístico ideal, uma simples alteração no meio ambiente poderia provocar impactos que



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



em conjunto podem romper o equilíbrio que permite a manutenção da vida; a desarmonia seria alvo da cobertura da mídia.

Por conta do seu caráter preocupado e militante, de acordo com BUENO (2007) o Jornalismo Ambiental assumiu três funções civilizatórias, denominadas Função Informativa, Função Pedagógica e Função Política. Assim, os noticiários nessa área saciam a necessidade das pessoas de estarem em dia com os temas que englobam a questão, considerando posturas comuns na sociedade e processos decorrentes deles, como hábitos de consumo e poluição do ar e da água, por exemplo, assim como modelos de sociedade que têm impacto sobre as condições futuras ou atuais do meio ambiente, influenciando assim a qualidade de vida (BUENO, 2007).

Por outro lado, o jornalismo assume uma função pedagógica quando explicita as causas e soluções para os problemas ambientais, indicando alternativas para a sua superação. Por fim, para o autor, a função política está ligada à intenção de mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental e que nada tem a ver com o desenvolvimento sustentável; comumente esses interesses correspondem a ações de empresas e setores que podem penalizar o meio ambiente para favorecer os seus negócios, através da indústria agroquímica, de biotecnologia, de mineração, de papel e celulose, agropecuária, etc, como ressaltou BUENO (2007, p. 20):

O movimento da reforma agrária, a questão da segurança alimentar, a poluição genética, o impacto social das barragens, a ciranda financeira e mesmo as prioridades em termos de investimento em ciência e tecnologia são temas distantes e não incluídos no conceito. O conceito de desenvolvimento sustentável está contaminado, portanto, com a perspectiva econômico-financeira e é visto especialmente como um problema de gestão empresarial. Há empresários que acreditam que a sustentabilidade que interessa é aquela que garante a sobrevivência do seu próprio negócio. (BUENO, 2007, p. 20).

O jornalismo acaba também assumindo uma vigilância permanente para que os governantes atuem de forma a acatar as causas ambientalistas.

Destaca-se, também, a proposta de abordar os temas e acontecimentos em profundidade com o objetivo de ampliar ainda mais o potencial desse jornalismo para cumprir as suas funções junto à sociedade. Cabe ao jornalista que desempenha a cobertura do meio ambiente “aprofundar as matérias relevantes de modo a focar nelas a atenção da comunidade”, em vez de “saltar de



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



acontecimento em acontecimento“. “Só assim os cidadãos poderiam deliberar com conhecimento de causa sobre as principais questões da vida comunitária” (MESQUITA, 2000, p. 32).

Embora o Jornalismo Ambiental mantenha uma postura com certas características e singularidades, não se trata de uma instância especializada ou privilegiada de jornalismo, mas sim de um resultado de uma militância cívica, não partidária, de uma articulação de discursos e da já citada visão sistêmica de conhecimentos científicos e saberes populares e tradicionais. Essa visão não reduz ou empobrece as coberturas — por ingenuidade ou a favor de interesses particulares — a pautas ambientais com uma perspectiva unicamente econômica, política, sociocultural, etc., mas percebe as suas conexões entre meio ambiente, economia, cultura, política e sociedade.

BUENO (2007) ressaltou ainda que a disposição para a mobilização do Jornalismo Ambiental é uma característica presente nas raízes dessa modalidade, apesar da recorrente influência de ações mercadológicas.

Mídias conservadoras e comunicadores desavisados tendem, muitas vezes, a ignorar as raízes do jornalismo ambiental, sua disposição irrecusável para a mobilização e para o despertar de consciências, tentando torná-lo refém de ações mercadológicas ou empresariais e interesses políticos. Confundem jornalismo ambiental com marketing verde ou ecopropaganda, termos e práticas que se situam não apenas em campos conceituais e epistemológicos distintos, mas que estão atrelados a compromissos de outra ordem. (BUENO, 2007, p. 36).

Existe, portanto, um caráter de compromisso com o interesse público e com a democratização da resolução de questões que envolvem a qualidade do meio ambiente. O Jornalismo Ambiental parece assumir a missão de disseminar o conhecimento que envolve as ciências cujo objeto é o meio ambiente, buscando ampliar o debate e promover a preservação ou a restauração gradual do ecossistema em que vivemos.

O jornalismo ambiental precisa ter um caráter revolucionário, comprometido com a mudança de paradigmas, deve enxergar além das aparências e não ser complacente com aqueles que se apropriaram da temática ambiental para formar ou reforçar a imagem. Deve suspeitar sempre do discurso pretensamente preservacionista de governos e organizações, buscando contemplar, além de ações isoladas, quase sempre utilizadas como recursos mercadológicos ou propagandísticos (BUENO, 2007, p. 17).

Essa postura assumida por uma face cívica do Jornalismo Ambiental — que pretende levar aos seus consumidores informações que proporcionem de fato uma maior efetivação da cidadania –



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/

acaba criando momentos de revolta contra as injustiças e prejuízos consequentes da escancarada má administração e irresponsabilidade de uma minoria da população, que tem poder e informação para tal. Cabe às mídias atuar ativamente na inclusão da população em discussões que possam influenciar no andamento e no resultado de resoluções que dizem respeito ao meio ambiente, além de persuadir os cidadãos a lutarem e exercerem os seus direitos e demonstrarem as suas responsabilidades e deveres.

Assim, os jornalistas envolvidos na questão ambiental têm a oportunidade de auxiliar na construção de um social coletivo, através da educação sobre a participação cívica, conforme citou LOOSE (2007):

Segundo Jan Shaffer (2004, p. 36), o jornalismo cívico: “(...) fomenta o comportamento cívico – de votar a se voluntariar, de comparecer a uma reunião na prefeitura e de integrar um time de ação, o jornalismo cívico fez com que as pessoas se engajassem porque ele deu a elas um mapa sobre como participar – se elas quisessem. E elas geralmente quiseram. (LOOSE, 2007, p. 6).

Através dessa relação, também percebe-se que somente o discurso político não é capaz de estender uma informação a ponto de que ela tenha um retorno previsto aos cidadãos, através da mudança de hábitos ou da intervenção a determinadas ações. Somente o campo midiático tem essa capacidade de transformar uma mistura de discursos convenientes ao jornalismo especializado, como o jornalismo ambiental, em noticiários temáticos articulados ao sistema democrático em que se vive na atualidade.

3. Discursos presentes no Jornalismo Ambiental

Quando se analisa especificamente os discursos que se fazem presentes no Jornalismo Ambiental, percebe-se ainda que esse jornalismo não representa um discurso isolado, uma linguagem específica do meio da ciência ambiental, mas sim a junção dos discursos científico ambiental e jornalístico. Sobre essa característica linguística, o Jornalismo Ambiental, considerando-o apenas sob a ótica dos discursos, é constituído de um conjunto de saberes com origem na ciência ambiental – que diz respeito ao discurso científico ambiental, e que se alterna e funde aos conhecimentos empíricos daqueles que a vivenciam, todos nós, através dos usos do jornalismo.



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enpja.com.br/

Orlandi (2001, p. 151) diz sobre o discurso científico algo que é de igual conveniência para o do jornalismo ambiental: ‘o discurso de divulgação científica é textualização jornalística do discurso científico’, pois deseja colocar de uma forma acessível as formas de informação científica. (LOOSE, 2002, p. 3)

O Jornalismo Ambiental é, portanto uma combinação entre as normas e padrões considerados rígidos e universais do singular campo científico, adicionada ao discurso jornalístico, que é coloquial, objetivo, factual e simples. De acordo com ORLANDI (2001, p. 151) há também o envolvimento de um discurso pedagógico, que cumpre a sua missão através da promoção da alfabetização ambiental e científica, através de textos de fácil compreensão, claros, objetivos, atraentes e compreensíveis, reforçando o papel social do jornalismo.

Nessa medida, o Jornalismo Ambiental não deve ser confundido com jornalismo científico, nem econômico ou cultural. BUENO (2007, p. 36) diz também que o primeiro deve se posicionar politicamente, social e culturalmente engajado porque essa é a forma de “conseguir encontrar forças para resistir às investidas e pressões de governos, empresas e até de universidades e institutos de pesquisa, muitos deles dependentes dos grandes interesses” (BUENO, 2007, p. 36). Tamanho o compromisso com a militância, o jornalista ambiental deve estar sempre consciente e capacitado; isto porque o objeto do seu trabalho não deve ser visto apenas como uma atividade que vise remuneração, sem envolvimento, como a maioria das outras atividades profissionais liberais, que não têm uma missão reflexiva e concientizadora.

É importante analisar os discursos presentes no Jornalismo Ambiental principalmente porque é através deles que se dá a relação entre língua e ideologia. Segundo ORLANDI (2007, apud LOOSE, 2007, p. 5), “a prática política tem como função, pelo discurso, transformar as relações sociais reformulando a demanda social”, ou seja, a mobilização social que envolve as questões acerca do meio ambiente se faz presente também no campo do jornalismo. A visibilidade midiática desses discursos que circulam ao alcance dos consumidores de notícias gera, em cada um deles, novos pensamentos e ações também orientadas politicamente:

No jornalismo ambiental, por serem divulgadas notícias que comprometem sensivelmente a vida da sociedade, esses efeitos são seguidamente notados e alavancam discussões na área política (local de tomada de decisões) e também no campo social (escolas, organizações de bairros, etc.). (LOOSE, 2007, p. 5).



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enpja.com.br/



No entanto, é importante permanecer sensível aos problemas da prática do Jornalismo Ambiental, assim como em qualquer outra especialização do jornalismo tradicional. Equívocos na veiculação de conceitos e ideologias e na orientação dos meios em visões empresariais são os erros mais comuns e prejudiciais, apesar da tentativa de manter a discrição recomendada pelas teorias do jornalismo tradicional.

Na prática, interpreta Bueno, a imprensa vem adotando um conceito de desenvolvimento sustentável que atende a interesses empresariais que refletem uma ideologia meramente reformista, que está mais associada ao aumento do PIB e das exportações que ao acesso à comida, à educação, à água portátil, ao saneamento básico ou a serviços de saúde. Ou seja, as matérias jornalísticas divulgadas pela imprensa, supostamente sob o paradigma da imparcialidade, neutralidade e objetividade, revelam uma visão empresarial que contempla a própria sobrevivência e trata o meio ambiente como algo que, se não for agenciado adequadamente, pode prejudicar o bom andamento dos negócios. (DORNELLES, 2008, p. 125).

4. Problemas teóricos do Jornalismo Ambiental

O jogo amplo e cheio de interesses que permeia o jornalismo tradicional faz com que o Jornalismo Ambiental não se comprometa com a isenção; nesse sentido, não deve deixar-se levar pelas utopias, por influência do fato de que a base desse jornalismo é a luta pela qualidade dos meios em que há vida, como o solo, o ar, a água, etc.

O interesse da mídia cresce, enquanto a sociedade também se organiza para cobrar ações mais equilibradas em relação à preservação do meio ambiente, segundo Souza e Fernandes (2002). No entanto, há também o problema da qualidade do material que é veiculado nos mais variados meios, na TV, nos jornais ou na Internet. Estes, ao revelar as tragédias, desmatamentos, poluição do ar e da água e até mesmo os acontecimentos casuais da pauta ambiental, não ultrapassam os limites da indignação e do apelo sensacionalista, fazendo com que a importante mudança da atitude reclamada não seja efetiva. O autor ressalta ainda que nesse modelo o jornalismo se utiliza de uma super exposição, mas que não visa mudanças: “o real mostrado por sua utilidade, precisão e segurança na afirmação dos modelos vigentes” (SOUZA E FERNANDES, 2002, p. 2).

BUENO (2007, p. 37) define as síndromes que sofre o Jornalismo Ambiental nacional, lista e explica os principais problemas encontrados nesse contexto de desacordo entre a prática dessa vertente do jornalismo e a teoria do jornalismo cívico e ideal.



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



A síndrome do zoom, ou do olhar vesgo, cuja principal característica é a fragmentação e o fechamento do foco da cobertura, retira a inter e a multidisciplinaridade desse jornalismo e faz com que ele atue de forma segmentada. O autor adiciona ainda que essa redução da cobertura ambiental a apenas um olhar deixa de levar em conta o caráter sistêmico, da abordagem ideal, e faz com que o consumidor do noticiário reduza as questões ambientais a acontecimentos de caráter econômico, científico, político, etc., reduzindo também a sua importância. Esse caráter reducionista pode levar à legitimação de conceitos ou ideais equivocados com relação às questões ambientais.

O que o autor definiu como síndrome da baleia encalhada se relaciona à fragmentação da cobertura jornalística, sempre marcada pela procura do inusitado e do esotérico, espetacularizando tragédias ambientais com os recursos do sensacionalismo. Essa cobertura acrítica, quando realizada pelos veículos e jornalistas, contempla as questões ambientais a partir de fatos isolados, de acidentes espetaculares “como os tsunamis, os vazamentos de óleo na Baía de Guanabara, matança de indígenas, incêndios incontroláveis de reservas florestais ou aniquilamento em massa da fauna (focas, pinguins, peixes, etc.)”. Com uma cobertura estática e paralisante do meio ambiente, desprovida de sua própria dinâmica de causas e efeitos, faz-se um flagrante da degradação ambiental, embora o debate e a conscientização não possam estar pautados em materiais dessa qualidade.

A síndrome do muro alto tem a ver com uma visão ultrapassada que defende a neutralidade da ciência e da tecnologia, mas que ignora a “tentativa de despolitização do debate ambiental pela desvinculação entre a vertente técnica (comprometida com a perspectiva empresarial) e as demais vertentes (econômica, política e sociocultural)” (BUENO, 2007, p. 37). Para BUENO (2007), essa síndrome se manifesta principalmente nos editoriais de grandes jornais que insistem que o debate seja privativo de determinados grupos, como se essas pessoas fossem isentas e se orientassem exclusivamente por critérios técnicos.

Relaciona-se a esse conceito, definido por Bueno, uma característica considerada importante da questão da objetividade e da neutralidade no jornalismo tradicional, definido por Alsina em situações de guerras, valendo também em situações de crise. A ausência da informação também é uma possível tática de manipulação da informação. Nesse sentido, a censura ou a autocensura dos meios de comunicação acontece, em muitas ocasiões, quando os meios se consideram uma parte do



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enpja.com.br/



conflito, e acabam colaborando com algum dos possíveis lados. Alsina denuncia movimentos típicos da imprensa diante de conflitos, um comportamento que também pode ser aplicado ao Jornalismo Ambiental, que muitas vezes assume a responsabilidade de denunciar posturas contrárias à preservação e pregar a conscientização acerca das questões ambientais.

Quando o conflito se torna algo público, essa tática funciona em melhor ao se combinar com as outras. Quando os meios de comunicação podem falar de censura, ao mesmo tempo em que oferecem determinadas informações, é gerado um duplo efeito de sentido. Por outro lado, é reforçado um subtexto, que diz que, em tempos de guerra, a censura é adequada para não afetar os interesses do próprio bando. Ou seja, legitima-se a censura em tempo de guerra. (ALSINA, 2009, p. 246).

É importante lembrar que a busca pela objetividade se dá através da enunciação distante do discurso, de modo que o jornalista impõe a sua informação de maneira limpa, concreta e real, firmando a sua função informativa. Já o caráter de referencialidade do Jornalismo de meio ambiente, que também é chamado por alguns de referente e dá uma noção de realidade, é construído de modo que haja a predominância de citações, seja através do discurso direto ou até mesmo do indireto.

Tal estratégia permite que o discurso alcance o efeito de veracidade na fala (já que o que está sendo dito ali de certa forma exime a responsabilidade do jornalista, é uma forma de fazer com que o enunciatário leia o que a fonte diz e não aquilo que o jornalista quis dizer). (LOOSE, 2007, p. 7).

A chamada “laterização” das fontes, segundo Bueno, é um fenômeno que acontece em função da defesa da neutralidade e da objetividade,

Vinculando-se a uma lógica racionalista que repudia o debate político em seu sentido mais amplo e que propositadamente desconsidera a relação capital x trabalho. Respaldao nesta perspectiva, o Jornalismo Ambiental não admite a contradição insuperável, sobretudo se aceito o modelo em vigor, entre desenvolvimento econômico e meio ambiente. (BUENO, 2007, p. 37).

No entanto, no Jornalismo Ambiental, assim como em outras vertentes do jornalismo tradicional, o protagonismo não deve limitar a cobertura à visão de pesquisadores ou cientistas, mas sim ultrapassar os muros da universidade, atuando de forma socialmente justa e considerando a sabedoria popular e as visões de povos da floresta, de agricultores familiares e do cidadão comum. Afinal, o jornalismo e o saber ambiental não dizem respeito apenas a complexidades tecnológicas,



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



também tem a ver com soluções simples e de dimensão local, do dia-a-dia das pessoas, se enriquecendo com o debate democrático. O vínculo com vendas de produtos e serviços “quase sempre antagônicos à ideia de proteção e de respeito à qualidade de vida” também não deve estar associado ao Jornalismo Ambiental de qualidade.

O Jornalismo Ambiental deve 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. As fontes no jornalismo ambiental devem ser todos nós e sua missão será sempre compatibilizar visões, experiências e conhecimentos que possam contribuir para a relação sadia e duradoura entre o homem (e suas realizações) e o meio ambiente. (BUENO, 2007, p. 36).

A pluralidade de fontes na cobertura das pautas ambientais auxilia no desempenho da Função Pedagógica do Jornalismo Ambiental, sistematizando conceitos, informações, conhecimentos e vivências e dando condições para que o cidadão comum participe ativamente das questões envolvendo o meio ambiente. As fontes, tão diversas quanto as próprias pautas, podem envolver “representantes dos povos da floresta, os agricultores familiares, os pescadores artesanais, os mateiros, os operários e trabalhadores em geral, os integrantes das nações indígenas, as ONGs ambientalistas” (DORNELLES, 2008, p. 123), todo e qualquer cidadão que se interesse pela pauta.

A necessidade de diversas visões para a conclusão da meta pedagógica do Jornalismo Ambiental se beneficiou do surgimento do jornalismo participativo, juntamente com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação atuais. Esse novo modelo de produção também é conhecido como jornalismo comunitário, jornalismo engajado, jornalismo popular, jornalismo público ou jornalismo cívico (DORNELLES, 2008, p. 123) e tem como base do seu processo de produção o estímulo e o esforço da cidadania e da coletividade, com o objetivo de melhorar o debate acerca do meio público e rever as condições da esfera pública, a fim de contribuir para o aperfeiçoamento do exercício da democracia.

O *marketing* verde também é um dos maiores vilões da prática de um Jornalismo Ambiental de qualidade. Nesse sentido, foram apontadas pelo autor duas práticas comuns a veículos mercadológicos, que visam a promoção de uma limpeza de imagem de empresas consideradas predadoras (como por exemplo a Monsanto, Bayer, Syngenta, Aracruz, Vale do Rio Doce, Souza



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



Cruz, etc.) com *slogans* e campanhas publicitárias destinadas à manipulação da opinião pública, e também a proposta de soluções cosméticas para as questões ambientais “como o plantio de árvores para neutralizar emissões de carbono, por exemplo, que pode ser visto como um estímulo à manutenção do atual modelo insustentável, ou o discurso da reciclagem de latinhas de alumínio, que acoberta o aumento brutal de produção, e assim por diante” (..).

5. A criação de uma “nova consciência”

Por outro lado, Souza e Fernandes (2002) destacam que a cobertura do Jornalismo Ambiental apresenta elementos positivos quando aborda o que cabe ao cidadão comum, como o desperdício de água, pautado no papel que cada cidadão pode desempenhar para promover a valorização do meio ambiente, e até mesmo sobre as experiências que estão sendo feitas ao redor do mundo acerca do tratamento e da recuperação de bens preciosos à vida, como a água.

A criação dessa nova consciência pode ser uma ferramenta útil na sociedade, na medida em que possibilita a massificação de conceitos como a responsabilidade social, mas, por outro lado, pode contribuir para um movimento de limitação da percepção da realidade, muitas vezes em benefício do setor privado. Souza e Fernandes (2002) utilizaram como exemplo uma cobertura produzida pela Rede Globo sobre a água:

Na ‘democratização’ das responsabilidades, os mais fracos (favelados, moradores de baixa renda e comunidades ribeirinhas) são apontados como responsáveis pelo desperdício, pela contaminação da água e pela sujeira dos rios. As indústrias, que, na prática, são as grandes vilãs desse processo, não aparecem nominadas e se escondem sob o coletivo: indústrias. (SOUZA E FERNANDES, ano, p. 3).

Tal massificação também tem um efeito negativo quando realizada de forma superficial e isolada, pois pode privilegiar uma certa perspectiva das questões ambientais em detrimento de outras, reduzindo a sua dimensão multidisciplinar por levar em consideração apenas o enfoque político-econômico, por exemplo, devido à postura de ignorar elementos de natureza social, cultural ou científica. Foi citado como exemplo o conceito de desenvolvimento sustentável, que poderia ter sido absorvido como sendo “uma crítica e uma proposta de superação do modelo que privilegiou a degradação da natureza e a exclusão social”, mas que segundo Souza e Fernandes (2002) não passou de frase de efeito.



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



De qualquer forma, o Jornalismo Ambiental é também, em certa medida, um jornalismo cidadão, comprometido com a defesa dos direitos dos cidadãos e com a defesa de uma qualidade de vida para todos. A busca desses ideais se dá, nessa medida, pela qualidade da informação. Souza e Fernandes (2002, p. 6) dizem que

a informação, por si só, não forma cidadãos, mas se discutida, numa perspectiva ampliada e crítica, contribui para a construção da cidadania”. O conceito de cidadania, nesse contexto, não se restringe, também, à visão clássica dos “direitos civis, políticos e sociais,” mas avança no sentido de que, antes de mais nada, cidadania “é o direito a ter direitos.”². Essa visão conceitual muda a concepção tradicional de construção da notícia: a relação com as fontes parte (pelo menos em tese) de um compromisso, e as negociações que se desenvolvem são mais dialógicas, o que nem sempre acontece nos modelos convencionais. (SOUZA E FERNANDES, 2002, p. 6).

A informação se faz importante para a construção da cidadania através de um processo educacional global. Infelizmente, a maioria das pessoas parece estar acostumada a manter uma certa ignorância com relação aos valores do meio ambiente, presos e

habitados na inverídica e fantasiosa suposição da existência de um mundo estável, comportado, esquematizado, em que conhecimentos, problemas, valores, ideias, instituições, normas, desvios, tudo isso e muito mais, ocupem lugares certinhos, gavetas previamente preparadas e sabidas, intercomunicantes e logicamente dispostas. (SOUZA E FERNANDES, 2002, p. 7).

Diante desse cenário descrito pelos autores, o Jornalismo Ambiental deveria se tornar uma ferramenta para a interpretação e entendimento desse conjunto que não é tão ordenado e lógico na prática, como parece na teoria. Como o processo educacional global não atinge a todos, cria-se, portanto, uma “consciência crítica” através do jornalismo, construindo uma visão de mundo que seja capaz de proporcionar mudanças reais na vida humana, na defesa do meio ambiente e da qualidade de vida, vistos de uma maneira sistêmica.



20 de outubro de 2015 – São Paulo – SP - enja.com.br/



Referências

ALSINA, Miguel Rodrigo. A Objetividade. In: ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente** (UFPR), n. 15, p. 33-44.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente**: teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara, 2007.

DE SOUSA, Cidoval M.; FERNANDES, Francisco A. M.. **Mídia e Meio Ambiente**: Limites e Possibilidades. Dissertação. Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté, Taubaté, 2002.

DORNELLES, Beatriz. O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental. **Revista Brazilian Journalism research** (PUC-RS). Volume 1. Pg 121 a 131, 2008.

LOOSE, Eloísa Beling. O Discurso e algumas Estratégias Discursivas do Jornalismo Ambiental da Folha de São Paulo. **Revista VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul**. Cidade Passo Fundo – RS. 2007.

MESQUITA, Mário. As tendências comunitaristas no Jornalismo Cívico. Comunicação apresentada no colóquio “Os desafios da Imprensa Regional”, **Fórum Açoriano**, Câmara Municipal de Ponta Delgada, Portugal, 2000.

SERVA, Leão. Omissão, Sonegação e Submissão da Informação. In: SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. Cidade: Editora, ano. pp. 65 a 129.