

As ciências da comunicação e do ambiente: o jornalismo contemporâneo e o conceito de meio ambiente

Katarini MIGUEL, jornalista, doutoranda em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo/SP

Resumo

O presente trabalho busca discutir e refletir sobre a conceituação de meio ambiente que os veículos de comunicação, em especial o impresso, transmitem para a sociedade através da cobertura jornalística dos assuntos relacionados à questão ambiental. A proposta é apresentar cientificamente a significação de meio ambiente e comunicação, o crescimento da temática na mídia, o tipo de abordagem, pontuando as características do jornalismo atual na construção da comunicação ambiental e os principais paradigmas que podem influenciar a visão do leitor e promover ou não o desenvolvimento sustentável. Além de uma discussão bibliográfica, o artigo traz à tona os principais resultados obtidos na pesquisa de mestrado em comunicação “Os paradigmas da imprensa na cobertura das políticas ambientais”, defendida em 2009, na Unesp/Bauru que trouxe resultados contundentes a respeito da cobertura midiática sobre os temas diretamente relacionados com a política ambiental do Brasil, a partir da Análise de Conteúdo de matérias veiculadas no jornal *O Estado de S. Paulo*, durante o ano de 2007.

Palavras-chave: Comunicação; Jornalismo; Meio ambiente; Paradigmas

1. Introdução

A temática ambiental é hoje freqüente e abundante nos veículos de comunicação, sendo protagonista de amplas reportagens e cobertura e, nesse sentido, mostra-se como um importante campo de estudos e pesquisas para compreender as relações e as significações entre sociedade, meio ambiente e cultura midiática. A proposta deste artigo é entender o contexto ambiental cientificamente, para, então, averiguar suas representações dentro da estrutura midiática, identificando as características da imprensa contemporânea na cobertura diária dos fenômenos ambientais.

A ecologia foi classificada pelo pesquisador Thomas Huxley, em 1866 como os estudos das relações entre as espécies e o meio ambiente, em seguida, o autor avaliou a interdependência dos seres humanos com os demais seres vivos sinalizando para uma conceitualização de meio ambiente. Mais adiante, Boff (2000) resumiu a ecologia como

as condições e relações que formam o habitat de cada um dos seres da natureza, em uma complexa relação e ‘inter-ação’. Mas o conceito de meio ambiente foi por muito tempo reduzido exclusivamente a questões de fauna e flora, não concebendo a necessária interdependência com fatores sociais, culturais, políticos e econômicos. Quando avaliada sistematicamente a abordagem ambiental na mídia, a tendência não é diferente.

O jornalismo contemporâneo ainda segue os critérios estabelecidos inicialmente por Groth, e que orientam a noticiabilidade, ou seja, definem o que é notícia: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão. Mas a notícia não é pura e simplesmente um relato isento dos fatos. Chaparro (2008), por exemplo, define o jornalismo como o relato e também análise da atualidade que se manifesta por formas discursivas próprias. Para despertar o interesse e “seduzir” o leitor, recorre a estratégias de linguagem, que acabam por produzir um efeito de banalização, saturação e dramatização do assunto. É justamente o que acontece nos assuntos ambientais, que possivelmente, para gerar interesse e ter fácil assimilação, são pautados priorizando coberturas antropocêntricas, catastróficas, sensacionalistas, com visões de natureza isolada, voltadas unicamente para o verde, o que não contribui para o debate que exigem os processos ambientais e para o fortalecimento do enfoque da sustentabilidade em seu sentido mais amplo.

Mas vale lembrar que é através da veiculação na imprensa que grande parcela da sociedade adquire conhecimento do meio social imediato. Neste sentido, esta reflexão mostra-se substancial para entender as escolhas e os critérios dos veículos de comunicação que, de certa forma, moldam a concepção sobre meio ambiente na sociedade. A dissertação de mestrado da qual se extrai as discussões e resultados que serão discutidos aqui quantificou todas as matérias veiculadas no jornal *O Estado de S.Paulo*, no período de fevereiro a novembro de 2007, o que resultou em um corpus de 10 meses, com 774 textos, uma média de 3 publicações sobre o tema por dia. Posteriormente, foram analisadas qualitativamente 12 publicações, a partir dos temas-eixo: Biodiversidade, Biocombustíveis, Aquecimento Global/ Mudanças Climáticas e Geração de Energia.

2. As ciências da comunicação

Os estudos sobre as características e formatação da imprensa remontam ao século XV. A primeira tese de jornalismo que se tem registro é datada de 1640 e já identificava certas peculiaridades e denominava o caráter notícia no sentido jornalístico. É o caso da tese de doutorado do alemão Tobias Peucer sobre as relações e relatos de novidades na Universidade de Leipzig. Peucer (2004) empregava a palavra “relatos” para denominar a notificação de coisas diversas acontecidas recentemente em algum lugar.

Peucer (2004) já apontava para a questão dos critérios de noticiabilidade, avaliando que para um fato tornar-se notícia é preciso fazer uma seleção e seguir alguns critérios que podem ser tanto do veículo como do “escritor”. Ele também demonstrava preocupação com a forte influência que os jornais poderiam exercer, afetando a vida pública e privada da sociedade. Para Peucer (2004) a escrita deveria estar o mais próximo do público, dispensando estilos oratórios ou poéticos, mas os jornais como fruto da curiosidade humana precisavam ser atrativos aos leitores, e para isso, os jornalistas/escritores utilizavam estratégias de vocabulário como exagero, confusão de fatos e ficções, com predomínio de notícias amenas, leves e até fúteis.

Essa cobertura hiperbólica, aparentemente datada, persiste na imprensa contemporânea, quando, em não raras vezes, apóia-se em textos dramatizantes e exagerados para conquistar audiência, como é possível avaliar na cobertura sobre o tema ambiental. O assunto aquecimento global, por exemplo, é alvo de cadernos especiais, com fotos chocantes, infográficos e abordagens catastróficas, que chegam a comparar o problema com uma guerra mundial, como mostram os exemplos extraídos do jornal *O Estado de S.Paulo* em 03/02/2007, onde só o título reverbera: *‘Guerras mundiais serão fichinha perto disso’*, no dia seguinte reitera: *“O mundo está ficando ainda mais perigoso”*.

Groth revelou as principais características da notícia e foi um dos pioneiros em reconhecer uma ciência do jornalismo, a partir da identificação das características das notícias, formulando leis fundamentais para compreender o jornalismo moderno, como retoma Bueno (1972). De acordo com o estudo de Groth, são quatro os fatores principais que definem um meio de comunicação: a periodicidade, que implica em frequência da publicação; a universalidade, referente ao amplo campo de conhecimento

que o jornalismo deve abarcar; a atualidade que diz respeito a divulgação de fatos atuais e novos que determinam a necessidade do leitor procurar o jornal, e por fim; a difusão, ou seja, a capacidade de atingir o maior número de leitores, fator condicionado aos limites geográficos, sociais, econômicos e culturais. Mas Bueno (1972) ressalta que existem limitações a estes fatores, especialmente, em publicações especializadas, que cobrem uma determinada área de conhecimento, e por tanto, já não são universais, e a difusão também está restrita a um público específico. No caso do jornal diário, objeto do presente estudo, há limitações à atualidade se comparada com a simultaneidade que veículos como TV e internet podem adquirir, mas, segundo lembra Bueno (1972), o jornal se vale da interpretação dos fatos para não perder espaço e driblar a deficiência da instantaneidade, com espaços privilegiados para determinadas coberturas.

Considerando as principais características do jornalismo, Groth elabora as leis fundamentais, compiladas por Bueno (1972). Quanto maior a universalidade da publicação, maior será a difusão e conseqüentemente mais pessoas serão atingidas. No mesmo sentido, quanto maior a atualidade pretendida maior deve ser a periodicidade para dar conta da demanda, assim, quanto mais universal e atual a publicação, maior deve ser a periodicidade, conseqüentemente a difusão será ampliada e mais pessoas serão alcançadas.

A avaliação de Groth é principiante, e segundo Bueno (1972), não consegue explicar todos os fenômenos ligados ao contexto jornalístico, é preciso recorrer a estudos mais contemporâneos para entender as características da imprensa, em especial, os jornais impressos.

Para Charadeau (2006) a comunicação é colocada como ato inerente do ser humano, que foi transferida para o âmbito privado a partir do surgimento dos meios de comunicação. O autor avalia a comunicação enquanto construtora do saber, considerando o campo de conhecimento que a circunscreve, a situação de enunciação e o dispositivo que utiliza (rádio, TV, jornal impresso, internet). As escolhas para construção da informação são caracterizadas por aquilo que se evidencia e também pelo que se retém ou despreza, amparadas por estratégias discursivas. Os acontecimentos são selecionados pelo potencial de atualidade, socialidade (capacidade de construir universos e tematizar) e imprevisibilidade, coloca Charadeau (2006).

Mas a informação é proveniente de empresa, portanto, ela não é gratuita ou filantrópica e precisa atrair seu público. Para isso, como adiantou Peucer (2004) e coloca Charraudeau (2006) a mídia recorre a estratégias de linguagem, no sentido do exagero, catástrofe, apelos, para despertar o interesse e seduzir o leitor. Não é possível generalizar nem condenar, uma vez que a informação deve gerar interesse no maior número possível de cidadãos e ser facilmente assimilável. Vale colocar que o contexto ambiental midiático é marcado pela dramatização do assunto. Em 3 de fevereiro de 2007, em outro exemplo relacionado ao tema Aquecimento Global, *O Estado de São Paulo* traz como manchete, ocupando metade da capa do jornal, com foto que mostra uma cidade arrasada por um tornado, a chamada: “*Efeitos do aquecimento da Terra são irreversíveis nos próximos 100 anos*”.

A comunicação, nesse sentido, pode fazer um julgamento do mundo pela escolha das palavras, vocábulos, qualificando pessoas e ou situações. Charraudeau exemplifica que na mídia certas palavras como estrangeiros, imigrantes, pardos carregam efeitos de sentido, e quando usadas em situações recorrentes pelos mesmos locutores, acabam por agregar determinados valores e até efeitos de verdade ao se inscrever nas normas e conhecimento do mundo. Isto porque, os meios de comunicação trabalham justamente no princípio da veracidade da informação e fazem isso a partir da autenticidade (com provas concretas, imagens ao vivo) ou verossimilhança (prova reconstituída baseada em testemunhos e investigação).

Charraudeau (2006) exemplifica as instâncias do discurso jornalístico. No âmbito da produção são consideradas duas funções: fornecer informações e despertar o desejo de consumir informação. A instância de produção deve ser considerada como organizadora do sistema de produção e da enunciação discursiva. O número incalculável de acontecimentos obriga os meios de comunicação a se organizar, a ter critérios de seleção, que acabam por caracterizar o perfil editorial e os valores-notícia do veículo. A mídia não pode pretender um discurso científico, histórico ou didático, o importante, para ele, é prezar pela acessibilidade da informação, ou seja, compreensão e clareza do discurso.

Sousa (2004, p.18) lembra que a linguagem é mediada entre o mundo e as idéias e imagens que temos dele. Ele avalia que o discurso pretensamente objetivo dos jornais procura que o sujeito enunciador se anule ao máximo face ao objeto enunciado, para

camuflar um processo objetivo que vai terminar com a recepção, “a percepção e integração cognitiva da notícia na mente do receptor, mediadas pela linguagem, num enquadramento circunstancial que abarca aspectos pessoais, sociais e ideológicos”. As notícias são entendidas enquanto meras representações e não reflexo dos fatos isentos de valores.

Chaparro (2008, p.111) define o jornalismo como relato e análise da atualidade que se realiza a partir de “um conjunto de técnicas desenvolvidas na experiência do fazer”, que se manifesta por formas discursivas próprias. É preciso considerar, neste sentido, a perspectiva do sujeito narrador – o jornalista e, com isso, a totalidade interpretativa que pressupõe o espaço e o processo cultural jornalístico. O autor acredita ainda que o discurso da notícia evoluiu impulsionado pelas novas tecnologias, desde a linotipia às tecnologias digitais.

O discurso jornalístico caracteriza-se, cada vez mais, pela aptidão de captar, compreender e socializar, pela mediação crítica, os discursos interessados dos agentes produtores de acontecimentos, falas e saberes que desorganizam, reorganizam ou explicam a atualidade. (CHAPARRO, 2008, p.112)

Como produto da atividade jornalística, a notícia pressupõe um processo de produção (*newsmaking*), como coloca Sousa (2004), que envolve a seleção, hierarquização e transformação dos acontecimentos, ou seja, possui características específicas para divulgação. As influências deste processo são inúmeras: do próprio jornalista que tem seu histórico, suas convicções; as limitações com tempo para recolher as informações necessárias até o fechamento da edição; as rotinas jornalísticas que geram, inclusive, semelhanças nos formatos e conteúdos dos jornais, com predomínio de determinados assuntos e fontes; além das influências econômicas e políticas que podem incidir sobre cada veículo. Assim, cada jornal, dentro da sua especificidade, vai atuar com critérios de noticiabilidade, que determina o que é notícia, a partir de características como atualidade, repercussão, magnitude, ineditismo, facilidade de cobertura e até a procura por fontes de informação, que revela determinada relação de poder. Mas a mídia tira partido de casos intermináveis porque permite “descrever a exaustão acontecimentos do espaço público seguindo um roteiro dramatizante que se encerra invariavelmente com as eternas questões sobre o destino humano”

(CHARAUDEAU, 2006, p.93). É justamente o que acontece na temática ambiental que suscitam dúvidas como “a que ponto chegamos?” “como é possível?” “a culpa é nossa”, revelando a comoção colocada na questão. A insistência no assunto ambiental é evidenciada na cobertura de 2007 do jornal *O Estado de S. Paulo*. Em 10 meses de análise, foi possível quantificar 774 textos sobre a temática, uma média de três matérias por dia, que envolviam diretamente a questão ambiental do Brasil.

Nota-se com facilidade que a temática ambiental está em ascensão e é preciso conhecer o tratamento destas notícias. As características do tema dificultam a cobertura e a escolha de valores-notícia que atendam ao público ávido pela informação ambiental. Vale colocar também que é um assunto interdisciplinar que envolve diversas questões, pode ser alocado em diversas seções do jornal e, com isso, assume também diferentes perspectivas. Com isso, é necessário entender o contexto ambiental cientificamente e então averiguar suas representações dentro da estrutura midiática, para identificar as principais características desta cobertura.

3. As ciências do ambiente

O conceito de meio ambiente foi por muito tempo reduzido exclusivamente aos seus aspectos naturais, não permitindo abarcar as interdependências entre as ciências sociais e culturais, por exemplo. Quando avaliada a cobertura ambiental na mídia a tendência não é diferente. É possível notar nas analisadas do jornal *O Estado de S. Paulo*, a tendência fragmentada e antropocêntrica de separar o homem do meio ambiente e ressaltar aspectos como fauna e flora ou desastres ambientais, em um enfoque descritivo, ou mesmo dicotômico – romântico e aterrorizador.

Para entender o conceito cientificamente é preciso rever Thomas Huxley que, em 1863, avaliou a interdependência dos seres humanos com os demais seres vivos. Pouco mais tarde, em 1866, Haeckel denominou a ecologia como o estudo das relações entre as espécies e o meio ambiente. O termo é composto de duas palavras gregas *oiko* – casa, *logos* – estudo. Boff (2000, p.17) resume o conceito como o estudo que se faz acerca das condições e relações que formam o habitat do conjunto e de cada um dos seres da natureza. A definição de ecologia pressupõe a de meio ambiente. “Importa, entretanto, entender que a ecologia quer enfatizar o enlace existente entre todos os seres naturais e

culturais e sublinhar a rede de interdependências vigentes de tudo com tudo, constituindo a totalidade ecológica” (BOFF, 2000, p.18).

Dutra (2005) explica que o conceito de ecologia/meio ambiente, inicialmente, estava relacionado a habitat, depois teve referência mais ampla e passou a vincular-se ao ambiente e mais tarde ao estudo da influência do meio físico sobre o desenvolvimento econômico. Mas o termo evoluiu e saiu do âmbito natural para indicar concepções de vida e posições políticas. A emergência do ambientalismo, na década de 60, foi responsável pela proliferação do tema, que passou a se relacionar com conservação/preservação e defesa da vida.

Lago e Pádua (1995, p. 8) consideram que a palavra ecologia não é mais usada para designar uma disciplina específica, mas para identificar um amplo e variado movimento social, que em certas ocasiões chega a adquirir contornos de um movimento de massas e uma clara expressividade política.

Em pouco mais de um século ela saiu do campo restrito da biologia, penetrou no espaço das ciências sociais, passou a denominar um amplo movimento social organizado em torno da questão da proteção ambiental e chegou, por fim, a ser usada para designar uma nova corrente política. (LAGO E PÁDUA, 1995, p.15)

Morin (1975, p.19) afirma que a junção homem e natureza despertou a idéia de auto-organização e complexidade. “Desde Descartes pensamos contra a natureza, certificados de que nossa missão é dominá-la, sujeitá-la, conquistá-la”. Mas ele lembra que a ciência atualmente já concebeu que a comunidade dos seres vivos num espaço ou nicho geofísico constitui uma unidade global ou um ecossistema. O sistema formado é resultado da auto-organização espontânea, e da competição e ajuste que são fundamentos complexos do meio ambiente. “A natureza já não é desordem, passividade, meio amorfo: é sim, uma totalidade complexa: é um sistema aberto, em relação de autonomia/ dependência organizadora no seio de um ecossistema”. (Morin, 1975, p.31)

E um ponto crucial para o entendimento da questão é a cultura, que determina o conceito de meio ambiente em cada época e sociedade. O meio ambiente se valida por uma construção cultural, motivada por processos de significação do meio, das formas de percepção da natureza e dos usos dos recursos. Segundo Morin (2002) a cultura representou de imediato a oposição à natureza, mas se mostrou indispensável para

produzir o homem biológico e socialmente evoluído. O homem somente se realiza plenamente como ser humano pela cultura e na cultura. Na definição do autor (2002, p.56) “a cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, idéias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração e se reproduz em cada indivíduo”.

A cultura também é elemento crucial no campo da comunicação. Cultura e mídia estão intrinsecamente ligadas. “Toda cultura, para se tornar um produto social, portanto, cultura, serve de mediadora da comunicação e é por esta mediada, sendo, portanto comunicacional por natureza”(KELLNER, 2001, p.53). Compreender as estratégias da cultura da mídia para imprimir significados e valores contribui também para o entendimento das representações ambientais. Para Kellner (2001, p. 9) há uma cultura veiculada pela mídia, que domina o tempo de lazer, modela opiniões e comportamentos sociais, “fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade”. A cultura da mídia contribuiu para a construção do senso de classe, etnia, raça e aqui se pode incluir também para a formação do conceito de meio ambiente, uma vez que o assunto passou a figurar na cultura da mídia com freqüência nos últimos 30 anos.

Kellner (2001) explica que a oferta de produtos da cultura da mídia através de rádio, TV, impresso, é cada vez maior, voltadas, inclusive para seduzir o público e fazê-lo identificar-se com certas opiniões, atitudes e sentimentos, desconsiderando que esta cultura é ajustada aos valores e práticas vigentes. Os produtos da cultura da mídia têm cunho ideológico e vinculam-se a lutas, programas e ações políticas, que se enveredam por todos os lados para cativar um público cada vez maior. Os meios de comunicação utilizam mecanismos, através da representação da cultura, para inibir ou estimular práticas sociais. Os modos como a cultura se imbrica no processo de dominação ou resistência dentro da sociedade contemporânea, reproduz, de certa forma, as lutas e os discursos sociais existentes.

Kellner (2001) avalia que a cultura da mídia apresenta alegorias sociais que expressam medos, apropriações e esperanças diante de certas situações como crise econômica, mudanças sociais, doenças epidêmicas e também os desastres ambientais, que são representados pela mídia como a fonte dos medos contemporâneos. A mídia responsabiliza forças ocultas pela desintegração social, desviando a atenção dos espectadores das fontes reais da destruição ambiental, transferindo a responsabilidade

para o indivíduo, sem considerar o contexto e as relações de força e poder. Esta abordagem é evidenciada em publicações do jornal *O Estado de S.Paulo* que enfocam a responsabilidade do indivíduo sobre o meio ambiente, como os exemplos de 11 de fevereiro - “*Rotina Ecológica protege o meio ambiente*”, e em 30 de setembro de 2007 - “*O desafio das sacolas plásticas*”, que mostra a importância do cidadão recusar as sacolas plásticas, sem questionar a postura dos agentes produtores. Transmite também uma sensação de culpa e medo coletivo, como na reportagem sobre os efeitos do aquecimento global publicada em 30 de abril “*Mundo tem dinheiro e tecnologia para frear aquecimento*”, em que o texto afirma reiterada vezes “então a culpa é do homem, inegavelmente”.

Para o Kellner (2001), a mídia mais estimula a identificação, a partir de afirmações simplistas, imagens e símbolos, do que propriamente constrói significados. E nesse sentido, ele prega uma pedagogia crítica da mídia que seja capaz de discernir as práticas lesivas dos meios de comunicação, com a possibilidade de intervir na cultura dominante.

A pedagogia crítica da mídia desenvolve conceitos e análises que capacitam os leitores a dissecar criticamente as produções da mídia e da cultura de consumo contemporâneas, ajudam-lhes a desvendar significados e efeitos sobre sua própria cultura e conferem-lhes, assim, poder sobre seu ambiente cultural. (KELLNER, 2005, p.20)

Mas a definição de meio ambiente, atualmente, tanto midiaticizada quanto cientificamente implica em compreender a problemática da questão ambiental. Para Freire (2003, p.19) a sociedade humana como está é insustentável. “Apesar dos inegáveis avanços tecnológicos pós-industriais, a humanidade inicia o século XXI lutando, não apenas por solo, mas também por água e ar, num ambiente hostil que remonta à era pré-industrializada”. A problemática ambiental reflete em uma crise maior de perda e aquisição de novos valores humanos e carência de ética. Freire (2003) avalia que a mídia é culpada por disseminar a cultura do ter, do consumismo e não contemplar a diversidade ambiental.

A cobertura da temática é verticalizada, mostrando utilitarismo e fragmentação do conhecimento. O modelo de sociedade acaba por não compreender a complexidade ambiental e reproduzir as tendências antropocêntricas.

O eixo estruturador da sociedade moderna é a economia, vista como o conjunto de poderes e instrumentos de criação de riqueza mediante a exploração da natureza e dos outros seres humanos. Para a economia do crescimento, a natureza é degradada a um simples conjunto de recursos naturais ou então a matéria prima... (BOFF, 2000, p.30)

Já Leff (2002) também busca responder o que é o meio ambiente, a partir da definição de uma epistemologia ambiental que vai além de apreender um objeto de conhecimento.

... é um trajeto para chegar a saber o que é o ambiente, esse estranho objeto do desejo de saber que emerge do campo de externalidade e de extermínio para o qual foi enviado, expulso do logocentrismo e do círculo de racionalidade das ciências. O ambiente não é ecologia, mas a complexidade do mundo; é um saber sobre as formas de apropriação do mundo e da natureza através das relações de poder que se inscreveram nas formas dominantes de conhecimento. A partir daí abre-se o caminho que seguimos para delinear, compreender, internalizar e finalmente dar seu lugar - seu nome próprio à complexidade ambiental. (LEFF, 2000, p.17)

Para o autor (2002) natureza e sociedade são duas categorias ontológicas, não são nem conceitos nem objetos de nenhuma ciência fundada e, portanto, não constituem os termos de uma articulação científica, estão presentes na ciência biológica e no materialismo histórico, pressupondo interdisciplinaridade. A articulação de determinações que explicam as relações do meio ambiente deve preceder uma integração das disciplinas ecológicas e etnológicas que dão conta de seus processos materiais.

Segundo Leff (2002), o termo ambiental aparece como um campo de problematização, que resultou em especialidades ou disciplinas ambientais, que não necessariamente constitui um novo objeto científico. Neste sentido, as pretendidas ciências ambientais são inexistentes e o conceito de meio ambiente passa a ter carga ideológica, que implica em diversos estudos multi e interdisciplinares. Daí a necessidade de fundamentar uma epistemologia capaz de atender as transformações do conhecimento provocadas pela problemática ambiental.

O paradigma ambiental, para o autor, está em formação, não se apresenta acabado, está amparado em conhecimento formal, mas também nos esquemas de organização social, na mídia e, a partir, principalmente, do discurso dos movimentos

sociais e ambientais. Leff (2002) lembra que a problemática ambiental, que surgiu nas últimas décadas do século XX como uma crise de civilização, questionando a racionalidade econômica e tecnológica dominantes, despertou o interesse da sociedade e dos meios de comunicação. É justamente a crise ambiental que problematiza os paradigmas estabelecidos do conhecimento e demanda novas metodologias capazes de orientar um processo de reconstrução do saber, que permite realizar uma análise integrada da realidade. Isto porque, a problemática ambiental, que integra processos naturais e sociais, não pode ser compreendida sem a interferência de diversas áreas do saber. A partir desta premissa, iniciou-se a busca por um método capaz de reintegrar os conhecimentos em um campo unificado. As muitas formações ideológicas que aparecem no terreno da problemática ambiental e na conceitualização do próprio meio ambiente, são processos de significação que, para Leff (2002), tendem a naturalizar as políticas de dominação e a ocultar os processos econômicos de exploração provenientes das relações sociais. Estas formações ideológicas, que cobrem o terreno ambiental, geram práticas discursivas que neutralizam a consciência dos sujeitos, especialmente nos veículos de comunicação, avalia o autor. Ao colocar, por exemplo, apenas a responsabilidade individual de cada cidadão na resolução dos problemas ambientais, o veículo de comunicação omite que a maior degradação ambiental é oriunda das relações de poder e do setor produtivo. O discurso do desenvolvimento sustentável é outro exemplo, que busca gerar um consenso, uma solidariedade internacional sobre os problemas ambientais, apagando a responsabilidade política sobre a exploração da natureza.

A interdisciplinaridade surge como uma necessidade prática de articulação dos conhecimentos. Para Leff (2002), a questão ambiental é uma problemática de caráter social, mas as ciências sociais não se preocuparam em mudar seus métodos para atender as mudanças ambientais emergentes, enquanto pesquisas específicas da ecologia minimizam os processos sociais em suas análises. Daí a dificuldade e urgência em desenvolver pesquisas de comunicação social para avaliar a representação ou não desta complexidade ambiental na cobertura midiática. Assim como é necessário compreender a epistemologia ambiental, é certo que a comunicação não é um termo menos complexo e interdisciplinar, que também exige a junção de diversas áreas do saber para empreender estudos mais conclusivos.

4. O jornalismo contemporâneo e o conceito de meio ambiente

A pesquisa com o jornal *O Estado de S.Paulo* destacou-se, primeiramente, pela quantidade de publicações, como já citado, em nove meses de análise, a média foi de publicações com a temática por dia. As matérias ambientais tiveram destaque significativo – 20% delas contaram com chamada de capa, e mais de 56% trouxeram elementos externos ao texto como fotos, ilustrações e infográficos. A quantidade de informações e o espaço conquistado em diferentes seções do jornal são fatores positivos para uma temática antes marginalizada, que hoje ganha centralidade. É certo que a questão ambiental é impulsionada em datas especiais, publicações de relatórios, divulgação de números e dados de desmatamento, e ainda não consegue transitar de modo adequado pelas diversas pautas do cotidiano. Permite-se, inclusive, afirmar aqui, que houve um *boom* da preocupação ambiental, e conseqüentemente, da quantidade de matérias na mídia, a partir da publicação do relatório do IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas) em 2007, que evidenciou as causas e conseqüências do aquecimento global.

Com este panorama, ficou evidente, a partir da análise quantitativa que *O Estado de S.Paulo* incorporou o discurso da preocupação ambiental, desenvolvimento sustentável, além de dar especial atenção ao assunto correlato dos combustíveis alternativos. Mas deixou a desejar na abordagem informativa, como foi possível notar com mais clareza nas análises qualitativas, por conta justamente do excesso de adjetivos, sensacionalismo, tratamento sensacionalista, catastrófico e antropocêntrico dado à questão que não corresponde à significação de meio ambiente que se construiu ao longo dos séculos e que se remodela atualmente, buscando a intersecção com as diversas áreas do conhecimento. O assunto, ambiental, foi pauta em diferentes editorias e cadernos, inclusive com diferentes facetas dada à questão, mas o que não significou a pluralidade de abordagens ou mesmo o aprofundamento das questões.

Foi constatado, por exemplo, que o tema ambiental traz forte apelo emocional, e que esta estratégia é amplamente utilizada para dar destaque à maioria das matérias, em especial no assunto Mudanças Climáticas/Aquecimento Global, o que pode indicar o anseio pela notícia espetáculo. As fotos e infográficos também evidenciaram este apelo, corroborando os textos com imagens chamativas, ilustrações permeando o texto, que trazem pouca informação mais atraem pelo visual e impacto. Além disso, a relação

econômica e de lucro também foi predominante, em especial, na cobertura sobre geração de energia e biocombustíveis, onde valores de investimentos e nomes de empresas foram centrais. Convém destacar ainda o discurso ecológico reproduzido pelo jornal, que se vale de uma “linguagem universal”, como coloca Dutra (2005) para denominar de forma generalizada e pretensamente conhecida termos como Desenvolvimento Sustentável, Biodiversidade, Ecossistema e Ecologia, que banalizados, acabam formando a tipologia do discurso ecológico contemporâneo. Os argumentos sobre os prejuízos ao meio ambiente também não entraram no mérito científico da questão e as explicações superficiais e fragmentadas evidenciaram uma idéia, por ora, utilitarista de natureza, com os tais “usos sustentáveis”, e ora reforçavam um caráter punitivo, cobrando ações de comando e controle.

Mas vale lembrar, reiterando Dutra (2005), que existe uma real dificuldade em abordar uma questão tão abrangente como a ambiental, por conta da indefinição do objeto, sua complexidade e interdisciplinaridade, que envolvem organizações, cientistas, comunidades locais, movimentos sociais e aspectos políticos, econômicos e sociais. A prática do jornalismo, as rotinas produtivas e outras questões que poderiam ser discutidas, não permitem especializações no âmbito da profissão. Também é fácil concluir que a abordagem catastrófica e sensacionalista compensa pelo impacto a primeira vista, gerando teoricamente mais interesse no leitor/espectador, mas não formando opiniões e conceitos claros e necessários para se compreender a dinâmica da política ambiental. Não se discute o que leva a este tipo de cobertura, se é uma escolha voluntária, fruto do processo de produção da notícia, que implica em falta de tempo, de espaço, conhecimento, ou mesmo decorrência do perfil editorial do jornal, mas se avalia que a melhora deste quadro poderia acontecer com jornalistas especializados na área, que compreendam e valorizem o conceito de meio ambiente cientificamente e os meandros da política ambiental, para, então, traduzir ao âmbito midiático na tentativa de fortalecer a proposta de sustentabilidade e desenvolvimento justo.

Prega-se, neste sentido, um jornalismo que explique os assuntos para seu leitor, compreenda o meio ambiente de forma integrada e revolucionária e estimule uma verdadeira militância na cobertura das políticas ambientais que implique em “dominar os conceitos básicos, estar comprometido com uma perspectiva crítica, contextualizar as questões ambientais, politizar o debate”, como acredita Bueno (2007, p.21).

5. Referências

- BOFF, L. **Ecologia, mundialização e espiritualidade**. São Paulo: Editora Ática, 2000.
- BUENO, W.C. **O Jornalismo como Disciplina Científica: a Contribuição de Otto Groth**. São Paulo: ECA/ USP, 1972.
- BUENO, W. C. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: teoria e pesquisa**. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.
- CHAPARRO, M.C. **Sotaques d'aquém de d'além mar. Travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos**. São Paulo: Summus, 2008.
- CHARAUDEAU, P. **O Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FREIRE, G. **Educação Ambiental – princípios e práticas**. São Paulo: Gaia, 2003.
- KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru SP: Edusc, 2001.
- LAGO, A. PÁDUA, J.A. **O que é ecologia**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- LEFF, E. **Epistemologia Ambiental**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MIGUEL, K. **Os paradigmas da imprensa na cobertura das políticas ambientais**, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Bauru, SP: Universidade Estadual Paulista, 2009.
- MORIN, E. **O Enigma do homem – Para uma nova antropologia**. Tradução de Fernando de Castro Ferro. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.
- MORIN, E. **Os sete saberes necessários à Educação do Futuro**. Tradução de Catrina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. 6.ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: Unesco, 2002
- PEUCER, T. **Os Relatos jornalísticos**. Tradução de Paulo da Rocha Dias. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, SC: Posjor – UFSC/ Insular. Vol.1, n. 2, 2004.
- SOUSA, J.P. **Introdução a análise do discurso jornalístico**. Florianópolis, SC: Letras Contemporâneas, 2004.