



## **Abordagem Do Jornalismo Sobre Meio Ambiente Praticado Pela TV Ponta Negra – Natal - RN<sup>1</sup>**

Aline Régia Oliveira Fernandes do AMARAL<sup>2</sup>

Daisy do Carmo SOUSA<sup>3</sup>

Itamar de Moraes NOBRE<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

### **RESUMO**

Analisa-se o jornalismo sobre meio ambiente da TV Ponta Negra, Natal – RN, o perfil dos jornalistas da emissora, relativos à conscientização e conhecimento sobre questões ambientais. No contexto que o jornalismo de meio ambiente adquire uma importância na transformação da sociedade. Parte-se da questão: Qual a abordagem da TV Ponta Negra no jornalismo sobre meio ambiente? A pesquisa baseia-se em estudos bibliográficos, entrevistas e em análises das matérias sobre a temática ambiental da emissora. Objetiva-se mostrar a necessidade de uma especialização em jornalismo de meio ambiente. Observou-se a presença na TV de uma editoria específica, embora não apresente jornalistas especializados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; TV Ponta Negra; meio ambiente.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Jornalismo e Editoração, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Bacharel em Jornalismo no curso de Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: aline1461@hotmail.com.

<sup>3</sup> Bacharel em Jornalismo no curso de Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduanda do curso de Radialismo da UFRN. Especialização em Gestão e Perícia Ambiental, em andamento, pela Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte. E-mail: dcarmorn@hotmail.com.

<sup>4</sup> Jornalista, Especialista em Antropologia, Mestre e Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor do Departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pesquisador da Base de Pesquisa COMÍDIA: Comunicação, Cultura e Mídia. Coordenador de Linha de Pesquisa IMACCUS: Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. E-mail: nobre@ufrnet.br.



## **1 Introdução**

Neste início de século, a sociedade está passando por uma transformação significativa. Os homens começaram a perceber que qualquer que seja o local onde ocorram danos ao meio ambiente toda a humanidade é atingida. Sobre essa problemática, Kujawski (1992), expõe que todos os seres humanos precisariam assumir sua parcela de responsabilidade na manutenção da vida no planeta.

Neste cenário, o jornalismo de meio ambiente adquire uma missão muito importante na contribuição com a transformação da sociedade. A respeito desse contexto Villar (2004), sugere que o jornalista precisa estar ciente do seu papel como agente de transformação social, como também estar bem informado, estudando constantemente e tendo responsabilidade. Guilio & Figueiredo (2006) argumentam que o jornalista atua em um campo muito amplo, que exige o domínio da linguagem de meio ambiente, para que esta possa ser decodificada e democratizada.

A televisão é o veículo utilizado pelos comunicadores, em que, conforme afirma Parternostro (1994), a informação está na sua forma mais dinâmica e universal, através da imagem.

A TV Ponta Negra, Natal – RN foi fundada em 15 de março de 1987 pelo então senador e jornalista Carlos Alberto de Sousa. A emissora, nos seus 20 anos de existência, deu maior ênfase ao assunto de meio ambiente, realizando inúmeras matérias, debates, denúncias, enquetes, além de, no Rio Grande do Norte, ser a emissora com maior número de programas locais.

O perfil dos formadores de opinião – os jornalistas, no que tange a sua conscientização e conhecimento relativos às questões ambientais é o tema do trabalho em questão, a partir da seguinte problematização: ‘Qual a abordagem utilizada no jornalismo sobre meio ambiente praticado pela TV Ponta Negra?’, levantando a hipótese de que a emissora promove a democratização da informação de meio ambiente voltada para o seu público.

Para análise dos profissionais de comunicação da TV Ponta Negra referente ao jornalismo de meio ambiente, foram utilizados os métodos da análise de discurso e pesquisa bibliográfica e como técnicas, entrevistas com jornalistas da emissora e observação em equipe do material coletado.

## **2. Revisão da Literatura**

### **2.1. A Questão de Meio Ambiente**

Ao discutir sobre Meio ambiente, deve-se considerar alguns aspectos como: Biológico, físico-natural, atividades sócio-econômicas, influências históricas e culturais. A questão



ambiental se define como sendo um conjunto de acontecimentos contrários resultante da interação desses vários aspectos. Vendo sob essas perspectivas pode-se entender melhor a crise ecológica que é a própria crise cultural e civilizatória deste início de século.

A crise ecológica dá ocasião a uma crítica à maneira como a sociedade organizou a produção de seus bens e o convívio humano. Kujawski (1992, p.12) diz que “é o modo de pensar e de projetar, o modo de sentir e de viver, em vigência desde o século XVII, que chegou agora a exaustão”.

Essa crise de meio ambiente aponta para um novo paradigma de relação com a natureza e entre os seres humanos. De fato, a questão ambiental revela a figura de uma crise entre vários setores que assinala para a exaustão de um determinado modelo de sociedade que produz, desproporcionalmente, mais problemas que soluções e, onde as soluções propostas, por sua parcialidade, limitação, interesse ou má fé, terminam se constituindo em novos problemas.

O momento, dessa forma, indica um movimento de transição, um clima de insegurança, uma modificação de velhas fórmulas sociais, uma apreensão angustiada com o futuro e uma possibilidade de novas sínteses. Por essas razões, a questão ambiental tem, gradualmente, conquistado prestígio em várias áreas do conhecimento e ocasionado debates que buscam compreendê-la e encontrar respostas compatíveis com a extensão do problema.

## 2.2 Jornalismo de Meio Ambiente

Jornalismo de meio ambiente pode ser visto como uma especialização da profissão jornalística que está relacionada à divulgação de acontecimentos referentes ao meio ambiente. Suas pautas abrangem crimes ambientais, desmatamentos, aquecimento global, políticas públicas, ações das entidades envolvidas (Ong's, universidades, empresas que atuam sobre o Meio Ambiente) e o cotidiano no setor ambiental. Em relação às fontes, são entrevistadas autoridades, especialistas, ativistas, bem como a população.

“O jornalismo ambiental é uma tendência irreversível na imprensa mundial” (VILLAR, 1997, p. 01). O pronunciamento de Roberto Villar revela o que muitos profissionais da imprensa já sabem: a questão ambiental é tão importante que não pode mais ser tratada como um simples caso de desrespeito à natureza. Para Villar (2004, p. 01):

(...) jornalismo ambiental se define quando está a serviço de um modelo de desenvolvimento humanista que respeite toda a forma de vida. Mas veja que não se trata de decidir quem tem mais ou menos direito à vida. Se uma criança, um macaco ou uma bromélia. A questão está na relação entre eles, entre homem e natureza. A percepção de que somos diferentes e mesmo assim estamos na natureza, e não fora dela.



As primeiras matérias sobre o assunto surgiram ainda na década de 1960, quando alguns profissionais da imprensa mundial denunciavam empresas em casos de desastres ambientais. A França foi o berço, quando aconteceu em Paris, 1968, a Conferência da Biosfera. Em 1972, foi à vez de Estocolmo, Suécia, sediar a Conferência de Meio Ambiente da Organização das Nações Unidas (ONU) que mobilizou governos em todo o mundo na implantação de legislações e mecanismos de controle ambiental. A partir de então, o mundo passou a olhar com mais seriedade as questões de meio ambiente e os jornalistas descobriram, enfim, mais uma pauta a ser investigada e defendida.

No entanto, é na década de 1980, que as pessoas começam a organizar entidades, fóruns para discutir o tema. A descoberta do buraco na camada de ozônio, suas causas e os efeitos provocados no aquecimento global serviu como *boom* para despertar também os países em desenvolvimento. No Brasil, desde a Conferência de 1972, a imprensa já noticiava os problemas ambientais, principalmente os da Amazônia, em resposta aos alarmes proferidos na Conferência. Contudo, foi em 1989 que algo de significativo aconteceu: “Foi realizado em São Paulo o Seminário "A Imprensa e o Planeta", promovido pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT e pela Associação Nacional de Jornais – ANJ” (VILLAR, 1997). No mesmo ano, aconteceu um encontro muito importante para o jornalismo de meio ambiente brasileiro: o Seminário para Jornalistas sobre População e Meio Ambiente. Promovido pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o evento foi realizado em Brasília e contou com a participação de especialistas nacionais e internacionais, discutindo a frequência com que a questão de meio ambiente aparecia na mídia, a atuação das Organizações não-Governamentais, Universidades, as políticas públicas desenvolvidas para a área como também os acidentes ambientais e iniciativas ecológicas.

Contudo, no Brasil, a questão de meio ambiente só veio de fato ganhar força a partir da realização no Rio de Janeiro da Conferência Mundial das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco-92, que mobilizou a sociedade civil através das Ong's e do Movimento Ambientalista Internacional. Todos os veículos integrantes da chamada ‘grande mídia’ possuíam repórteres para cobrir aquela que era a pauta do momento e que parecia ter vindo pra ficar. Porém, determinados os pareceres da ONU, o jornalismo de meio ambiente passou a perder espaço na mídia e posteriormente a disputá-lo com editoriais de ciências e tecnologias.

Os constantes desastres ecológicos durante a década de 1990, contudo, fizeram a sociedade bem como a mídia admitirem que a questão de meio ambiente precisa deixar de ser só mais uma pauta num caderno/quadro qualquer para se tornar assunto fixo. É verdade que



na esfera jornalística, desastres, acidentes e calamidades vendem mais jornais ou aumentam a audiência e por isso são noticiados com maior ênfase. Entretanto, consciência ambiental vai além de se ter conhecimento de certo derramamento de óleo ou queimada agressiva e que as notícias boas como a educação ambiental também precisam ser propagadas. Segundo Villar (1997, p. 03),

Este tipo de reportagem educativa é de grande importância, para mostrar que é possível viver em harmonia com a natureza. No entanto, o jornalismo de meio ambiente não pode se limitar apenas a bons exemplos. O repórter especializado tem que ser também um cão de guarda e denunciar os desmandos. Uma matéria retrata a realidade. Se a realidade é trágica e catastrófica, a imprensa não pode criar um mundo fictício em nome da educação ambiental do público. Deve procurar, porém, contextualizar o homem dentro da natureza, e sempre apresentar os problemas com as soluções ambientalmente sustentáveis.

Apesar da existência dessa linha sensacionalista, o meio ambiente vem sendo divulgado graças à ação da mídia especializada. Conforme se observa em Rosa (2007, p. 02), ela “assumiu a responsabilidade de noticiar o que ocorre longe de nossos olhos, mas que exerce enorme influência sobre nossas vidas”.

No Brasil, o jornalismo de meio ambiente é segmentado por região. Onde a sociedade é mais ativa e consciente de seu papel na conservação do meio no qual mora, as matérias jornalísticas são mais abundantes. Já nos locais onde a sociedade é mais passiva e carente de políticas públicas, as reportagens sobre a questão ambiental só aparecem quando, na maioria das vezes, há algum desastre ecológico. Segundo Villar (2004, p. 02):

O interesse pelo jornalismo de meio ambiente com certeza cresce no Brasil. E cresce por duas tristes razões. Os problemas ambientais aumentam sem parar. Do desmatamento da Amazônia à poluição do ozônio fotoquímico nos centros urbanos. A reação de parte do empresariado em relação às normas ambientais também é grande. Por uma ou outra razão, o tema ambiental está na pauta diária da imprensa: como polêmica, como denúncia ou, em menor frequência, como solução.

O jornalismo de meio ambiente enfrenta desafios internos e externos. Villar (2004) aponta que os principais desafios são internos. A seu ver ainda não ocorreu uma definição editorial dos veículos da grande imprensa para dar à pauta ambiental um status de grande reportagem investigativa, indo além do factual ou da abordagem exploratória do belo e do exótico. Aos repórteres, falta experimentar novos caminhos narrativos que aproximem os temas do cotidiano das pessoas. Ressalta ainda que os desafios externos também existem. Que o governo e as empresas pressionam, mas sempre vão pressionar. Grandes debates são necessários para discutir publicamente estes conflitos de interesse, a importância da



informação sobre meio ambiente em um país com as riquezas naturais do Brasil e a ausência de uma política pública capaz de garantir o fluxo de informações de qualidade. Observa que a falta desta política não é exclusividade brasileira. O Brasil, ainda segundo Villar, poderia ser pioneiro ao desenvolver tais ações, haja vista a existência de uma portaria (MMA nº 166, de 02.07.2004), assinada pela Ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, sobre o assunto.

### 2.3. O Papel dos Comunicadores

O ponto de partida para que os comunicadores exerçam de fato seus papéis seria fortalecendo a interação entre o sistema jornalismo e o sistema meio ambiente. “A necessidade de democratizar o saber, colocando ao alcance da opinião pública informações sobre a produção científica com uma linguagem decodificada levou os jornalistas a desbravarem o mundo da ciência” (Becker e Silva, 2006, p. 359). Nesse processo, a televisão é considerada um veículo com um grande poder de transformação social. Para Paternostro (1994, p. 36) “a TV é um veículo abrangente e de grande alcance. Ela atinge todas as camadas da população e chega aos analfabetos – um público que não tem possibilidade de acesso a livros ou jornais e recebe informação pela TV.”.

O profissional da comunicação, desde a Revolução Industrial, procurou divulgar à população os avanços tecnológicos, traduzindo, na maioria das vezes, a linguagem do cientista em uma linguagem mais acessível. Segundo Caldas (2003) apud Guilio & Figueiredo (2006, p. 351-352),

Até recentemente, a cultura do difusionismo, da divulgação científica, era considerada satisfatória. Cabia aos jornalistas, o papel de “tradutor” e divulgador da produção científica de maneira acrítica, sem contextualizar seus procedimentos, métodos e implicações políticas, econômicas e sociais. Tratava-se, na verdade, de um jornalismo meramente declaratório, onde a principal preocupação era evitar distorções que comprometessem a informação original.

Com o passar do tempo o jornalista sentiu a necessidade de não ser apenas um tradutor, mas também um contextualizador das descobertas científicas, nas quais os temas ambientais estão inclusos, discutindo a importância do fato para a sociedade. O pensamento dos cientistas também se modernizou quanto à difusão do seu trabalho. Para Mayor & Forti apud Guilio & Figueiredo (2006, p. 352),

[...] os cientistas têm de transcender as paredes dos seus laboratórios, de seus departamentos, das Faculdades e das indústrias. Dizer que a vida científica é uma simples questão de publicar ou morrer é depreciativo e errôneo. Um cientista que permanece silencioso, sobre tudo quando podem servi-se conseqüências irreversíveis, está comportando-se de maneira não profissional e imoral.



Ao atuar na popularização do conhecimento de meio ambiente, o jornalista precisaria também exercitar a humildade, sem constrangimento de indagar a cerca de termos tecnicamente inequívocos, retirando todas as imprecisões com suas fontes de informação. Assim, ao divulgar a notícia correta, ele constituiria vínculos de confiança, indispensáveis nesta parceria. O jornalista também poderia orientar o cientista quanto à compreensão da importância da divulgação dos resultados de suas pesquisas, como uma espécie de prestação de contas, uma vez que elas são financiadas com os impostos pagos pela população mesmo se tratando de uma instituição privada. Exemplo disso é a popularização de conceitos como poluição, buraco na camada de ozônio e agrotóxico, que há pouco tempo eram restritos aos institutos de pesquisa e às universidades e que agora fazem parte do cotidiano das pessoas, de certa forma, graças ao trabalho constante da imprensa, ao noticiar a ação destrutiva da sociedade humana.

O meio ambiente tornou-se um assunto tão importante que a mídia não poderia mais ignorá-lo. As mudanças climáticas, bem como suas conseqüências, exigem que o ser humano adquira novos hábitos e que os governantes ajam para minimizar os efeitos da degradação humana. Se de um lado o interesse dos meios de comunicação social cresce à medida que a sociedade cobra ações mais equilibradas, por outro há o problema da qualidade do material apresentado nos veículos. Nesse contexto, o jornalismo teria uma função importantíssima, uma vez que as informações precisariam sair do âmbito científico-ambiental para chegar aos lares e a compreensão dos aspectos técnicos, institucionais e sociais por parte do público provocaria maior pressão social e política em torno do tema.

O profissional de comunicação necessitaria estar sempre atento no que pode ser considerado notícia. Para isso é importante a ponderação de alguns fatores: a notícia teria que conter novas informações; prestar-se-ia atenção ao público alvo abordando assuntos próximos ao receptor; não se preocuparia com a extensão do texto, haja vista que tanto matéria grande como pequena poderiam interessar ao público; não se deveria preocupar com assuntos banais e corriqueiros. Conforme se observa em Dougall (s.d) apud Erbolato (2001, p.49):

As notícias chegam a ser causa direta de nossas ações, pois, com a sua influência psicológica, põem em marcha o mecanismo da conduta individual e representam a fonte secreta de onde brota a cultura humana, em suas múltiplas facetas.

Dessa forma, o profissional de comunicação teria que perceber o importante papel que desempenha no tocante, entre outros assuntos, à questão de meio ambiente. A preocupação, de acordo com Pena (2006) ao falar sobre a teoria do agendamento, não é mais analisar o papel



da mídia em relação à mudança de opiniões, mas a forma como as pessoas apreendem as informações e formam seu conhecimento sobre o mundo.

Ao fazer a seleção do que é ou não considerado notícia, esse profissional tem capacidade de contribuir com o desenvolvimento da cidadania ambiental, a qual poderia acontecer com a democratização da informação de meio ambiente. Já que não adianta dizer para um cidadão que ele não pode, por exemplo, jogar lixo em uma zona de proteção ambiental, far-se-ia necessário esclarecer a população sobre a importância da área para a melhor qualidade de vida da sociedade, fazendo com que esta tenha outro tipo de relação com o meio. Inclusive, segundo Pena (2006), a definição de agendamento de notícias defende que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importante os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendem as conversas da população. Vendo assim, tem-se uma relação de interdependência dos comunicadores com o público, onde a mídia possui o papel de destacar determinados temas e ofuscar outros e a população de direcionar a imprensa de acordo com determinadas necessidades.

Lembrando que essa função pedagógica dos meios de comunicação teria como implicação o modelo capitalista, no qual as grandes redes estão inseridas. Mesmo que falem de meio ambiente e sustentabilidade, não vão de encontro à organização dos veículos como indústrias. No máximo, fariam ajustes no modelo.

Para compor uma reportagem, os jornalistas costumam basear-se nas informações cedidas pelas autoridades (ministros, secretários, diretores de órgãos públicos), protagonistas (movimentos ambientalistas, ecologistas, entidades que cometem crimes ambientais), especialistas (pesquisadores, biólogos, zoólogos, botânicos, agrônomos) e população, além das suas próprias observações. Em razão disso, seria preciso que esse profissional também tivesse consciência de seu dever, não sensacionalizando as informações para algum dos lados a fim de obter benefício particular, seja ele qual for. Logo, é importante que o jornalista possua um elevado grau de consciência referente à questão ambiental, já que, muitas vezes, a mídia, com o intuito de chamar a atenção da população e por saber que alguns assuntos relacionados ao meio ambiente causam curiosidade nas pessoas, acaba publicando informações equivocadas, acarretando alarmes desnecessários. Conforme Villar (2004, p. 3-4):

Toda a imprensa é militante. A maioria se diz militante da neutralidade e se apresenta como representante legítima de algo que chamam de imparcialidade. Entre esta maioria estão os que militam contra o governo e os que militam a favor do governo. Têm aqueles que militam pelo desenvolvimento sem limites e os que militam pela ciência e pelo método

cartesiano. E há ainda um grupo de criminosos que milita em causa própria no jornalismo diário. Tem uma frase no Curso de Linguística Geral do Ferdinand de Saussure que gosto muito: "O ponto de vista cria o objeto". Esta frase do pai do estruturalismo desnuda qualquer tentativa de camuflagem dos jornalistas. É impossível fazer jornalismo sem um ponto de vista. Seja ele qual for. O modo como um fato se transforma em notícia e a própria seleção dos fatos a serem noticiados depende do ponto de vista jornalístico. Em última análise o ponto de vista cria a realidade (objeto).

Outra preocupação do jornalista é com a linguagem a ser utilizada. Dependendo do veículo de comunicação que venha a ser usado, como também do público alvo, emprega-se uma determinada linguagem. Com relação à televisão Maciel (1995, p. 31) argumenta que:

[...] a compreensão exata da informação que o jornalista está passando para o telespectador será alcançada com mais facilidade se ele utilizar palavras conhecidas e curtas, verbos fortes e afirmativos. Em resumo: a informação jornalística transmitida pela televisão, deve ser simples, clara e didática.

A linguagem do telejornalismo é coloquial, sem esquecer da velocidade e do raciocínio rápido necessários. A produção de matérias para esse veículo exige que o profissional esteja bem inteirado sobre o assunto abordado.

Para Lage (2001, p. 36) “as restrições que se aplicam as linguagens jornalísticas serão relacionadas com os registros de linguagem, o processo de comunicação e os compromissos ideológicos”. Pensando assim, o jornalismo de meio ambiente está se constituindo numa especialidade devido a sua multidisciplinaridade e complexidade de temas. A especialização que contemple a interação entre as áreas de jornalismo e meio ambiente contribuiria com a pluralização de informações mais completas, assim como ajudaria no esclarecimento de conceitos mais complexos, uma vez que o jornalista estaria qualificado para fazer críticas, elogios e observações pontuais a cerca das ações dos órgãos governamentais, ativistas e do próprio cidadão comum.

Para Franco (1995), a informação de qualidade reclama um esforço adicional. O jornalista deve, na feliz expressão de Abramo, apud Franco (1995, p. 34) procurar “a verdade que está camuflada atrás da verdade aparente”. E no jornalismo de meio ambiente tal máxima se torna ainda mais evidente e necessária.

Esse tipo de reflexão remete, inegavelmente, à ética praticada pelos jornalistas. Numa sociedade aonde a informação chega ao público de forma instantânea, exige-se da mídia uma responsabilidade social cada vez maior. Para Leão (1995, p. 17), “ética é uma luta obstinada e sem tréguas contra as abstrações na conduta humana”. Logo, se caracteriza como um dos grandes dilemas do jornalismo de meio ambiente, uma vez que a notícia, matéria-prima do jornalismo, lida diretamente com os interesses de grupos organizados da sociedade. Toda e



qualquer notícia gera a promoção de determinado grupo em detrimento de outro, por mais que ela seja isenta e se pautela pela objetividade e pela busca da verdade, que são fundamentais. Cylene (2006, p. 01) ressalta, ainda, que muito mais do que decidir qual direcionamento destinar à pauta, o exercício da ética pressupõe um ato moral que implica em ser livre. Para ela, o ato moral no cotidiano de uma redação requer um jornalista consciente na escolha de fontes e matérias a serem publicadas como também liberdade para tais ações. É importante lembrar que o jornalismo de meio ambiente surgiu com o envolvimento dos profissionais da imprensa com a cobertura/denúncia das agressões sofridas pelos ecossistemas, o que reforça a questão ética nesse ramo da atividade jornalística.

Nesse contexto, a mídia necessitaria estar consciente da sua função de agente transformadora da sociedade. Sobre a mídia televisiva Pena (2006, p. 144) exemplifica:

Um veículo como a televisão, por exemplo, certamente muda nossas formas de aprendizado, pois passamos a nos acostumar com a velocidade das edições e a telegrafia da linguagem. Reflexões profundas e demoradas tornam-se mais difíceis para as gerações que crescem em frente aos aparelhos de TV. O tempo da cognição é outro.

O jornalista de meio ambiente precisaria estar sempre bem informado, estudando constantemente e sendo responsável, já que atua num campo em que é necessário ter domínio da linguagem de meio ambiente, para que esta possa ser decodificada e posteriormente democratizada. Por outro lado, tal atualização também seria preciso para evitar que discursos rebuscados, por vezes ambíguos, justifiquem a aceitação de tecnologias de natureza duvidosa. Muitos profissionais, bem como os veículos nos quais trabalham, contribuem com degradação ambiental muito mais pela não-publicação de textos aprofundados do que pela cota pessoal de lixo doméstico.

Nestes tempos de crise os repórteres de meio ambiente deveriam manter uma vigilância permanente para não se deixarem seduzir por condutas mais simples, bem como relevante conhecimento histórico, uma vez este pode ajudar a livrar de armadilhas e fornecer os instrumentos para analisar a realidade presente.

### **3. Estudos e casuísticas**

A divulgação sistemática a respeito do meio ambiente no desenvolvimento do Estado em suas diversas áreas é muito importante. Supõe-se que é elevado o grau de desconhecimento da população com relação à temática abordada, mesmo entre aquelas pessoas que lêem jornal diariamente, e o objetivo do jornalismo de meio ambiente não é suprir deficiências educacionais no conhecimento da questão ecológica, somente com as

matérias. Esse não é o seu papel. Mas, cabe ao jornalista, o dever de levar a informação à sociedade e, dessa forma, contribuir no conhecimento e estimular a consciência política. Para tal, é preciso, no mínimo, ter, além de bom conhecimento de técnicas de redação, considerável familiaridade com o assunto tratado, atualização constante e contato permanente com as fontes.

Com a problemática da contaminação da água da grande Natal, a TV Ponta Negra, através de um de seus principais Jornais – 60 Minutos – veiculou, no período de 20 a 21 de março (2007), uma série de três matérias intituladas: Água – O Ouro do Futuro, mostrando a situação dos rios da grande Natal.

As matérias sobre o rio Jundiá e o Potengi, personalizadas com vinheta produzida com a sobreposição de imagens de uso da água em diferentes situações, da abundância à carência, oferecia uma carga de números impressionante (por exemplo, o rio Potengi recebe a cada segundo, 880 litros de esgoto inatura e são recolhidos 500kg do estuário) para traduzir uma realidade paradoxal: água existe, mas falta. A explicação para o fato se fazia acompanhar de imagens fortes: a culpa é do desperdício e da contaminação. Em meio a dramas e ameaças de escassez desse recurso natural, a repórter se ancora em opiniões de especialistas e estatísticas da ONU. A matéria seguinte discute o papel dos esgotos na contaminação das águas, apresentando o reúso de água, processo utilizado na Europa, como alternativa para a problemática. A matéria termina com certa nostalgia da repórter, utilizando-se de um fundo musical um tanto melancólico.

No mês seguinte, foi transmitido pela emissora, no Jornal do Dia 1º edição, uma série composta de quatro matérias, intitulada Clima e Meio Ambiente. A primeira matéria fala da problemática do aquecimento global, utilizando-se de especialistas para algumas definições. Mostra a importância das árvores, a questão da derrubada de algumas destas na Avenida Bernardo Vieira, a importância do plano diretor, entre outros problemas relacionados ao aquecimento global observados na cidade de Natal. A segunda matéria expõe a desertificação no semi-árido do Rio Grande do Norte, citando suas causas e as relacionando também com o aquecimento global. A terceira reportagem fala da contaminação de água por nitrato no perímetro urbano de Natal, enfatizando a necessidade de uma gestão dos recursos hídricos. Mostra também o problema da água de boa qualidade no interior do estado contaminada por cianobactérias. A quarta apresenta a Praia de Ponta Negra, a especulação imobiliária no local, abordando o plano diretor da cidade, e expõe também o rio Pitimbú e a problemática do assoreamento do manancial. Enfim, a série contempla os problemas relacionados ao meio ambiente no Rio Grande do Norte, com ênfase na cidade de Natal.

As análises das séries seguem a mesma tradição crítica do início deste texto. Em primeiro lugar, mais uma vez, fica evidente a superficialidade da discussão proposta: se os números convencem da existência do problema, o discurso é ingênuo em relação às causas: falta água porque há desperdício ou poluição. Nessa perspectiva, a solução óbvia seria o reuso e o esgotamento sanitário. Não que o desperdício e a poluição dos mananciais não sejam um agravante, mas também não é a causa pura. Temos, ao longo da história da expansão capitalista, uma série de fatores que, com certeza, contribuíram muito mais para o agravamento desse quadro do que o desperdício e a contaminação.

A pesquisa constatou que a partir do ano de 2003, com a implantação do Programa 60 Minutos, a abordagem sobre as questões de meio ambiente ficou mais clara e mais completa. Contudo, a emissora também mostra o Meio ambiente em outros programas, mas o 60 Minutos, além de ter o assunto sempre em pauta, com algumas séries, possui o quadro semanal Natureza Viva, no qual foram analisadas algumas matérias as quais procuram expor a importância da consciência ecológica. Segundo Kelly Barros, gerente de jornalismo da TV e chefe de reportagem do programa, são discutidos assuntos como: seca, desertificação do semi-árido, o litoral, dunas, praias, mata atlântica, fauna e flora, rios, etc. Importante se levar em consideração o jogo político presente nos veículos de comunicação, muitas vezes algumas matérias são consideradas importantes com o intuito de promover a imagem de um determinado grupo.

Nos jornais da TV Ponta Negra, os temas ambientais são colocados em destaque, com série de reportagens, por exemplo, quando ocorre alguma preocupação nacional ou nas proximidades de datas específicas, como o dia da água (utilizando-se da teoria do agendamento). Mesmo com a presença do quadro Natureza Viva, nota-se que a democratização desse tipo de informação não acontece de forma completa na emissora, devido à ausência de uma maior conscientização ecológica dos profissionais que fazem à emissora.

Os profissionais podem sugerir temas e fazer abordagens de cunho preservacionista, ecológico ou informativo sobre problemas de meio ambiente. Ocorrem reuniões semanais para se discutir entrevistas, séries e reportagens especiais.

Entretanto para se ter liberdade, é preciso ter opinião. Villar (1997) defende que “quanto mais especializado, mais o repórter ou editor começa a questionar a sua concepção de mundo e o seu próprio estilo de vida. Como o jornalista pode falar de harmonia entre os homens e a natureza se não sabe o que é harmonia?”. Contudo, o próprio autor reconhece que a especialização de jornalistas em meio ambiente ainda não é uma realidade no país. Com

relação à emissora em análise, Barros (2007) declara que “Não necessariamente, os profissionais precisam ter alguma especialização na área, mas sempre que aparecem cursos e seminários, disponibilizamos para que participem.” A chefe de reportagem considera meio ambiente um tema atual, necessário e que não pode ser negligenciado, mostrando-se consoante com a teoria do agendamento.

Devido à ausência de jornalistas especializados no mercado, muitas empresas buscam assessorias para temas ambientais, muitas vezes propagando discursos militantes. A Ponta Negra não possui assessoria de meio ambiente, embora recorra a ambientalistas, professores de universidades, geógrafos e pesquisadores que sempre colaboram com informações e dados relacionados ao assunto.

O meio ambiente tornou-se uma contestação de poder no século XXI. As empresas não só descobriram que podem ganhar muito dinheiro fazendo o que os ecologistas vêm dizendo há décadas, como perceberam que evitar o desperdício e implantar tecnologias limpas as ajudam a vender uma imagem de responsabilidade social. A TV Ponta Negra, por sua vez, não tem uma gestão ambiental, mas apresenta a preocupação com o assunto de forma a apoiar eventos e projetos que visam melhorar o meio ambiente, na busca da conscientização da sociedade, desenvolvendo seu papel de veículo de comunicação. Mícarla de Sousa fala que:

O que existe é uma preocupação em passar para o coletivo a importância da preservação do Meio Ambiente. Até porque eu como presidente do Partido Verde não poderia deixar que a TV Ponta Negra não tivesse essa consciência. Para isso, além do jornalismo, são ministrados cursos, palestras, seminários para todos os funcionários. De modo a contribuir para que todos interiorizem a importância do meio ambiente em nossas vidas.

#### **4. Considerações finais**

O texto apresentado perseguiu muito mais a problematização e o debate sobre a relação jornalismo e meio ambiente do que exaurir o assunto ou lançar conclusões acabadas sobre o tema, por natureza, amplo e polêmico.

Tendo como premissa a importância de um conhecimento maior sobre o assunto para, assim, passar de forma completa a notícia para a população, a pesquisa ressaltou o valor da especialização, haja vista que meio ambiente é uma temática recente no jornalismo e vem sofrendo freqüentes ajustes. A especialização tornar-se-ia relevante na medida em que apresenta uma solução para a falta de uma melhor prestação de serviço a comunidade. Um profissional especializado divulgará a informação de forma mais clara, simples e completa, confrontando opiniões e decodificando a linguagem técnica.



Apesar de não possuir jornalistas especializados, o que contribui para que as informações cheguem à população de forma incompleta, o estudo aqui apresentado observou que a TV Ponta Negra fornece um espaço de, em média, dois minutos por semana para veiculação de um quadro sobre meio ambiente, tendo uma editoria específica voltada às questões relacionadas ao assunto, além das matérias e séries no decorrer da grade, tornando o tema uma constante em sua programação.

Essa pesquisa, dessa forma, é de suma importância para a evolução do Rio Grande do Norte no tocante a questão do jornalismo com a temática ambiental, já que essa problemática é abordada com pouca profundidade pelos veículos de comunicação do Estado.

Para trabalhos futuros, é sugerida uma análise do jornalismo sobre meio ambiente praticado pelas emissoras locais da cidade de Natal – RN, procurando evidenciar a forma como a questão de meio ambiente é absorvida pelo público-alvo. A mídia deveria levar leitores e telespectadores a ter condições de, além de interpretar, incorporar valores ecológicos ao seu cotidiano.

## 5. Bibliografia

BECKER, Gustavo Eugênio Hasse; SILVA, Rosane Torres da. A divulgação científica e os desafios dos profissionais da área de comunicação. In: SOUSA, Cidival Morais de; FERREIRA, José Roberto e BORTOLIERO, Simone. **Jornalismo científico e educação para as ciências**. Ed Cabral: Taubaté, 2006.

CYLENE, *Cáti*. A produção de conhecimento sobre jornalismo ambiental foi o tema do segundo painel. **EcoAgência de Notícia**. 2006. Disponível em: <<http://www.nejrs.org.br/nejrs/index.php?option=content&task=view&id=991&Itemid=2>>. Acesso em: 20 Jun 2007.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2001.

FRANCO, C. A. D. **Jornalismo, ética e qualidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

GIULIO, Gabriela Marques Di; FIGUEIREDO, Bernandino Ribeiro. Divulgação científica nas áreas ambiental e saúde pública. In: SOUSA, Cidival Morais de; FERREIRA, José Roberto e BORTOLIERO, Simone. **Jornalismo científico e educação para as ciências**. Ed Cabral: Taubaté, 2006.

BARROS, Kelly. Jornalismo de meio ambiente praticado pela TV Ponta Negra. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <aline\_1461@yahoo.com.br > em 22 Jun 2007.

KUJAWSKI, Gilberto de Melo. A crise contemporânea e a ecologia. **Intercâmbio**. Rio de Janeiro, v. 5, n.13, ed. Especial. 1992.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2001.

LEÃO, Emmanuel Carneiro. Ética e comunicação. In: KOSOVSKI, Ester. Baratta, Alessandro...[et all] . **Ética na comunicação**. Rio de Janeiro: Manuad, 1995.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão**. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1995.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV – manual de telejornalismo**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PENA, Filipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.



ROSA, Marcos Antônio. **Jornalismo em defesa do verde**. 2007. Disponível em: <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/jornalismoambiental/index.php?option=content&task=view&id=1675&Itemid=62>> Acesso em: 10 Abr 2007.

**Sistema Brasileiro de Televisão**. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_Brasileiro\\_de\\_Televis%C3%A3o](http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_Brasileiro_de_Televis%C3%A3o)>. acesso em 05 Jun. 2007.

SOUSA, Micarla. Jornalismo de meio ambiente praticado pela TV Ponta Negra. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <dcarmorn@oi.com.br> em 26 Jun. 2007.

**TV Ponta Negra**. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/TV\\_Ponta\\_Negra](http://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Ponta_Negra)>. Acesso em 05 Jun 2007.

VILLAR, Roberto. **Criada rede mundial de jornalistas de meio ambiente**. 1995. Disponível em: <<http://www.agirazul.com.br/agirazul/AA10/roberto.htm>>. Acesso em: 02 maio 2006.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo ambiental: evolução e perspectivas**. 1997. Disponível em: <<http://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>>. Acesso em: 05 Jun 2006.

\_\_\_\_\_. Jornalismo ambiental: histórias e compromissos. **Comunicação em Agrobusiness & Meio Ambiente**. 2004. Entrevista concedida por e-mail ao professor Wilson da Costa Bueno. Disponível em: <<http://www.agricoma.com.br/rev1entrevistarobertovillar.htm>> Acesso em: 27 Abr 2007.