



## XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

### **A intersecção dos campos jornalístico e científico no discurso sobre meio ambiente da Folha de S. Paulo**<sup>1</sup>

Eloísa Beling Loose<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Maria

#### **Resumo**

O discurso jornalístico científico sobre meio ambiente situa-se na sobreposição dos campos da ciência e do jornalismo, bastante divergentes em relação a alguns pontos, mas regidos pela mesma disputa de poder de qualquer outro campo. Dessa forma, ele reúne características próprias do fazer científico e de uma práxis particular do jornalismo. Nesse artigo verificaremos algumas implicações resultantes da intersecção de campos do conhecimento existente na essência da construção do discurso daquilo que chamamos de jornalismo ambiental, usando como exemplos matérias publicadas em fevereiro de 2006 na editoria ‘Ciência’ da Folha de S. Paulo.

#### **Palavras-chave**

Jornalismo Ambiental; Jornalismo Científico; Discurso; Campos Sociais;

#### **Corpo do trabalho**

O discurso jornalístico científico sobre meio ambiente (ou o discurso do jornalismo ambiental) encontra-se na sobreposição dos campos da ciência e do jornalismo. De acordo com Bourdieu, os campos são espaços sócio-culturais dotados de relativa autonomia, porém regidos por normatizações próprias. O campo é conceituado como sendo a área de relações entre grupos com distintos posicionamentos sociais, espaço de disputa e jogo de poder. Engloba todos os mecanismos de funcionamento e as formas de regulamento de cada área. A categoria “campo” incorpora as diversas esferas da recepção, da produção e dos discursos, tanto no que se remete à significação quanto à sua interação com o social e o cultural.

Dessa forma, o discurso científico-ambiental caracteriza um grupo específico, legitimado por ele porque representa o ser discursivo do grupo (ou seja, o grupo, enquanto tal, no âmbito da linguagem) e também estipula uma linha de limite entre os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

<sup>2</sup> Acadêmica de jornalismo do 7º semestre da UFSM. Integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) Comunicação Social, tutorado pela profª Márcia Amaral. Pesquisadora com interesse em jornalismo ambiental orientada pelo profº Adair Caetano Peruzzolo. E-mail: elo\_ufsm@yahoo.com.br.



grupos sob a maneira de pertencimento, pois o indivíduo somente poderá ser um integrante do grupo a partir do momento em que entender e se fizer entender dentro do grupo. Ao pensarmos sobre as especificidades de cada um desses campos, veremos que uma série de contrastes aparecem.

O campo jornalístico, em primeira análise, é tido por Pierre Bourdieu (1997) como um dos campos que mais sofre influências externas (pressão econômica e dos índices de audiência), ao mesmo tempo em que exerce pressão sobre outros campos. A pressão interna também é configurada pelo mesmo autor por meio da necessidade de reconhecimento dos jornalistas por seus pares, da submissão ao tempo de realização de tarefas e da busca incessante pelo furo de reportagem.

As contradições que convivem juntas no campo jornalístico são muitas, a começar pelos jornalistas que, ainda segundo Bourdieu (1997), vivem um estado de "dupla consciência", onde compartilham uma visão prática, em que os profissionais tiram o máximo de proveito das possibilidades que a mídia oferece, e uma visão teórica, moralizante e carregada de indulgência por eles mesmos simultaneamente.

Para esclarecer a complexidade do campo jornalístico, serão expostos alguns fatores que se vinculam ao processo de fabricação da notícia, o texto básico do jornalismo. Vale lembrar que os meios jornalísticos são essenciais para a troca de informações e de estimulação da cidadania, e que, nesse contexto, o jornalista assume (ou deveria assumir) um papel socialmente responsável. Iniciemos, então, a compreender as expectativas colocadas no profissional que faz jornalismo.

Em primeiro lugar, é necessário conhecer os diversos paradoxos que compõem a vida dos jornalistas. Embora esses profissionais não tenham conseguido delimitar seu espaço de trabalho, eles definiram muito bem sua identidade, e consolidaram uma cultura profissional. Traquina (2005, p.35) cita Ruellan para destacar esse ponto:

“(...) existe um reconhecimento coletivo das responsabilidades específicas que os jornalistas têm no ‘espaço público’, responsabilidades julgadas essenciais ao funcionamento de todo um sistema democrático, responsabilidades que constituem elementos importantes de toda uma cultura profissional, responsabilidades que estão associadas a toda uma mitologia que foi constituída ao longo dos últimos séculos”.

Além disso, exige-se um perfil adequado para àqueles que possuem a capacidade de dominar o tempo, baseado em três saberes: o de reconhecimento, o de procedimento e o de narração. O primeiro avalia a capacidade de reconhecer quais acontecimentos possuem valor como notícia (discriminar os critérios da noticiabilidade através do ‘faro jornalístico’); o segundo, a quantidade dos conhecimentos precisos para averiguar dados



e demais informações para posterior construção da notícia; e o terceiro, a desenvoltura de compilar as informações na linguagem própria do campo em tempo útil e de forma interessante.

A maneira de agir também é instituída no campo. Traquina (2005, p. 44) coloca essa maneira, deixando claro que a prioridade da atividade não é a reflexão, mas sim a ação:

“Os jornalistas são pragmáticos; o jornalismo é uma atividade prática, continuamente confrontada com ‘horas de fechamento’ e o imperativo de responder à importância atribuída ao valor do imediatismo. Não há tempo para pensar, porque é preciso agir”.

De igual forma, o manejo de falar conforma as regras do ‘jornalês’ se fazem imprescindíveis. Os jornalistas devem conseguir se comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais de uma sociedade. A consciência de precisar fazer-se entender por públicos heterogêneos está imbricada no modo de falar dos jornalistas, que o fazem com frases e parágrafos curtos, palavras simples, ordem direta, concisão e metáforas para facilitar a compreensão do que é dito. O formato específico da imprensa, o de pirâmide invertida e o enfoque no lead são outros fatos intrínsecos da cultura jornalística.

A maneira de ver revela a bipolaridade e o gosto pelo drama, pelo espetáculo, pelo conflito e pela polêmica. Jornalistas tendem a estruturar os elementos em torno dos indivíduos e sempre orientam os fatos para o presente. O mais importante, entretanto, está na concepção do relato da realidade.

“(…) o jornalismo não pode construir outra imagem a respeito de si mesmo que não aquela de ser uma instituição capaz de um relato fiel dos fatos e pensamentos. É por meio do jornalismo que o leitor espera ler o mundo.” (Machado, 2001, p.285)

O campo do qual falamos é cercado de mitos, sendo a ideologia jornalística um reflexo mitológico. Ungaro (1992) é usado por Traquina para explicar tal situação:

“A mitologia jornalística coloca os membros da comunidade profissional no papel de servidores do público que procuram saber o que aconteceu, no papel de ‘cães de guarda’ que protegem os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de ‘Quarto Poder’ que vigia os outros poderes, atuando do lado de quem doer, no papel de herói do sistema democrático”.

Consolidados como agentes sociais que tem como missão informar o público, os jornalistas se legitimam como verdadeiros ‘guardiões da democracia’. Também os sacrifícios pessoais estabelecem uma característica própria desse campo. “Para esta comunidade de crentes, um objeto de culto é a própria profissão que exige dedicação total porque o jornalismo não é uma simples ocupação, um passatempo; é mais que um trabalho porque é uma vida”, ressalta Traquina (2005, p.53).



Essa credibilidade firmada pela sociedade em torno dos jornalistas pode ser justificada pela contínua corrida pela objetividade. No imaginário das pessoas os jornalistas são relatores da verdade tal e qual ela aconteceu, separada de qualquer suspeita de opinião. A ausência de comentários explícitos e o cuidado com o uso de adjetivos sempre ajudaram compor a imagem de um profissional isento, “espelho da realidade”. Mesmo hoje, quando somos conscientes que a subjetividade é inerente ao discurso, ainda costumamos acreditar em tudo que é veiculado na mídia. Essas normas intimamente ligadas à imagem de imparcialidade e objetividade são apenas as estratégias discursivas tomadas pelo campo com a finalidade de obter a confiança do público e manter sua imagem de ‘servidor da verdade’. Não podemos dizer também que são manipuladores, apenas não podem ser considerados um reflexo do fato: ao relatar, o repórter dá um enfoque, relaciona o acontecimento com outras informações e codifica um discurso repleto de marcas pessoais, ainda que tenha a pretensão de ser isento.

No Manual de Redação da Folha de S. Paulo (2006, p.46) os jornalistas são assim orientados:

“Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto ou editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções. Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse. Consultar outros jornalistas e pesquisar fatos análogos ocorridos no passado são procedimentos que ampliam a objetividade possível”.

O ‘furo de reportagem’ é o gozo particular pelo qual todos os profissionais suspiram. Ele é uma conquista que está associada ao brilho profissional e a vaidade do jornalista.

Há diversos mitos que corroboram para a construção do campo, tais como o mito da ‘grande estória’, o mito da ‘aventura, o mito do jornalista como ‘detetive’ e como ‘caçador’.

O jornalismo, dessa forma, é alicerçado sobre mitos e também condicionado sobre o fator tempo. As notícias são vistas como bens altamente perecíveis, tornando a corrida contra o relógio uma das marcas do jornalismo. O imediatismo está ligado a esse processo como maneira de combater a deterioração do valor da informação, e é tão venerado entre os ‘membros da tribo’(nomeação de Traquina), que a relação com o tempo torna-se uma obsessão. Os profissionais alimentam a busca pela urgência e lutam



diariamente pela conquista do controle do tempo. O saber jornalístico é um saber imediatista.

O fazer jornalismo prescinde de valores-notícias estipulados e inseridos na realização da atividade. Existem critérios de ‘qualidade’ que o fato deve ter para ser percebido como um acontecimento a ser noticiado. A informação só será apurada e transposta ao público em formato de notícia se está tiver importância e despertar o interesse daqueles que farão uso dela. Mauro Wolf (1987) cita quatro variáveis para determinar a importância do fato: 1) grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos (quanto mais o fato trata de elites, mais será noticiável); 2) impacto sobre a nação e o interesse nacional (está relacionado com o contexto sócio-cultural do público); 3) quantidade de pessoas que o acontecimento engloba (mais pessoas, maior impacto); e 4) relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma dada situação (destinado a manter o interesse do público no desenrolar do fato).

Nesse sentido, é visível que as notícias ambientais publicadas na Folha de S. Paulo buscam transmitir a idéia de meio ambiente como um bem coletivo, que gera interesse nacional e chama atenção do interesse público, afinal quem não fica curioso em saber quais as mudanças no clima, na fauna e flora, que estão alterando diretamente o mundo a gente vive? A universalidade dos temas ambientais somado a sua importância e permanente desdobramento fazem com que o meio ambiente enquadre diversos valores-notícias na sua transformação de fato para notícia. Notamos que no corpus analisado os títulos das matérias englobam uma relação com o futuro dos leitores, como são exemplos os das matérias publicadas nos dias 16 e 17 de fevereiro de 2006, respectivamente:

“Aquecimento pode dividir a Mata Atlântica”.

“Degelo na Groenlândia dobrou em 5 anos”

Quem é o leitor que, mediante tantas modificações climáticas, já não se interessa por um enunciado desse tipo? São títulos que despertam curiosidade, mas, ainda mais, preocupação. Poderíamos encaixar o corpus nas variáveis 2, 3 e 4 sugeridas por Wolf, afinal problemas ambientais e inovações para seus problemas interessam a todos (ou deveriam), e possui um grau de significatividade incomparável, bem que está diretamente ligado à sobrevivência do homem no planeta. A temática ambiental possui, intrinsecamente, um potencial de manter implicações sócio-culturais de grande magnitude, na medida em que pode aguçar a sensibilidade dos leitores por meio de cenários de atualidade e de apelos ligados a sobrevivência humana. Talvez o que os



veículos ainda não perceberam não seja a amplitude do impacto ou da grandeza dos fatos ambientais e sim, a maneira de contar de forma objetiva e simples tudo aquilo que nos cerca.

Mesmo que no Manual de Redação da Folha de S. Paulo sejam colocados como valores-notícias: 1) o ineditismo, 2) a improbabilidade, 3) o interesse, 4) o apelo, 5) a empatia e 6) a proximidade, quando falamos de meio ambiente a compreensão holística do contexto onde vivemos deve ser o critério elementar da informação. Em uma editoria especializada o ineditismo e a improbabilidade não devem figurar os primeiros critérios para divulgação, vistos que estes se tornarão (na área ambiental) somente catástrofes ou fenômenos anômalos.

Não podemos esquecer que o campo jornalístico também está suscetível às pressões econômicas oriundas da necessidade de manter a empresa responsável pela veiculação do produto do jornalismo. Nesse sentido as questões políticas se perpassam e fomentam no embate que põe em cheque o que é interesse público e o que é do interesse do público ao qual a empresa jornalística se dirige. Para aumentar a tiragem (e conseqüente rentabilidade) do jornal tende-se a priorizar notícias que se encaixem nos valores-notícias já citados anteriormente, como o do inusitado. Segundo Ferreira (1999), “a legitimação pelo mercado desloca o campo jornalístico do sucesso democrático (informar o cidadão...) ao sucesso comercial (o jornal mais vendido, de maior tiragem, aquele que proporciona um maior número de negócios...)”, o que expõe de maneira clara que os jornais são induzidos a publicar notícias com as quais seu público possa ser seduzido e almeje consumir. Como é provável que grandes investidores em publicidade não sejam ecologicamente corretos, é possível imaginar porque as pautas de meio ambiente se restringem às divulgações de pesquisas, que tendo fontes diretamente ligadas à pesquisa, não precisa temer perdas financeiras, nem relativas à sua imagem pública. No entanto, é preciso frisar que o jornalismo deve mostrar os dois lados da questão, para que não perca sua essência e omita do público a verdade de fato.

Nesse contexto, a concorrência institui a busca pelo distinto. O mito do ‘furo’ está ligado a essa idéia, já que a distinção é uma referência para o público e, sobretudo, para os colegas de profissão. O âmbito de trabalho competitivo e imediatista gera uma constante superação perante os profissionais da classe.

Dessa maneira, o campo jornalismo mostra-se tensionado pelas mitologias, rotinas de trabalho e pressões externas que circundam a profissão e, principalmente, o profissional. No caso da editoria ‘Ciência’ da Folha de S. Paulo, como são publicadas



matérias que acabam por legitimar o esforço, o sucesso e o progresso das instituições de pesquisa, fica em xeque a responsabilidade do veículo perante o interesse público no que diz respeito ao meio ambiente.

O discurso jornalístico pretende ser a transcrição dos eventos sociais para o público em geral. O jornalista torna-se o mediador entre o acontecimento e o público, portanto, é através da ótica do repórter, de seu repertório vivido, de seus conhecimentos prévios, que os leitores saberão do acontecido. Será ele que escolherá os fatos mais importantes do evento, o enquadramento, a maneira mais ou menos sutil de relatar o que presenciou. Então, segundo Pippi (2003), o repórter, enquanto enunciador de um discurso, tem compromisso duplo na narrativa: apurar os fatos com responsabilidade (ética) e transmitir apenas a realidade e a verdade sobre o que direciona ao enunciatário.

Partindo para as particularidades da ciência, o campo científico, por sua vez, caracteriza-se pela possibilidade de dar uma certa independência à formação da opinião pública e à política e a formação do juízo a partir de uma escolha livre. No entanto sua afirmação é contraditória, à medida que se empenha para não ser manipulada e, ao mesmo tempo, tem conferido um alto grau de estima perante os públicos, que faz sua linguagem ter recursos próprios para atingir a consciência pública e superar a incompreensibilidade da ciência.

Para Gadamer (2002, p.227), “a essência da ciência moderna é enriquecer constantemente a provisão de conhecimentos para o uso discricionário”, isto é, produzir sem ter controle de dominação dos fins a que se aplicam seus conhecimentos. A ciência não possui autodelimitações:

“(…) a razão teórica e os recursos da ciência não conseguem impor limites à universalidade do poder de transformação que suscitam. Não há dúvidas de que nesse âmbito vigoram proposições enunciativas ‘puras’; mas isso significa que são dotadas de um saber capaz de servir a qualquer fim possível”. (Gadamer, 2002, p. 228).

As ciências em geral apresentam um estranhamento profundo que está enraizado à consciência natural. O conceito de método logo fez com que tal estranhamento alcançasse um pensamento reflexivo sobre sua atividade. Porém, a consciência natural, como consumidora de invenções e informações geradas pela ciência, persegue-a sempre. Wittgenstein (*apud* GADAMER, 2002) refere-se ao processo por ‘jogos de linguagem’ que permanecem referidos à metalinguagem representada pela língua materna. As articulações entre ciência e mundo social só são possíveis através dos modernos meio de informação e com uma demora pertinente (e, às vezes, impertinente) através das escolas e da educação.



O pesquisador, entretanto, sabe quão particular é o seu espaço de conhecimento de sua ciência no todo da realidade humana. Dessa forma, tanto à opinião pública quanto o pesquisador que recorre a ela precisam ter reflexão hermenêutica sobre as pressuposições e limites de seus estudos científicos. E a hermenêutica não é fácil de ser compreendida.

“E isso porque vivemos numa era em que a ciência exerce um domínio cada vez maior sobre a natureza e rege a administração da vida humana, e esse orgulho de nossa civilização, que corrige incansavelmente as faltas de êxito e produz constantemente novas tarefas de investigação científica, onde se fundamentam novamente o progresso, o planejamento e a remoção de danos, desenvolve o poder de uma verdadeira cegueira” (Gadamer, 2002, p. 292).

A ciência é poderosa. O conhecimento científico possui inúmeras possibilidades de rentabilidade e é uma eficiente ferramenta política para praticar tanto negócios socialmente responsáveis como atividades inteiramente interessadas no próprio acréscimo da conta bancária. Os centros de poder necessitam da ciência para imergir no progresso, na transformação tecnológica e na geração de riquezas, porém, por outro lado, a sua falta, seu mau uso ou mesmo seu descontrole podem acarretar prejuízos incalculáveis. E verifiquemos que a crença de que a ciência seja um fator de progresso social está relacionada com a institucionalização desse campo na sociedade, aí relacionada com a publicização midiática.

Nilson Lage (2003) fala que no mundo contemporâneo em que vivemos aguçaram-se as contradições entre a ciência e o poder que a sustenta e sublinha o papel do jornalista:

“Porque se, tradicionalmente, o poder precisa da ciência, utiliza-se dela e, tanto quanto possível, a dirige, é também o poder que mais teme as contradições que a ciência cria. Por isso, cuida de contê-la geograficamente para que permita áreas de alto lucro (na indústria farmacêutica, por exemplo) e de concentração de força militar (aviões de combate, frotas navais, mísseis e armas atômicas); e socialmente, para que não se generalize. Objetivamente, o poder quer a ciência, mas nem tanto e nem para tantos. Esse é o cenário em que o jornalista científico deve fixar sua atenção para compreender, de sua perceptiva particular, os discursos do nosso tempo.” (Lage, 2003, p. 15)

Esse campo, como podemos notar, já há tempo foi consagrado pela sociedade como uma instituição única portadora do saber universal. Sua rigidez e detalhamento produzem um discurso altamente objetivo e repleto de peculiaridades próprias de especialistas de uma determinada área, que, não raras vezes, nem outros estudiosos conseguem decodificá-lo. Mesmo assim, as perspectivas desse campo não se alteram e a conotação ainda é vista com horror e receio por muitos cientistas. Pippi (2003, p.24)



explica porque a linguagem científica precisa garantir incondicionalmente imparcialidade e objetividade:

“O sistema científico se constitui de um conjunto de teorias que, por sua vez, se compõem de leis; estas constituem asserções que pretendem representar lingüisticamente a realidade dos fatos, relacionando, da forma mais direta possível, o referente e a linguagem.”

Dessa maneira, no discurso científico procura-se anular o máximo possível o sujeito enunciativo face ao objeto enunciado, seguindo rigorosamente as regras que norteiam o campo do qual ele faz parte, optando pelo reconhecimento dos pares em detrimento do estabelecimento de uma relação de comunicação com pessoas que estão fora do seu círculo de trabalho. Isso acontece porque, mais que divulgar seus saberes, os pesquisadores buscam a notoriedade existente no meio científico. Maingueneau (1997, p. 57) reforça tal afirmação através da teoria apresentada por Bourdieu:

“(…) o campo científico é o lugar de uma concorrência violenta onde o que está em jogo é o ‘monopólio da autoridade científica, indissociavelmente definida como capacidade técnica e como poder social da competência científica, sendo esta última entendida como capacidade de falar e agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade) em matéria de ciência e que é socialmente atribuída a um agente determinado”.

Outra idéia que podemos ter desse campo é que ciência é essencialmente discurso, um conjunto de proposições articuladas sistematicamente, que tem a pretensão da verdade justamente por se utilizar um vocabulário de uso restrito e por seu enunciativo não se fazer presente. Assim, o discurso científico representa um grupo que tem formas metodológicas próprias de se legitimar entre os pares perante a sociedade.

E como poderíamos unir tais campos aparentemente tão distantes? Se pensarmos melhor, não estão tão afastados assim: ambos promovem conhecimentos, ambos buscam credibilidade, ambos querem reconhecimento. A diferença? Peter Nelson (1994, p.41) nos lembra: “Os cientistas procuram a verdade, enquanto os jornalistas procuram a verdade e, também, a notícia”.

A divulgação do conhecimento científico-ambiental na mídia é fundamental, pois faz com que o cidadão comum, tome contato cada vez mais freqüente com o mundo da ciência, sem se dar conta do papel estratégico que ela ocupa nas sociedades modernas. Milhares de pessoas formam opiniões a partir daquilo que é legitimado no campo midiático, por isso, é crucial que os jornalistas saibam transformar os fatos científicos em algo pleno de sentido, algo que favoreça a reflexão crítica e não exerça um papel meramente contemplativo.

O jornalismo, como já vimos, tende sempre a buscar o inusitado, porém, além disso, sua função social de colaborar para a mobilização da sociedade é fundamental, já que o espaço midiático legitima e pode intervir na construção dos acontecimentos futuros. Nilson Lage (2003, p. 6) reforça essa idéia e exemplifica:

“A temática do jornalismo científico pode não ser a notícia, no sentido da revelação de algo novo, mas o tratamento de assuntos que se enquadram melhor no conceito de serviço público ou jornalismo público 10. Isso ocorre na área de saúde, quando se promovem campanhas em benefício dos indivíduos (por exemplo, para adoção do “teste do pezinho”, dos exames de PAS para o câncer de próstata ou da apalpação das próprias mamas, para localizar possíveis tumores incipientes, de informação às mulheres sobre o HPV), mas também em situações que exigem primariamente adesão coletiva, seja para economizar água, para doação de órgãos, para a paz, para a guerra ou para difundir a gentileza entre motoristas e pedestres.”

Um adendo importante que deve ser ressaltado nesse contexto é que, mesmo sendo a atividade jornalística especializada em meio ambiente uma prática pouco imparcial (há alguém que seja contra a vida?) o profissional encarregado de cobrir uma editoria tão conflituosa e complexa pode executar seu trabalho de forma exemplar, ainda que não seja apaixonado pela temática. E o apaixonar-se, nesse trabalho, não tem o sentido do jornalista tornar-se um ambientalista e começar a fazer panfletos ideológicos ou marketing em função da causa. Quero explicitar que aqueles que acreditam nesse tema devem fazê-lo com mais entusiasmo e esperança, de modo que, certamente, o meio ambiente será retratado com menos alarmismo e sensacionalismo, proporcionando aí a educação ambiental. O conhecimento profundo de um assunto facilita a seleção de fontes e o questionamento sobre suas imbricações, aumentando as chances da matéria oferecer informações relevantes.

Muito além da denúncia, o jornalista pode sim ser um educador e auxiliar na formação da opinião pública em prol da sobrevivência planetária. A difusão de uma postura ética para o restabelecimento do equilíbrio da vida já coloca o jornalista ambiental como agente da propagação da proteção de onde vivemos, oferecendo visibilidade e argumentos para o branças do poder público. Para isso, a adequação pertinente ao público-alvo é fundamental para que haja entendimento real da informação.

Além de colaborar para o acréscimo de conhecimentos e a estruturação de uma postura mais ética diante do meio ambiente, os veículos de comunicação podem iniciar o público de amanhã a interessar-se por meio ambiente.

Freinet (*apud* CALDAS, 2005) diz que a imprensa é um dos recursos mais ricos e produtivos no processo da construção da narrativa, tido como o momento em que as



crianças podem explicar as experiências vividas, podendo as narrativas midiáticas contribuir muito para a aprendizagem da informação científica de forma lúdica e cooperativa. Graça Caldas ainda afirma que é a partir da inclusão da introdução das crianças no campo científico que será possível termos futuros adultos que entendam os conteúdos científicos de forma crítica e autônoma reconstruindo, reescrevendo o conhecimento. E acrescenta que somente assim, a alfabetização científica desejada por jornalistas, cientistas e cidadãos em geral permitirá que a ciência, a educação e a comunicação resultem em exclusão zero.

A natureza jornalística concentra uma função pedagógica desde seus primórdios: a de intervir para a transformação da realidade (dispondo para isso conhecê-la e ver como o conhecimento se relaciona com ela). Quando nos referimos à temática ambiental não é diferente: a confrontação dos discursos a respeito da questão ambiental abre caminho para que a sociedade se mobilize a favor de seus direitos, deixando de lado o ser passivo para, de modo coerente, tomar posicionamento frente àquilo que lhe diz respeito.

Conforme o exposto, percebe-se que, embora haja padronizações e rotinas produtivas próprias de cada área do conhecimento, o discurso do jornalismo ambiental, união de duas esferas (científica e jornalística), possui o papel de tramitar entre tais campos em busca da construção de uma notícia interessante, mas, acima de tudo, compreensível para o leitor.

Entende-se que a superficialidade das matérias pode ser resultado da imensa dificuldade da execução do jornalismo investigativo na área ambiental, obrigatória para tratar de temas tão complexos e que demandam conhecimento científico prévio. Atenta-se, novamente, para o fato de que os veículos de comunicação são empresas comerciais e, trabalham o seu espaço físico em função de anúncios, deixando o seu conteúdo, muitas vezes, em segundo plano em relação à publicidade. A ausência da interdisciplinaridade do meio ambiente com os problemas enfrentados diariamente pela população (como saneamento básico, consumo, doenças, etc) criam a falsa idéia de dissociação entre o meio ambiente e utilidade pública. Então, acabamos por perceber que as matérias ambientais são superficiais, se isentam das explicações da origem do problema e não procuram apontar soluções (senão as de interesse econômico).

Essa ‘deficiência’ da mídia na apuração ambiental se deve a muitos fatores como, por exemplo, o pequeno tempo de apuração que é dado para os repórteres, que, não tendo bagagem especializada para interagir com os termos científicos que colhem,



dificulta o entendimento para o receptor quando for ler a sua matéria. Os próprios jornalistas tendem a evitar a cobertura do meio ambiente por saber que a apuração nesse campo é custosa e implica em muitos constrangimentos, afinal o campo científico é essencial para o desenvolvimento de estratégias mercadológicas.

O despreparo dos profissionais que cobrem a área os torna reféns do discurso científico, tornando-os meros promotores de uma causa. Além disso, as pressões sofridas dentro do campo jornalístico tendem a distorcer o acontecimento conforme o ‘bem’ da empresa. Mesmo um jornal respeitado e composto por ótimos profissionais na área jornalística, como é o caso da Folha de S. Paulo, encontra dificuldades para noticiar as peculiaridades do meio ambiente segundo seus princípios editoriais. A Folha de S. Paulo pretende ser um jornalismo crítico e moderno, ou seja:

“Jornalismo Crítico: o jornal não existe para adoçar a realidade, mas para mostrá-la de um ponto de vista crítico. Mesmo sem opinar, é sempre possível noticiar de forma crítica. Compare fatos, estabeleça analogias, identifique atitudes contraditórias e veicule diferentes versões sobre o acontecimento. A **Folha** pretende exercer um jornalismo crítico em relação a todos os partidos políticos, governos, grupos, tendências ideológicas e acontecimentos.

Jornalismo Moderno – Entende-se por moderna a introdução na discussão pública de temas que tinham ingressado nela, de novos enfoques, novas preocupações, novas tendências.” (Manual de Redação da Folha de S. Paulo, 2006, p.44)

Contudo, nas matérias publicadas sobre assuntos relativos ao meio ambiente, o jornal não veiculou diversas versões do fato e, ao invés de exercer um jornalismo crítico e introdutor de temas que precisam de discussão pública, optou por monopolizar as opiniões das vozes oficiais, que ao publicizar sua pesquisa estavam promovendo a sua imagem e não o debate na sociedade. Esse jornalismo ‘episódico’, baseado nas conclusões de uma pesquisa, consiste em um relato isolado, que tem finalidades claramente delimitadas.

Nesse sentido, reforça-se, mais uma vez, a importância da mídia em questionar as práticas alusivas ao meio ambiente. O que é apresentado na esfera midiática pode desfacelar os propósitos de grandes instituições mais preocupadas com o saldo financeiro do que com o futuro de seus filhos, e, ao mesmo tempo, criar um âmbito favorável para as mesmas em função do ‘progresso’. Através do discurso que seleciona, edita, relata, dando um enquadramento midiático dado ao tema, as notícias ambientais acabam por refletir a força da dominação simbólica tida pelos detentores de poder econômico e político.



## Referências bibliográficas

BECK, Ulrich, GIDDENS, Anthony & LASH, Scott. Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

BOAS, Sérgio Vilas (org.). Formação e Informação Científica – Jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2005.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão - Seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1997.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico: Conceitos e Funções. São Paulo: Ciência e Cultura, 1985.

BURKETT, Warren. Jornalismo Científico: Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

CALDAS, Graça. Mídia, Educação Científica e Cidadania. A experiência das revistas Eureca e ABC das Águas. IX Reunião da Red POP. Rio de Janeiro, 2005.

CIÊNCIA E AMBIENTE. Santa Maria: UFSM, v. 23, julho/dezembro, 2001.

ERBOLATO, Mário. Técnicas de Decodificação em Jornalismo – Redação, Captação e Edição no Jornalismo Diário. São Paulo: Ática, 1991.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalística. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 1999, Rio de Janeiro. Anais do XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (CD-ROM). Rio de Janeiro : CD-ROM, 1999.

GADAMER, Hans-Georg. Verdade e Método II: Complementos e Índice. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GIDDENS, Anthony. As conseqüências da modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HANNIGAN, John. Sociologia Ambiental – A formação de uma perspectiva social. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

LAGE, Nilson. O jornalismo científico em tempos de confronto. IN: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 2003, Minas Gerais. Anais do XXVI INTERCOM (CD ROOM). Belo Horizonte – MG: CD ROOM, 2003.



MACHADO, Márcia Benetti & JACKS, Nilda. O Discurso Jornalístico. In: 10º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. Anais. Brasília: COMPOS, 2001.

MAGALHÃES, Izabel. As múltiplas faces da linguagem. Brasília, DF: Editora UnB, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas Tendências em Análise da Comunicação. Campinas-SP: Pontes, 1997.

Manual de Redação da Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2006.

MASSARANI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, Ildeu de Castro. Terra Incógnita: a interface entre ciência e público. Rio de Janeiro: Vieira & Lent: UFRJ, Casa da Ciência: FIOCRUZ, 2005.

NELSON, Peter. Dez dicas práticas para reportagens sobre meio ambiente. EUA: The Center for Foreign Journalists, 1994.

OLIVEIRA, Fabíola. Jornalismo Científico. São Paulo: Contexto, 2002.

PIPPI, Joseline. Interdiscursividade Jornalística e Singularidade Científica na Popularização da Ciência. UFSM, 2003.

SANTOS, Luciane Lucas dos. O discurso da sustentabilidade: fundamentos para uma análise do consumo sustentável na mídia. In: Cadernos de Pesquisa – ESPM / Escola Superior de Propaganda e Marketing. Ano II, N. 1 (janeiro / abril 2006). – São Paulo: ESPM, 2006.

SILVEIRA, Ada Cristina M. (org.). Divulgação Científica e Tecnologias de Informação e Comunicação. Santa Maria-RS: UFSM, 2003.

SOUSA, Cidoval Moraes de *et all*. Jornalismo Científico e Educação para as Ciências. Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Univesritária, 2006.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Volume II. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIGUEIRO, André. Mundo Sustentável – Abrindo Espaço na Mídia para um Planeta em Transformação. São Paulo: Globo, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1987.



### **Bibliografia on line:**

André Trigueiro. O jornalismo não pode se omitir. Disponível em:  
<<http://www.ecopop.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>> Acesso em 29/04/06, às 23h 15min.

Dalmo Oliveira da Silva. Leitura crítica sobre uma experiência científica: o caso Vitória. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigodalmovitoria.htm>>

Ilza Maria Tourinho Girardi. Jornalismo Ambiental : ética e Cidadania. Disponível em <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojornaambientalilzagirardi.htm>>. Acesso em 30/04/06, às 11h.

Wilson Bueno. Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente à Distância. Disponível em: <<http://www.comtexto.com.br>>. Acesso em 25/04/06, às 9h 35min.