



## **Questionamentos sobre o uso do jornal como ferramenta transdisciplinar na educação e o risco da formação de anomalias na consciência ambiental.<sup>1</sup>**

Thiago Almeida Barros<sup>2</sup>

Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA/UFPA)

### **Resumo**

Este trabalho consiste na apresentação de questionamentos sobre o uso do jornal impresso como ferramenta transdisciplinar no processo de educação ambiental. Com base em pesquisa anterior, constatamos que um exemplo local, o projeto “O Liberal na Escola”, do jornal O Liberal, de Belém (PA), corre o risco de produzir anomalias na formação de consciência ambiental dos alunos por conta das limitações e reducionismo – características do Quarto Jornalismo - presentes no noticiário acerca de conceitos como meio ambiente, desenvolvimento sustentável, biodiversidade e conservação.

**Palavras-chaves:** jornalismo; meio ambiente; educação; transdisciplinaridade.

### **Acesso a informações sobre meio ambiente**

No Brasil, a mídia é a maior fonte de informação da parcela majoritária da população, sobretudo a televisão. A educação por meio de jornais impressos, TV e rádio ainda está longe de alcançar os padrões das redes públicas de comunicação, como a Télédifusion de France (TDF), a estatal francesa das telecomunicações para TV, rádio e provimento de internet. As emissoras estatais francesas emitem conferências de grandes pesquisadores e filósofos contemporâneos e abarcam grande audiência, inclusive com pedidos de repetição das edições pelo público. Exceto a TV Cultura e a TV Educativa, também estatais, os demais canais abertos brasileiros pouco oferecem à população programas que fujam da comunicação da cultura de massa, como destaca Sodré (1992), e das mercadorias culturais de uma “segunda colonização” (DUTRA, 1994, p.12). Quando os assuntos são questões ambientais, o abismo se apresenta assustador.

Na última década, jornais impressos e revistas semanais passaram a reservar bem mais espaço em suas edições para assuntos ligados a ciência, tecnologia e meio ambiente no Brasil. Porém, somente uma minoria elitizada do País tem acesso à mídia impressa com frequência considerável – incluem-se nesta faixa livros e outras

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à Divisão Temática 06 (Interfaces comunicacionais) do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Intercom Norte 2009.

<sup>2</sup> Jornalista profissional, mestrando em Planejamento e Desenvolvimento do Trópico Úmido pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: thiagobarros21@yahoo.com.br.



publicações acadêmicas. Nos últimos 10 anos, menos de 40% dos brasileiros lêem jornais regularmente e somente 15% dizem fazê-lo diariamente. José Marques de Melo (1985, ap. DUTRA, 1994, p.11), ao comentar estatísticas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que mostravam o decréscimo do número de jornais diários para cada 100 habitantes entre as décadas de 1950 e 80, destaca que nos países desenvolvidos a busca pela leitura está ligada ao progresso econômico. Na análise de Melo, o consumo de jornal diário “representa um indicador civilizatório bastante expressivo” (MELO, *idem*).

Em analogia à análise de consumo de impressos nos países desenvolvidos, Melo destaca que o crescimento econômico do Brasil, por exemplo, na década de 1980, não aproximou a população do hábito de consumo de jornais e livros. Pelo contrário. Entre 1950 e 1970, quando o número de brasileiros alfabetizados cresceu 15%, a tiragem média de jornais decresceu 40%. O fato é que as disparidades de distribuição de renda no País, impressas em manchetes de jornais e com lugar comum no horário nobre das emissoras de TV nacionais, favorecem a hegemonia de meios de comunicação que não exigem como pré-condição a alfabetização do sujeito receptor e voltados para a indústria cultural, como avalia Dutra (1994, p.12):

Criadas estão, assim, as condições favoráveis à hegemonia dos meios de comunicação social (MCS) que não exigem, como pré-condição, a capacidade de decifrar o código alfabético, com os meios audiovisuais assumindo, maciçamente, o espaço daquele “indicador civilizatório bastante expressivo” antes citado, com a oferta doméstica do lazer, do entretenimento, da exploração do imaginário popular, reforçando estereótipos sócio-culturais e, com muita frequência, consagrando o vazio espiritual.

Fernandes e Souza (2002), ambos do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté (SP), comentam que, apesar de os produtos da mídia impressa serem formatados com objetivos e maneiras diferentes aos dos meios audiovisuais, o resultado final apresenta pontos em comum por fazerem parte de um sistema maior, que envolve política, cultura e economia. Em análise da cobertura midiática de assuntos ligados à Eco-92, os autores destacam que, assim como na TV, os temas relacionados ao meio ambiente interessam como notícia, mas a abordagem é superficial e não supera a fronteira onde se organizam os interesses políticos e econômicos (FERNANDES; SOUZA, *idem*, p.3).



Esta aproximação de objetivos entre mídia impressa e audiovisual – quando os jornais ou revistas procuram absorver a linguagem telegráfica e o impacto das imagens – é relevante socialmente, sobretudo por conta da importância cultural que é dada à mídia no País. Neste contexto, Bortolozzi (1999, ap. FERNANDES; SOUZA, 2002) comenta agravantes voltados para o campo educacional. Em pesquisa realizada em 1999, o autor revela que parte significativa das informações sobre meio ambiente usadas nas salas de aula por professores de escolas públicas brasileiras são oriundas da mídia.

O uso dos meios de comunicação como ferramentas educacionais se enquadra na tendência transdisciplinar, mas se torna um problema quando a questão mostrada pela pesquisa é de que as fontes são repassadas como verdades absolutas. (FERNANDES; SOUZA, *idem*, p.8). Conceitos básicos, como meio ambiente, desenvolvimento sustentável, biodiversidade e conservação, pontos focais das discussões na Eco-92 e na formulação da Agenda 21, seguem assim obscuros no imaginário popular e seguindo contra a construção de uma sociedade capacitada a manter comunidades sustentáveis.

### **Uso dos jornais como ferramenta transdisciplinar de educação**

De acordo com Pavani (2005), a literatura específica não apresenta projetos de uso sistemático de jornais como ferramenta transdisciplinar à educação nas escolas antes de 1983. Neste ano, diz a autora, foram implementadas as primeiras iniciativas: “Zero Hora na Sala de Aula”, jornal Zero Hora, de Porto Alegre; e “Quem Lê Jornal Sabe Mais”, jornal O Globo, do Rio de Janeiro. No entanto, dezenas de projetos surgiram entre as décadas de 1980 e 1990. A Associação Nacional de Jornais (ANJ), que mantém o programa “Jornal e Educação”, listou, em 1999, 30 projetos de educação, que atendiam a cerca de 8 mil escolas, o que abrangia aproximadamente 3,3 milhões de alunos (ANJ, 1999, ap. PAVANI, 2005). Mas o site da associação atualmente registra o aumento de projetos para 63<sup>3</sup>. A região Sudeste abriga o maior número deles (30), seguida de Sul (15), Nordeste (11), Centro-Oeste (4) e Norte (3). Pavani (2002, p.21) destaca que os projetos têm dinâmica variada e dependem da área geográfica em que estão inseridos e da política da empresa. A maioria consiste em fornecer jornais para leitura dirigida nas salas de aula.

---

<sup>3</sup> Site da Associação Nacional de Jornais (ANJ): <[www.anj.org.br/jornaleeducacao](http://www.anj.org.br/jornaleeducacao)>. Acessado em 10 de março de 2009.



De acordo com a ANJ, os projetos em andamento na região Norte estão restritos ao jornal A Crítica, de Manaus (AM), com o projeto “A Crítica na Escola”, criado em 1998; a O Liberal, de Belém (PA), com “O Liberal na Escola”, iniciado entre 1994 e 1995; e o Diário da Amazônia, de Porto Velho (RO), com “Diário e Educação”, implementado em 2005. “O Liberal na Escola”, o projeto mais longo da Amazônia, atua em 350 escolas paraenses (O LIBERAL, 2009). Com mais de 10 anos de atuação, a iniciativa ganhou sólida base metodológica e possui parcerias com órgãos estaduais e municipais de cultura e museus – como o Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG), instituição responsável pelo parque zoológico homônimo -, além de se estender até escolas de São Paulo e do Distrito Federal, que abrigam sucursais de O Liberal. Além da leitura dirigida em sala de aula, os alunos de escolas conveniadas fazem visitas monitoradas à redação e parque gráfico do jornal, a museus, entre outros. O Liberal na escola faz o cadastro anual de instituições e professores e promove palestras e seminários de capacitação para educadores.

Não é nosso objetivo, neste artigo, analisar as características do projeto “O Liberal na Escola” profundamente, mas, sim, colocar em discussão algumas das conclusões obtidas em trabalho de análise dos sentidos do meio ambiente no Quarto Jornalismo<sup>4</sup> encontrados no noticiário de O Liberal que são pertinentes à questão do uso de jornais como ferramenta transdisciplinar para o processo de educação (BARROS, 2007).

O trabalho citado consiste em um estudo de análise de conteúdo da cobertura de assuntos voltados ao meio ambiente e abordagem de conceitos como biodiversidade, desenvolvimento sustentável e conservação em O Liberal. O corpus de pesquisa foi dividido em duas etapas: exemplares das edições de 1 a 7 de junho de 1992, época da Eco-92; e das edições de 1 a 7 de junho de 2005, ano do 13º aniversário da Convenção e comemoração da Semana Nacional do Meio Ambiente.

Identificamos no *corpus* os principais problemas do jornalismo ambiental comentados por Trigueiro (2003) no contexto do Quarto Jornalismo e da Idade Mídia: a) um jargão ecológico que impede a clareza da informação; b) a natureza efêmera da notícia, com um *timing* geralmente inversamente proporcional ao das questões

---

<sup>4</sup> Etapa atual do jornalismo, que se estende desde aproximadamente a década de 1970, marcada pelo crescente uso da informação eletrônica e interativa. Tem como valores dominantes impactos visuais, velocidade e transparência. Momento em que se altera drasticamente as funções do jornalista. (MARCONDES FILHO, 2002).



ambientais; c) e o reducionismo, superficialidade e banalização das informações, que, em grande parte, reduzem meio ambiente à fauna e flora.

Neste emaranhado de produtos midiáticos se encontram sentidos que não são “simples reflexos ou cópias da realidade, mas são, isso sim, realidades produzidas e embaladas de tal modo que o receptor as consome sob o rótulo de verdades prontas, embora não sob o determinismo de nelas crer” (DUTRA, 2005, p.252) – processo que evidencia uma série de conseqüências opostas a um fazer jornalístico ideal, ferramenta para a construção de uma sociedade igualitária e em condições de não relegar o Planeta à destruição.

Diante destas questões e do exemplo de O Liberal, é evidente que o uso de jornais como ferramenta transdisciplinar pode causar uma série de conseqüências negativas em relação ao aprendizado, na formação da opinião pública e solidificação da consciência ambiental – sobretudo se o professor ou orientador dos alunos não tiver qualificação suficiente para identificar equívocos no material jornalístico. Este caso, voltado para o meio ambiente, se aplica a um exemplo regional, mas sugere a hipótese de que se reproduz em escala nacional, com intensidades distintas. “O que está em jogo é a formação de um leitor cidadão do mundo, que seja também conhecedor das mazelas de sua cidade e Estado”, destaca Pavani (2005, p.34), sobre o processo de educação com o auxílio de jornais impressos. Segundo a autora, o objetivo é formar um aluno ativo:

[Se] O aluno de hoje é bem informado, com pesquisas fundamentadas em acontecimentos atuais na comunidade local e mundial, será amanhã um leitor mais crítico, criativo. Saberá fundamentar suas opiniões e críticas, contextualizá-las, destacando-se dentro do senso comum dos leitores (PAVANI, 2002, p.32).

A anomalia do processo educacional que surge em meio às informações distorcidas oriundas do uso de jornais como ferramenta transdisciplinar de aprendizado vai ter (ou já apresentaria – uma nova possibilidade de investigação) sérias conseqüências manifestadas na formação da consciência ambiental do aluno, reiteradas por conta das características da cultura midiática brasileira citadas anteriormente. O jornalista e sociólogo Lúcio Flávio Pinto (2008) destaca que, neste sentido, o jornal não poderia ser influenciado pelos fatores que identificamos como problemas do quarto jornalismo.



Assim, a relação seria dialética: o jornal seria ao mesmo tempo o pólo ativo e passivo, ajudando a formar a opinião pública e sendo também por ela influenciado, através do poder público, cuja participação se restringiria a propiciar a aquisição de exemplares em volume expressivo, para atender um universo representativo de jovens, mas com acompanhamento pedagógico e cultural, de tal modo a afastar as interferências políticas e as manipulações comerciais (PINTO, 2008).

### **Anomalias da relação sociedade, mídia e meio ambiente**

Para Crespo (2003, p.64), a evolução da consciência ambiental no Brasil nos últimos 10 anos seguiu de acordo com as condições socioculturais locais, sobretudo a relação entre sociedade e mídia. Segundo a autora, que, entre 1991 e 2001, liderou pesquisa de opinião pública chamada “O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável”, em três edições, a cobertura da Eco-92 pela mídia brasileira mudou a trajetória do movimento ambientalista no País e serviu de base para pautar na sociedade os temas voltados ao meio ambiente.

Porém, o resultado contemporâneo desta relação se mostra paradoxal. À medida que cresce a consciência ambiental do brasileiro, a pauta de assuntos ambientais na mídia decai, em relação à cobertura da conferência do Rio de Janeiro ao ponto de a própria mídia silenciar um fenômeno social que toma força a cada ano, encabeçado pela sociedade civil organizada, organizações não-governamentais e, em menor parcela, nos governos.

Às vésperas da Eco-92, Crespo iniciou o trabalho para saber o que os brasileiros pensavam sobre ecologia e meio ambiente. Em pesquisas em institutos de opinião pública privados e em universidades ela chegou à conclusão de que os assuntos ainda não haviam despertado o interesse do campo das ciências sociais, dos governos, além das instituições voltadas à gestão e proteção do meio ambiente, como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) (CRESPO, 2003, p.61). As discussões na mídia àquela época restringiam-se superficialmente às agendas “Verde”, voltada à conservação das florestas tropicais de interesse dos países do Norte, como os Estados Unidos; e de “desenvolvimento”, a busca de financiamento para melhorias no saneamento básico e luta contra a poluição urbana, relevante para os países do Sul, como o Brasil.

Diante da ausência de informações fomentadas por instituições nacionais, a pesquisadora baseou-se em sondagem simultânea em vários países liderada pelo Instituto Gallup, norte-americano. A pesquisa de opinião, de iniciativa internacional,



intitulada *Healthy Planet* (Planeta Saudável) buscava medir o quanto a população estava preocupada com problemas ambientais globais. Os resultados do Brasil indicavam que os brasileiros não pensavam ou achavam nada, dado justificado por Crespo (idem, p.61 e 62):

O fator mais importante, olhando agora (de 1992 para 2003), é que realmente a problemática não estava na agenda pública. O ambientalismo brasileiro, então denominado pejorativamente de “ecologismo”, era incipiente, pouco conhecido como ideologia, pouco vivido como prática social, pouco pensado como atividade intelectual ou de pesquisa. Cadastro feito por três organizações e grupos ecologistas em meados dos anos 1990 (ECOLISTA, Mater Natura/WWF/ISER, 1995), forneceu um número auspicioso: existiam cerca de 900, espalhados pelo Brasil inteiro. Mas no foco particular, olhando para a realidade dessas ONGs, os dados qualitativos eram pouco animadores: a maioria funcionava com poucos militantes (menos de 20), tinham orçamentos irrisórios e uma atuação apenas local. Era um conjunto de organizações desarticuladas, amadoras, que viviam do heroísmo de seus militantes e de campanhas pontuais. Faziam muito barulho, causavam comoção, mais ainda tinham muito pouca efetividade na formulação de políticas públicas.

O cenário descrito acima foi modificado radicalmente com a realização e a superexposição da Eco-92 no Brasil, sobretudo por ter sido no Rio de Janeiro, defende Crespo. A pesquisadora acredita que, em 10 anos, poucos temas tenham levado tão pouco tempo para “mudar de patamar no entendimento da população” e no “fluxo de consciência pública” (CRESPO, ibidem, p.62). Enquanto a mídia bombardeava a população com as mais variadas informações sobre a Eco-92, meio ambiente e conceitos ainda novos para o público como biodiversidade e desenvolvimento sustentável, a primeira etapa da pesquisa “O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável” – intitulada “O que o brasileiro pensa da ecologia”, e divulgada ainda em 1992, depois da análise de 3.650 entrevistas domiciliares em todo o País –, mostrou que quase metade da população (47%) não era capaz de identificar de maneira espontânea (as perguntas eram abertas) um problema ambiental que afligia a sua cidade ou o Brasil.

Nas etapas seguintes da pesquisa, o número de pessoas que não conseguiam identificar problemas ambientais diminuiu, em contraponto ao decréscimo da exposição de temas ambientais na mídia, especialmente nos jornais, que forneciam noticiário mais abrangente em relação às emissoras de televisão e rádio. Em 1997, o percentual baixou para 36% e em 2003 para 25%. Contudo, o meio ambiente passou a



ocupar maior parte da agenda pública dos brasileiros, mas herdou a superficialidade no tratamento e os estereótipos relacionados ao tema quando eles são emitidos como produtos midiáticos. Foi dado constante nas três versões da pesquisa uma visão “natural” e “edênica” do meio ambiente.

Independentemente das faixas em que foram divididos os entrevistados, os brasileiros consideram o meio ambiente como sinônimo de fauna e de flora e ser ambientalista é “defender a natureza”. Além disso, deixam de fora deste contexto “qualquer coisa relacionada aos seres humanos e às suas criações”. A natureza é vista como distanciamento e temas como os da “agenda marrom”, por exemplo, saneamento de periferias urbanas e tratamento do lixo não têm apelo junto à população (CRESPO, 2003, p.66 e 67).

Esta evolução anômala da consciência ambiental, deslocada da ação social, implica que o meio ambiente não tem a ver com o cotidiano das pessoas e não interfere de forma drástica no dia-a-dia, processo atestado por mais autores segundo Crespo (idem, p.68):

Vários autores que procuram analisar a evolução do ambientalismo nos países dos hemisférios sul e norte consideram que não se pode dizer que essa consciência superficial (porque descolada da ação) ou ingênua (porque romântica, edênica) caracteriza um ambientalismo transformador de hábitos e atitudes; e se essa dinâmica não evolui, não se pode dizer que a população se apropria do ambientalismo como uma ideologia que opera na realidade, mudando o estado das coisas (...) ao invés de causar um grande impacto nos hábitos e atitudes coletivos, o ambientalismo característico desse tipo de consciência superficial é difuso, isto é, está presente de forma desarticulada, pulverizada na população e gerando desde iniciativas individuais de pouco impacto (...) até atitudes meramente discursivas como as dos jovens que vestem camisetas com dizeres e slogans “ecológicos”, tais como “salvem as baleias” ou as tartarugas brasileiras ou a ariranha-azul, considerando que já estão fazendo a sua parte.

### **O “elo” entre mídia e meio ambiente**

A ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, em prefácio para uma coletânea de artigos organizada por Trigueiro (2003), fala da impressão que teve ao participar da reunião da Comissão de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), em Nova York, em março de 2003. Para ela, os especialistas pareciam “falar para o espelho”, discussões que vinham rendendo tão pouco resultado prático, uma espécie de “consumismo ideológico” de conceitos com fins em si. Um acúmulo de conhecimento que circula muito pouco na sociedade, sobretudo quando analisado





sob a condição cultural midiática brasileira abordada anteriormente. “Nos tempos de informação rápida, superficial e excessiva, sem recolhimento para avaliar e processar, restará o consumo: das novidades, dos tratados, das declarações sem compromissos”, resume Marina Silva o retrato da exposição dos assuntos voltados ao meio ambiente na mídia, que poderia servir como um dos elos entre o “socioambientalismo” e a sociedade.

A ministra, conhecida pela militância, ao lado de Chico Mendes, no movimento nacional dos seringueiros do município de Xapuri, no Acre, na década de 1990, se ressentia da falta de um “evento” – no sentido trabalhado por Hannah Arendt, na obra *A Condição Humana* – com capacidade para mudar o rumo ou fomentar o elo entre meio ambiente e sociedade. Acreditamos que o “evento” seria o elo e a mídia teria papel fundamental por vivermos na sociedade da informação.

A grande problemática é dar acesso e ressonância qualitativa às questões que geraram tanto conhecimento em diversas reuniões como a da Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU, que hoje, para a maioria da população brasileira, ainda são sinônimos de fauna e flora como atestam as pesquisas de opinião. Diante das considerações feitas até o momento neste capítulo, a construção daquele elo seria promovida por uma mudança de paradigma social no País ou estritamente por uma reestruturação do sistema que é reproduzido e sustenta a mídia, integrante de uma complexa cadeia industrial que tem como função primordial gerar lucro na sociedade capitalista?

Os governos democráticos, que teriam o principal papel de oferecer à sociedade condições de qualificar a consciência ambiental, ao menos no Brasil, ainda não utilizam suas ferramentas de maneira eficaz. Políticas públicas relutam em se materializar além dos documentos assinados em grandes reuniões geralmente midiáticas como grandes eventos e que depois caem no esquecimento da agenda midiática à espera de um “gancho” que os recoloca em exposição no dia-a-dia. O governo federal, por exemplo, com o grande aparato que possui para a gestão de comunicação social tem a capacidade de, no mínimo, pautar assuntos voltados ao meio ambiente, seja nos grandes jornais e redes de televisão ou na atuação direta com a população. Um exemplo disto é a Semana Nacional do Meio Ambiente, criada por decreto de número 86.028, de 27 de maio de 1981, pelo Ministério do Meio Ambiente, praticamente esquecida por mais de 20 anos pelos governos e sem ressonância na mídia.



Para o jornalista Juarez Tosi (NETHER, 1998), a mídia avança na cobertura ambiental na medida em que é pressionada pela sociedade, que cada vez mais tem acesso à problemática meio ambiente. Grande parte desta conscientização está ligada ao surgimento e a ação de ONGs, que retomaram o enfraquecido movimento ambientalista e pressionam mídia, governo e empresariado por alternativas que substituam o atual modelo de desenvolvimento que agride a natureza e o bem-estar da população. Roberto Villar, editor e criador do Jornal do Meio Ambiente (NETHER, 1998, p.17), complementa que atualmente não são apenas as pessoas ligadas ao movimento ambiental que falam sobre meio ambiente. O tema e sua importância social perpassam no discurso de cientistas, empresários, políticos, líderes religiosos, entre outros. Para ele, a questão permeia todos os setores e a mídia não espelha esta movimentação como deveria.

#### **Bibliografia:**

BARROS, T. In: Os sentidos do meio ambiente no Quarto Jornalismo: Um estudo de caso de O Liberal (1992 e 2005). VI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORTE, edição, Belém, 2007. **Anais...** Belém, INTERCOM NORTE, 2007. 1 CD-ROM.

BORTOLOZZI, A. A Comunicação, ensino e temática ambiental. **Comunicação & Educação**, n.14, jan./abr., p. 42-48, 1999.

CRESPO, S. Uma visão sobre a evolução da consciência ambiental no Brasil nos anos 1990. In: TRIGUEIRO, A. (org). **Meio Ambiente no Século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p. 59-73.

DUTRA, M. **O discurso ecológico na televisão**: um caso de estudo. Estudos do NUMA, n.3. Belém, UFPA, 1994.

\_\_\_\_\_. **A natureza da TV**: uma leitura dos discursos da mídia sobre a Amazônia, biodiversidade, povos da floresta...Belém: Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (UFPA), 2005.

FERNANDES, F; SOUZA, C. **Mídia e Meio Ambiente**: limites e possibilidades. Disponível em:  
<<http://www.unitau.br/prppg/publica/humanas/download/midiaemeioambiente-N2-2002.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2005.



MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e Jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Haker Editores, 2002.

MELO, J. M. de. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985.

NETHER, J. **Ecojornalismo Impresso**: análise do jornalismo ambiental em Porto Alegre. 1998. 84 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Centro de Educação, Ciências Humanas e Letras, Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 1998, mimeo. Disponível em: <<http://www.jornalismoambiental.jor.br/jornalismoambiental/monoecojojor.doc>>. Acesso em: 14 mar. 2006.

O LIBERAL (jornal) **O Liberal na Escola faz passeio pelos pontos turísticos de Belém**. Belém, 24.04.2009, seção Atualidades, p. 5.

PAVANI, C (org.). **Jornal: (in)formação e ação**. 2ª ed. São Paulo: Papyrus, 2005.

PINTO, L. F. Jornal na escola. **Jornal Pessoal**, 15 de jul. 2008. Disponível em <<http://www.lucioflaviopinto.com.br/?p=193>>. Acesso em: 10 mar. 2009.

SODRÉ, M. **A Comunicação do grotesco**: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. 12. ed. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1992.

TRIGUEIRO, A. Meio ambiente na idade mídia. In: TRIGUEIRO, A. (Org.). **Meio Ambiente no Século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p. 75-89.