



O impacto, o significado e a repercussão na prática do jornalismo ambiental¹

Cláudia Herte de Moraes²

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo

Neste artigo, desenvolve-se o contexto internacional das preocupações e informações ambientais, que podem ser interpretadas dentro de um novo paradigma socioambientalista. Além disso, se esboça uma possível interpretação do jornalismo ambiental, da forma em que é praticado atualmente e sua vinculação aos critérios de noticiabilidade. Aponta-se, como recurso conclusivo, a idéia desenvolvida a respeito do funcionamento do jornalismo atual que prioriza o impacto ante ao significado dos fatos, reforçando a necessidade de melhor formação dos jornalistas para o desempenho de coberturas ambientais, dada a complexidade do tema.

Palavras-chave

Jornalismo ambiental; teorias do jornalismo; cobertura ambiental; noticiabilidade.

Contexto de informação ambiental

A quase ausência de pautas bem apuradas sobre meio ambiente nos jornais brasileiros não é nenhuma novidade. O que intriga é exatamente saber como, diante de tamanha crise ambiental, o jornalismo ainda não se alimenta de outras fontes de informação e/ou busque uma nova forma de informar a população. Que funcionamento é este que, diante de fatos de extrema importância, reduz sua abordagem somente ao interessante?

Para a prática do jornalismo ambiental, é crucial que se estabeleçam os conceitos de base, para que a chamada “consciência planetária” seja um dado mais concreto na mente dos especialistas em coletar, registrar, qualificar e distribuir informações ao público.

Os estudos do alemão Ernest Haeckel, em meados do século XIX, sobre as relações entre fauna e flora e o ambiente físico mostram o início do uso e difusão do termo Ecologia. Desenvolvendo estudos sobre “diferentes aspectos dessa interação, estruturou o conhecimento científico do funcionamento do nicho relacionado com o seu

¹ Trabalho apresentado no NP Jornalismo, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação. Professora Assistente do Centro de Educação Superior Norte-RS (Cesnors) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo.



entorno ou da lógica da casa (*oikos*, em grego), origem do conceito ‘ecologia’” (MINC, 1997, p.9)

Quanto à ecologia, esta se apresentou, inicialmente, tanto como uma disciplina científica especializada nos estudos de ecossistemas naturais, quanto como um fenômeno marginal, cuja sensibilidade tinha como eixo a natureza, a defesa do meio ambiente e das espécies vivas ameaçadas de extinção. Durante muito tempo, este fenômeno foi sentido entre a classe política como regressivo, reduzindo-se a um “retorno à natureza” em detrimento dos problemas humanos. Aliás, a ecologia só deixou de ser assunto de alguns poucos círculos a partir do momento em que as agressões ao meio ambiente, como a poluição atmosférica, a destruição das florestas, a ameaça à camada de ozônio, os acidentes nucleares, apareceram para a opinião pública como importantes atentados à sobrevivência da humanidade. Nos anos 80, uma reviravolta nas mídias de massa, já então sensibilizadas por estas questões, contribuiu para o aumento do público dos movimentos de ecologia política. (GUATTARI, 2000, p.15)

Com o avanço científico e tecnológico, muito se produz na área ambiental, em relação aos efeitos do uso dos ecossistemas e às soluções para a melhor conservação do ambiente. É prioritário, por exemplo, que o jornalista entenda o funcionamento da ecologia e as raízes da crise ecológica no crescimento econômico descontrolado, aquele vivido principalmente no Primeiro Mundo, e explicitado por outro ponto culminante, a chamada sociedade industrial, característica do século XIX.

Por isso, a “construção do paradigma ambientalista é resultado de uma longa reflexão sobre as raízes éticas e ideológicas da crise ambiental que põe em cheque diretamente o modelo de desenvolvimento capitalista, questiona o lugar da espécie humana na natureza e sua responsabilidade pelo futuro da biosfera. (LIMA & POZZOBON, 2005, p.3) Esta autocrítica era impensável até recentemente. Segundo os autores, a mudança de mentalidade refletiu-se, a partir da década de 1990, inclusive nos financiamentos decorrentes dos acordos internacionais que, antes, não incluíam as cláusulas de proteção ambiental.

Com ares de consciência planetária, começa a se desenvolver, a partir desta época, uma idéia de que é possível produzir sem poluir. E surgem as questões sobre “o que faremos?” A globalização festejada começa a ceder espaço para o espanto dos efeitos colaterais, tais como as catástrofes ecológicas, e mais recentemente, as mudanças climáticas.

Segundo Burnstyn (2001), a grande “novidade histórica” está em se decidir por um suicídio coletivo intencional ou não, mas em escala global. O alcance mundial e a



atualidade do problema causam impacto social, e as Organizações Não-Governamentais (Ongs), empresas multinacionais, governos e organismos internacionais buscam soluções. Para o autor, os debates aos quais temos que atentar, neste início de século XXI, carregam em si maior profundidade pelo simples fato de que sabemos muito bem o que acontece com o meio ambiente, quando conhecimentos tecnológicos voltados para o progresso e a produtividade são colocados em prática sem reflexão adequada sobre seus efeitos ambientais.

É preciso que todos busquem as suas responsabilidades. E o jornalismo é o canal de debate por excelência, para verificar qual a pertinência dos resultados das pesquisas realizadas e da aplicação dos novos conhecimentos, como a sociedade está discutindo e quais os rumos possíveis, de que forma as leis são boas, éticas e morais.

Ninguém escapa ao problema ambiental. Em qualquer atividade humana, o risco está presente. Os métodos e procedimentos, tanto em forma de normas, planos e rotinas passam a ser criticados como ambientalmente nocivos. Mas eis que o mercado passa a agir neste controle, buscando diminuir os riscos ambientais. E a questão essencial passa a ser, “como meu negócio será valorizado e beneficiado com a ecologia?”. Segundo Beck surgem os “eco-aproveitadores” na indústria, na administração, na ciência, na política. “A ecologia torna-se um sucesso, um vendedor de si mesmo – pelo menos sob a forma de cosmético ou embalagem ecológica”. (BECK, 1997, p.66)

O perigo da “armadura marqueteira” afeta o jornalismo de meio ambiente, por conta exatamente de um apelo público cada vez mais sensibilizado por campanhas de responsabilidade ambiental de grandes empresas. “Essa é uma questão que nos leva a observar que o mais grave, em se tratando de ecologia é que muitas mensagens de forte apelo persuasivo refletem interesses meramente corporativos e não coletivos, como se deveria supor, uma vez que o meio ambiente compreende toda a Coletividade.” (FERNANDES, 2001, p.3)

Por outro lado, a crise cria uma atmosfera de debate sobre as formas de prevenção e os problemas ecológicos. Entre heróis e destruidores, o jornalismo ambiental deve buscar desenvolver, cada vez mais, um senso crítico para que as essências possam ser questionadas. É preciso observar que ao se propor o Jornalismo Ambiental posiciona-se um passo além da divulgação e da decodificação de discursos. Debater e compreender a relação “homem, natureza e futuro” exige uma abordagem ampla e contextualizada, além de estar engajado numa prestação de serviço para as futuras gerações.



A dimensão ambiental trabalha com o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, induzindo a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado e relacionado e não como o conhecimento encontra-se no mundo moderno: fragmentado, compartimentado em áreas que, muitas vezes, não se comunicam. (TRIGUEIRO (2003) apud SOUSA; BARRETO; ALBUQUERQUE, 2004, p.4).

Toda vez que se pensa em ambiente, se está pensando numa escala planetária. Porém, como ensinam os ecoativistas, é preciso, nas ações ecológicas, sempre prender o rabo do olho naquilo que está próximo, o local. Conhecido jargão, utilizado por Organizações Não-Governamentais, empresas, governos e todo e qualquer cidadão que comente a crise ambiental de dimensões planetárias. No Brasil, cresce o debate e a difusão sobre o conceito de desenvolvimento sustentável³, chave no entendimento do meio ambiente e na cobertura ambiental.

A passagem da compreensão dos problemas ambientais de uma ótica mais centrada nas ciências naturais para um escopo mais abrangente sobre o tema inclui também o componente social, ampliando a compreensão da questão para uma dimensão socioambiental, não se esquecendo de levar em conta critérios culturais e determinações específicas das políticas públicas. (JACOBI, 2006, p.7)

A maior contribuição esperada de um veículo jornalístico é o estímulo ao debate, ampliando a capacidade de a sociedade discutir, debater e deliberar sobre as suas causas essenciais. Por isso, a participação ativa da sociedade é tomada inclusive como um tema ecológico, presente na Agenda 21⁴.

O acesso à informação é básico em todos os mecanismos que envolvem uma mudança cultural, seja através da educação ambiental, seja através da mobilização social. “Existe um desafio essencial a ser enfrentado e este está centrado na possibilidade de que os sistemas de informações e as instituições sociais se tornem facilitadores de um processo que reforce os argumentos para a construção de uma sociedade sustentável, a partir de premissas centradas no exercício de uma cidadania ativa e na mudança de valores individuais e coletivos”. (JACOBI, 2006, p.5-6)

Da Lei da Educação Ambiental, pode-se destacar o parágrafo IV do Artigo 1º, sobre os direitos à educação ambiental: “IV - aos meios de comunicação de massa,

³ O termo desenvolvimento sustentável foi cunhado durante a ECO-92, que serve de base para a Agenda 21. Na Conferência da ONU sobre Meio Ambiente (Estocolmo, 1972), surgiu o conceito de Ecodesenvolvimento.

⁴ Agenda 21 é um consenso político formal sobre o que há para fazer e de como podemos agir. Parte da idéia de que as decisões baseadas na sustentabilidade são decisões éticas, que contribuem para a manutenção e aperfeiçoamento de sistema de sustentação à vida.



colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação;”. Aqui, a aproximação da Comunicação e da Educação é fundamental para o entendimento do papel do jornalista na captação e apuração dos fatos relevantes da sociedade.

Se a imprensa quer mesmo ser relevante, deve encarar sua responsabilidade em participar ativamente na formação ambiental do cidadão, não apenas em calamidades, mas sobretudo no dia-a-dia. É preciso sempre em conta que a maioria das pessoas depende dos jornais como a única fonte de informações sobre o meio ambiente. Catástrofes inesperadas e anunciadas podem ser minimizadas – ou mesmo evitadas – quando há circulação de informações de qualidade. (FONSECA, 2004, p.115)

Segundo Ab´Saber, a cobertura da imprensa, embora fragmentária, é importante para a cronologia dos eventos mais berrantes, considerados “processos espasmódicos”, tais como enchentes, estiagens, deslizamentos urbanos, as secas nordestinas. “Num país de memória curta como o nosso, não é de se desprezar os registros feitos em periódicos, seja da grande imprensa, seja nos jornais locais, muito ativos, nas diferentes regiões do país.” (AB´SABER, 1995, p.17)

Assim, pode-se afirmar que existe, nos últimos trinta anos, um avanço significativo na cobertura ambiental, inicialmente desprezada por editores oriundos de editoriais “nobres” como política e economia, mas que obteve espaço até mesmo pela crescente demanda internacional. Atualmente, ainda não existem espaços definidos na maioria dos grandes jornais, e não há estabilidade na cobertura do tema. Porém, a cultura ambiental se desenvolve em outros meios, especializados. O que se apresenta, no entanto, é a necessidade ainda maior de competência do jornalista na apuração das temáticas, que envolvem complexas relações sociais, políticas e econômicas.

Cabe perceber que há uma mudança gradativa de opinião a respeito do meio ambiente, em parte resultado da própria atuação da imprensa. É um caminho tortuoso e ainda inicial, mas que os sinais de mudança decorrem da cultura ambiental disseminada por jornalistas comprometidos com o tema. “É verdade que ainda há muitos redutos da imprensa, insistindo em priorizar o escândalo ou o exótico, em detrimento do educativo, na cobertura de questões ambientais” (JOHN, 2001, p.93)

Também é preciso refletir sobre as escolhas da própria sociedade, da qual o jornalista e o jornalismo fazem parte. Estamos todos convencidos de que é preciso mudar nosso modelo de consumo?

Trata-se, na verdade, de uma revisão do modo de vida capitalista centrado no materialismo individualista e na acumulação. Isto implica na refundação da própria Ética em busca de uma Estética que possa superar, por exemplo, o "estetismo" da informação como um fim em si mesma, descompromissada com a reflexão, como é possível verificar, especificamente, no empenho da mídia em estimular o consumo a qualquer preço, sem se preocupar com suas características de injustiça social, sobrecarga do ecossistema e até doenças físicas (como a obesidade infantil) e psicológicas associadas ao consumo compulsivo ditado e modelado pela mídia unicamente com finalidade de lucro. (CAMPOS, 2006, p.2)

No campo do ensino do Jornalismo é preciso então, abrir espaço para que os acadêmicos revejam seus conceitos, ensaiem outras práticas e modos de pensar e fazer jornalismo. Como indica Trigueiro, deve-se fazer o questionamento pontual e contundente ao que chama de “movimento de manada”, em direção ao imediatismo, ao lucro fácil e rápido, ao projeto individual em detrimento do coletivo. Questionar a “globalização assimétrica (que privatiza o lucro e democratiza o prejuízo), da indiferença à lenta agonia de um planeta que dá evidentes sinais de saturação.” (TRIGUEIRO, 2005)

Impacto e o significado no Jornalismo Ambiental

A imprensa deve atuar em dois pontos essenciais. O primeiro refere-se à divulgação de fatos, de forma clara e honesta, para que os cidadãos possam entender as novidades, aquilo que a sociedade está construindo por si. O segundo é mais complexo, pois está ligado ao papel de educação, informal, em que o essencial é o entendimento do mundo para que se possam fazer escolhas, coletivas, visando ao bem comum. Segundo Marques de Melo “(...) a tarefa principal do jornalismo é educar as grandes massas para que possam assumir seu papel de sujeito da História. Isso significa acesso ao conhecimento, participação política e mobilização social”. (MELO, 2006, p.119).

O jornalismo tem a função de atuar na divulgação de fatos, de forma clara e honesta, colaborando assim para que os cidadãos entendam as novidades do mundo. Os desafios do presente e do futuro exigem que a sociedade tenha cidadãos conscientes, daí a importância do jornalismo de meio ambiente. A partir disto, é possível socializar o conhecimento e encorajar o debate público, subsidiando as decisões sobre política, meio ambiente, qualidade de vida, saúde e educação, por exemplo. Ensina Burkett que: “um



dos desafios é, então, comunicar de forma precisa e interessante, para que o verdadeiro conhecimento desperte o interesse de um público maior”. (BURKETT, 1990, p.7)

A perspectiva do jornalismo como atividade livre, regular e contínua de reproduzir e analisar a realidade social, de acordo com a caracterização de Carlos Rizzini (apud MELO, 2006, p.37) revela a busca de constituição de um espaço social específico, delimitado e pertinente de atuação para o jornalista: a definição do que é notícia.

Para Nelson Traquina “as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”. (TRAQUINA, 1993, p.168). Os acontecimentos são, segundo o autor, um “imenso universo de matéria-prima”. Para construir sentido, o jornalista seleciona o que é noticiável, escolhendo aquilo que terá a existência pública de notícia. Uma questão central do campo jornalístico então é examinar os critérios e os fatores que determinam a noticiabilidade (newsworthiness) dos acontecimentos.

Autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina levam em consideração critérios de noticiabilidade e valores-notícia, os constrangimentos organizacionais, a construção das audiências e as rotinas de produção.

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que dever ser inserido e de que modo dever ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção (WOLF, 2003, p. 200).

Existe clara dificuldade em conceituar o que “é notícia”, porém a questão da novidade e da atualidade são prioritárias. Mesmo sem uma definição pronta, a prática do jornalismo no seu dia-a-dia delinea o que é e o que não é notícia através das escolhas, que se dão por diferentes motivações e contextos. Na prática jornalística contemporânea percebe-se que alguns valores-notícia são preponderantes. Entre eles, a atualidade, o imediatismo e o impacto. Deste decorre a escolha por notícias que muitas vezes são mais do campo do inusitado, *démarche* de um jornalismo de sensações, por exemplo.

Assim, pode-se afirmar que o impacto está diretamente ao que se convencionou falar de notícia interessante. Por que interessa ao público, não necessariamente sendo



“de interesse público”, conceitos bem diferentes e que são demasiadamente confundidos na prática jornalística. Aqui, Lorenzo Gomis situa a diferença primordial entre as notícias importantes, mais raras, trabalhosas e complexas enquanto as interessantes são facilmente noticiadas, são explosões. Por suas combinações, o importante e o interessante são a alma das notícias. A noticiabilidade, isto é, a capacidade de um fato tem de ser transformado em notícia, pode medir-se por sua repercussão, seja no próprio meio, seja nos concorrentes. O conceito de repercussão integra o interessante e o importante, os comentários provocados e as consequências registradas. (GOMIS, 1993, p.230).

No entanto, fica patente que os fatos interessantes são maioria na cobertura ambiental. Assim, a percepção do leitor é alterada por que, segundo Leão Serva (2001), os jornais apresentam os fatos de forma isolada e descontextualizada, os meios simultaneamente negam a apreensão mais completa da notícia ao longo do tempo. Isso, na cobertura ambiental é inquietante, pois a imprensa gera uma falsa sucessão de fatos novos e independentes, fatos que parecem erupções na sociedade.

Leão Serva (2001) aponta que, por necessidade de o sistema de informação ser consumido, confere às notícias uma característica marcante: a inclusão de temáticas num fluxo, “marcado pelo ritmo das surpresas constantes”. A título de exemplo recente, podemos lembrar do caso do Relatório do Painel Intergovernamental de Mudança Climática (IPCC, na sigla em inglês), sobre o aquecimento global, divulgado no dia 02 de fevereiro de 2007. Antes, praticamente esquecido pela mídia, o aquecimento global recebe uma atenção estrondosa nos primeiros dias. Assim, pode-se afirmar que quando há cobertura de catástrofes, o jornalismo o faz de acordo com o enquadramento formal de toda e qualquer notícia: através da novidade. Muito embora os alertas sobre as mudanças climáticas tenham sido dados pelos cientistas há pelo menos duas décadas.

André Trigueiro (2004), ao avaliar a relação da mídia em relação ao efeito estufa anunciava que, para os meios de comunicação, a interferência do homem no aquecimento global era uma hipótese científica e, por isso, a cobertura perdia densidade: “A linha editorial que decorre dessa interpretação sugere a perspectiva do erro de que os cientistas tenham superestimado a responsabilidade do homem no processo, sendo o efeito estufa mais um capricho da mãe natureza.”

A novidade foi a redução da incerteza. Este componente foi fundamental para o grande impacto midiático dado ao problema. Isso porque as conclusões do Relatório do IPCC apontaram que a intensificação do efeito estufa pela ação humana contribui para



anomalias que estão ocorrendo hoje e que são conhecidas do público, tais como as temperaturas malucas, o degelo anormal no Pólo Norte e o próprio o furacão Catarina que atingiu o Sul do Brasil.

Essa foi uma novidade, pois, antes, só se previam os efeitos da mudança do clima para daqui a 50 ou 100 anos, quando os efeitos serão graves, como a perda de parte da floresta amazônica, a desertificação do cerrado nordestino, a elevação do nível do mar em alguns decímetros, a redução da produção de alimentos. O quadro atual alerta para a necessidade de adaptação às novas condições. (ROSA, 2007)

Para Achim Steiner, chefe do Programa de Meio Ambiente da ONU, citado por Weiss (2007), o dia dois de fevereiro de 2007 será lembrado como “o dia em que o ponto de interrogação foi retirado da pergunta se as pessoas são responsáveis pelas mudanças de clima”. E isso faz toda a diferença, não? Mais ou menos, veja o alerta do jornalista Alberto Dines:

Viciada em anabolizantes, a mídia ficou chocada com a proximidade do apocalipse preconizada pelo painel da ONU. Rádios e telejornais na sexta e jornais de sábado pareceram frenéticos. No domingo, sossegaram: muitos veículos preferiram ir à praia. Nesta segunda-feira (5/2), apenas a *Folha de S.Paulo* considerou o anúncio da catástrofe iminente merecedor de destaque na primeira página pelo terceiro dia consecutivo. Assim caminha a humanidade. (DINES, 2007)

Para Michael Kunczik, o jornalismo não deve dar a notícia mais recente, mas procurar a reportagem mais apurada, a informação sobre temas de relevância social no longo prazo. O jornalismo deve descrever, mostrar como são construídas as vontades políticas. Neste sentido, pode ser considerado parte da educação da população. “O objetivo dessa educação é a mediação de qualificações que permitam às pessoas enfrentar de maneira racional e autônoma as situações futuras.”(KUNCZIK, 2002, p.371)

O jornalista ambiental precisa estar comprometido com uma forma conceitual de sociedade. Para fornecer informação útil e prática, sobre os aspectos ambientais que rodeiam a atualidade, é preciso ir além da resposta às questões do lide, conhecido artifício do jornalismo que responde aos aspectos singulares da notícia (o que, quem, quando, onde, como e por que). É preciso oferecer uma chave de leitura, para que o leitor possa compreender o tema, não apenas repetindo slogans ecológicos, que não o levam a refletir sobre seu cotidiano e sua relação com a ecologia.



Para Arturo Larena Larena, “Soy de la idea de que estas cuestiones sí que interesan. Hay mercado para la información general de ambiente. Y para la información especializada lo hay si encontramos la fórmula adecuada para que la gente se interese por estos temas.” (GARCEZ, 2006, p.4). O problema é que o jornalista tem dificuldade em tornar o tema considerado importante em notícia interessante para o leitor.

Considerações finais

A *Cidade Partida* de Zuenir Ventura é uma só e duas ao mesmo tempo: a dinâmica da cidade de classe média convivendo com a favela. Livro de 1994, apontava uma crise social que se agudiza cada vez mais. Um claro exemplo é a violência desenfreada e o desatino e desemparo social que vivemos no Brasil.

Numa espécie de “jornalismo partido” acontece o mesmo, mostra-se a sociedade que vai ao exterior comprar, com o dólar em queda, o empresário que pede redução de carga tributária, a favela que cresce sem estrutura, a morte, a guerra, a frieza dos números.

Ele é partido por que não pressupõe lógica social no que mostra, ele aponta o interessante infalivelmente com maior destaque do que o importante. O importante não é auto-explicável. O interessante é vendável. Esta é a diferença crucial. E é neste espaço que o Jornalismo Ambiental pode se mostrar fecundo e servir, inclusive, para dar sentido ao jornalismo no século 21, que anda em busca de uma função social que lhe justique glórias históricas e ampla ficha de serviços prestados à população.

O jornalismo exerce na sociedade, cada vez mais, um papel regulado pela indústria da informação. Esta “contaminação” fica clara em diferentes momentos da cobertura ambiental. Assim, é necessário que o jornalista seja ainda e cada vez mais firme na sua escolha, ética, pelo interesse público. Ou seja, buscar a contextualização das notícias ambientais, dando a elas a importância devida, para além dos aspectos interessantes que possa ter.

Fica evidente que o Jornalismo Ambiental cresce em importância nas últimas décadas, até pelo agravamento da crise ecológica e o despertar da sociedade para o problema. Assim, é preciso que se aproveite este momento para a qualificação da informação ambiental, que é complexa e transversal, exigindo uma abordagem sistêmica e contextualizada. Isso significa que a escolha é pela conjugação da repercussão da notícia, aliando o interessante ao importante, o impacto ao significado. A atuação



jornalística consciente a partir do significado, contextualizado e em perspectiva, é uma das saídas para qualificar a informação trazida ao público. Tarefa essencial do jornalista.

Referências bibliográficas

AB´SABER, Aziz. **A sociedade urbano-industrial e o metabolismo urbano**. In: *Prospectivas à beira do novo milênio*. São Leopoldo: Unisinos, 1995.

BECK, Ulrich. **A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva**. In: BECK; GIDDENS & LASH. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. Trad. Magda Lopes. SP: Unesp, 1997.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental. Disponível em: <<http://www.lei.adv.br/9795-99.htm>> Acesso em: 10 fev 2007.

BURKETT, W. **Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação**. RJ: Forense Universitária, 1990.

BURSZTYN, Marcel (org). **Ciência, ética e sustentabilidade: desafios ao novo século**. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2001.

CAMPOS, Pedro Celso. **Jornalismo e meio Ambiente: mídia e a consciência da sustentabilidade**. 17 abr. 2006. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=377DAC002>>. Acesso em 20 jun 2008.

DINES, Alberto. **Todos são culpados. Inclusive a mídia**. 06 fev. 2007. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=419IMQ001>. Acesso em: 10 fev 2007.

FERNANDES, Francisco Assis Martins. O papel da mídia na defesa do meio ambiente. **Revista Ciências Humanas**, Taubaté/SP, v. 7, n. 8, p. 67-73, 2001. Disponível em: <<http://www.unitau.br/scripts/prppg/humanas/download/opapelmidia-N2-2001.pdf>> Acesso em: 20 fev 2007.

FONSECA, André Azevedo da. Água de uma fonte só. In VILLAS BOAS, Sérgio (org.). **Formação e Informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. SP: Summus, 2004.

GARCÉS, Maye Primera. **Taller de cobertura de temas ambientales: con Arturo Larena Larena**. Caracas: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), 2006. <Disponível em: <http://www.fnpi.org/biblioteca/relatorias/ambiental2006/>>. Acesso em 20 mai 2008.

GOMIS, Lorenzo. Do importante ao interessante – ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. **Pauta Geral: revista de Jornalismo**. Ano I, N.I. Salvador: Calandra, nov. 1993, p.225-242.

GUATTARI, Félix. Ecologia e movimento operário. In: **Movimento sindical e defesa do meio ambiente: o debate internacional**. Rio de Janeiro: IBASE, 2000. p. 13-22. Série Sindicalismo e Justiça Ambiental.

JACOBI, Pedro. **Meio ambiente e Sustentabilidade**. 2006. Disponível em: <<http://www.unifap.br/editais/2006/PMDAPP/sustentabilidade%5B1%5D.pdf>>. Acesso em 20 jun 2008.



JOHN, Liana. Imprensa, meio ambiente e cidadania. **Revista Ciência e Ambiente**. N. 23. Santa Maria: UFSM, Jul/Dez 2001.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e sul. SP: Edusp, 2002.

LIMA, Deborah; POZZOBON, Jorge. Amazônia socioambiental: sustentabilidade ecológica e diversidade social. **Estudos Avançados**, 2005, vol. 19, n. 54. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v19n54/03.pdf>> Acesso em 20 fev 2007.

MELO, José Marques. **Teoria do Jornalismo**: identidades brasileiras. SP: Paulus, 2006.

MINC, Carlos. **Ecologia e cidadania**. SP: Moderna, 1997.

ROSA, Luiz Pinguelli. O clima da Terra e a redução das incertezas. **Folha de São Paulo/Jornal da Ciência**. São Paulo, 16 fev. 2007. Disponível em: <<http://www.jornaldaciencia.org.br/Detailhe.jsp?id=44661>>. Acesso em 20 fev 2007.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. SP: Senac, 2001.

SOUSA, Anaelson Leandro De; BARRETO, Betânia Maria Vilas Boas; ALBUQUERQUE, Eliana C.P. Tenório. **A notícia e o anúncio ambiental: analisando o Dia Mundial do Meio Ambiente na mídia impressa**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27, 2004, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17862/1/R1823-2.pdf>>. Acesso em: 07 jul 2005.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p.168.

TRIGUEIRO, André. **Formando jornalistas para um mundo sustentável**. 2005. Palestra realizada no I CBJA, Santos/SP. Disponível em: <<http://www.mundosustentavel.com.br/formando.pdf>>. Acesso em: 10 jun 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

WEISS, Luiz. **Sai o relatório, sai a interrogação**. 02 fev. 2007. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=3&id=437F83E4-E79E-40C6-8630-E35A3D6B8B82>. Acesso em: 28 mai 2007.