



## **Jornalismo Ambiental ou Espetáculo Televisivo: Estudo sobre os Programas Globo Repórter e Expedições<sup>1</sup>**

Letícia Maria Klein<sup>2</sup>

Eumar Francisco da Silva<sup>3</sup>

Instituto Blumenauense de Ensino Superior – IBES/SOCIESC, Blumenau, SC

### **RESUMO**

O objetivo desta pesquisa foi identificar se os programas televisivos Globo Repórter e Expedições contribuem com a consciência ecológica do telespectador ou se visam ao espetáculo da temática ambiental. Utilizou-se análise de conteúdo como método principal e análise de discurso crítica como método complementar. Foram criados quadros e categorias para avaliar texto, imagens e fontes. Analisou-se dois episódios de cada um dos programas exibidos no mês de agosto de 2011. Os resultados revelaram que o Expedições apresenta preocupação com a natureza e estimula a consciência ambiental e que o Globo Repórter prioriza o espetáculo e visa ao entretenimento. Concluiu-se que os *mass media* no geral não fazem uma cobertura responsável de pautas ambientais e não ajudam na formação da consciência ecológica.

**PALAVRAS-CHAVE:** espetáculo; Expedições; Globo Repórter; jornalismo ambiental; audiovisual.

### **1 INTRODUÇÃO**

A partir da década de 1990, a televisão começou a produzir, com mais frequência do que nas décadas anteriores, programas voltados à ecologia com o objetivo de promover um olhar mais atento e amplo ao meio ambiente. Alguns dos programas estão realmente voltados à questão protecionista da vida selvagem, enquanto outros priorizam o espetáculo do tema. Essas produções são transmitidas por canais de televisão abertos e fechados e possuem linguagem de fácil entendimento. Este artigo apresenta a análise dos programas televisivos Expedições, da TV Brasil, e Globo Repórter, da Rede Globo, com o propósito de identificar se existe preocupação com a preservação ambiental ou a mera promoção do espetáculo.

A finalidade científica deste estudo é discutir como a cobertura jornalística de questões ambientais, principalmente na televisão, acontece atualmente e que rumos ela

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Junior do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Formanda do Curso de Jornalismo do IBES/SOCIESC, email: [leticiamklein@gmail.com](mailto:leticiamklein@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do IBES/SOCIESC, email: [eumar.silva@gmail.com](mailto:eumar.silva@gmail.com).



deve seguir para tornar-se eficaz na promoção da preservação ambiental e estímulo da consciência ecológica. O tema é relevante socialmente devido às grandes e alarmantes proporções que as questões ambientais alcançaram no mundo contemporâneo e que exigem a atenção de todos os segmentos da sociedade para que as soluções saiam do plano teórico para o nível prático com o objetivo de anular, ou no mínimo reduzir, os danos causados ao meio ambiente e que afetam diretamente os seres humanos.

## 1.1 EXPEDIÇÕES

Expedições, coproduzido pela TV Brasil e exibido por esta emissora tanto em seus canais pagos quanto abertos (estes sintonizados em seis estados do Brasil), é um programa de conscientização ambiental e cultural produzido pela jornalista Paula Saldanha e pelo biólogo e documentarista Roberto Werneck.

Em entrevista<sup>4</sup>, Saldanha lembra que a série Expedições surgiu com o plano de conhecer a nascente do Amazonas.

Em 1974, quando me convidaram pra fazer televisão e apresentar o Fantástico, nós começamos a planejar a compra dos nossos equipamentos naquele formato de documentário, que o Roberto criou em 1977. Ele saía por várias regiões brasileiras, Amazônia, Pantanal, com uma câmera 16 mm, película, nas costas, e ia sempre com dois assistentes. Aquele formato deu origem ao primeiro programa de meio ambiente para crianças e jovens, que foi o Globinho Repórter<sup>5</sup>.

Por conseguinte, eles gravaram o documentário Nascente do Amazonas, exibido primeiramente na antiga TV Manchete, que gerou livros e filmes e deu origem à série Expedições, que está no ar desde 1995. No início, o programa era mensal e exibia um documentário de uma hora. Atualmente é semanal, com documentários de 25 minutos.

## 1.2 GLOBO REPÓRTER

O Globo Repórter, da Rede Globo, é um programa com grandes reportagens que abordam uma temática por episódio, geralmente saúde, meio ambiente, alimentação e empreendedorismo, com três ou quatro subtemas por episódio, ou dependendo do

---

<sup>4</sup> Programa Expedições completa 15 anos no ar. **Leste mais**. Disponível em: <[http://www.lestemais.com.br/Noticia.asp?id\\_noticia=6116](http://www.lestemais.com.br/Noticia.asp?id_noticia=6116)> . Acesso em: 05 abr. 2011.

<sup>5</sup> Idem.



assunto, apenas um. Natureza e ecologia começaram a ser abordados em 1996. Pontual (1994) conta que o programa começou em março de 1973 com episódios mensais que abordavam um só tema em reportagens de 40 minutos, em que o narrador lê um texto acompanhado de imagens.

Em 1982, o Globo Repórter passou a ser semanal e a exibir quatro assuntos no lugar de um. Em 1983, foi adotado um novo formato, que permanece até hoje: grandes reportagens investigativas, em que o repórter aparece frente à câmera, como um intermediador, proporcionando ritmo mais dinâmico ao programa. Pontual (1994, p. 97) conta que esse modelo foi escolhido devido ao tipo de público do programa, pois documentários exigem “um público mais especial, mais qualificado, que procura uma informação mais elaborada. Já o público de massa, o alvo da televisão comercial, não tem capacidade de se concentrar muito tempo num assunto só e prefere a variedade”.

O novo modelo consistia de reportagens que contavam uma história em torno de personagens, de forma dramática, com começo, meio e fim, procurando criar uma tensão que só seria dissolvida no final do episódio (PONTUAL, 1994). Em 1991, as várias reportagens por episódio voltaram, com temas do momento e com gradativa ampliação a temáticas populares, além de produções independentes. O autor (1994, p. 101) explica que “as pessoas têm uma necessidade muito grande de informações que sirvam para o seu dia a dia [...] por isso escolhem, em geral, aquilo que possa de alguma forma melhorar sua vida, como matérias sobre vitaminas, saúde do bebê e assuntos familiares em geral, que são mais apreciados que assuntos abstratos”.

## **2 O JORNALISMO AMBIENTAL**

O jornalismo ambiental é um segmento do jornalismo especializado em notícias e produções sobre o meio ambiente, incluindo todas as suas facetas e angulações (fauna, flora, recursos naturais, catástrofes ambientais, malefícios causados e/ou intensificados pelo homem, sustentabilidade, ecologia e sociedade, entre outros) Souza (2008) relata que o meio ambiente começou a aparecer na mídia no fim dos anos 1960 e início de 1970, decaindo na metade desta década e ressurgindo com força em meados de 1980. Em 1990 a temática saiu de cena novamente e só retornou em 1992, ano da Conferência



Mundial da ONU sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro, a Rio-92<sup>6</sup>.

A cobertura midiática do meio ambiente está prevista inclusive na constituição brasileira referente à Política Nacional de Educação Ambiental, Lei Federal nº 9.795/99.

Art. 3º Como parte do processo educativo mais amplo, todos têm direito à educação ambiental, incumbindo:

[...]

IV – aos **meios de comunicação de massa**, colaborar de maneira ativa e permanente na **disseminação de informações e práticas educativas** sobre **meio ambiente** e incorporar a dimensão ambiental em sua programação. (BRASIL, 1999).

O jornalismo não é apenas um espelho da realidade, é também um modelador da sociedade, o que significa que tem grande impacto na constituição da opinião pública e incentiva atitudes e mobilizações sociais.

O jornalismo, ou em nosso dialeto, a mídia, desempenha papel essencial para a constituição da esfera pública. As rotinas das distintas atividades profissionais ligadas ao campo da comunicação social ocupam-se, de um modo ou de outro, a intermediar o relacionamento entre os atores sociais. Estão entre os acontecimentos e os sujeitos, entre os produtos e os consumidores, entre os conteúdos culturais e seus usuários, representando, desse modo, elo essencial entre os componentes da sociedade da informação. Os conteúdos midiáticos influem nos processos de formação de opinião, estimulam comportamentos, enfim, podem ser considerados elementos constitutivos da sociabilidade moderna. (BRITTES, 2008, p. 330).

O exercício do jornalismo demanda responsabilidade e ética na “formação de opinião” e “estímulo de comportamento” e cada uma dos jornalismo especializados tem suas próprias responsabilidades e regras de conduta para com público e sociedade. Segundo Trigueiro (2005, p. 292), “uma das premissas do jornalismo ambiental é perceber a realidade que nos cerca de um ângulo mais abrangente, privilegiando a qualidade de vida no planeta e do planeta, que foi um dos legados da Rio-92”.

Bueno (2008, p. 165) explica que o jornalismo ambiental tem três funções principais: informativa (informações de interesse público que considerem “o impacto que determinadas posturas, processos e modelos têm sobre a natureza e a qualidade de

---

<sup>6</sup> A Rio-92, também chamada de Cimeira da Terra, foi uma cúpula que reuniu 104 chefes de Estado e mil delegados de 180 países. Nove mil jornalistas foram credenciados para cobrir o evento, o maior realizado até então sobre meio ambiente. (TRIGUEIRO, 2005).



vida da população”), pedagógica (explicação das causas e soluções para os problemas ambientais e sugestão de soluções que os cidadãos podem adotar para reduzir ou acabar com os problemas) e política (mobilização das pessoas contra interesses políticos e econômicos de empresas e setores que agravam as questões ambientais).

Bueno (2008, p. 166) esclarece que é preciso que o jornalismo ambiental assuma determinadas características para cumprir essas funções: ter claro que o saber ambiental é produto da mistura de múltiplos saberes; “ter compromisso com interesse público, democratização do conhecimento e ampliação do debate”; não atuar como porta-voz de segmentos da sociedade; estar conectado com “o pluralismo e a diversidade”; “incorporar visões inter e multidisciplinares”; “engajar-se social, política e culturalmente”; não se comprometer com a isenção.

Desde a Rio-92, as mídias impressa e eletrônica aumentaram consideravelmente os espaços dedicados à questão do meio ambiente e “uma nova geração de jornalistas encontrou um mercado mais arejado e menos preconceituoso em relação aos assuntos ambientais” (TRIGUEIRO, 2005, p. 293). Segundo Girardi (2001 apud SOUZA, 2005 apud REZENDE; MORAIS, 2008), apesar do fraco desempenho da mídia na cobertura de pautas ambientais, foram os meios de comunicação que aproximaram o público de massa das instituições de produção científica. Marcondes (HIU UNISINOS, 2010) avalia que o jornalismo ambiental evoluiu muito na última década, passando de uma comunicação fechada a uma comunicação em grande escala.

Há dez anos, o jornalismo ambiental era uma comunicação de nicho, focado em pequenos veículos que falavam para muito pouca gente, principalmente iniciados. Hoje, o jornalismo ambiental conta com excelentes veículos especializados, mas, principalmente, está presente em grandes veículos de comunicação com todos os suportes possíveis. É TV, rádio, jornais e revistas, além do suporte global da Internet. A cobertura ambiental também saiu de páginas marginais dos veículos, como a geral, que disputava espaço com buracos de rua e outras pequenas mazelas para ser estampada nas primeiras páginas e nos cadernos de economia. Houve uma evolução. Ainda pode melhorar muito em qualidade de enfoque, mas já ocupa espaços nobres. (HIU UNISINOS, 2010).

A tendência é que a cobertura jornalística do meio ambiente desenvolva-se cada vez mais devido à emergência de se discutir os problemas e soluções.

Shinar (2008, p.17) discorda dos autores acima e diz que o “meio ambiente ocupa espaços, tempos e abordagens muito limitados na mídia em geral; [...] e estas



limitações se intensificam em situações de crise, conflito, guerra e paz”. Para Souza (2005 apud REZENDE; MORAIS, 2008), a mídia aborda o meio ambiente pela óptica capitalista, de forma a prender o “público ouvinte e anunciante que é fiel à lógica mercantilista do mundo global”. Díaz Nosty (2008, p. 35) acredita que a defesa do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável tornaram-se “objetivos universais” e “*desiderátum* retórico” que, no cotidiano, evidenciam as incongruências de um modelo de sociedade que visa aos interesses do sistema produtivo, “cujas extensões midiático-culturais não favorecem a criação de uma consciência crítica e o consenso na adoção de medidas que viabilizem a sustentabilidade do planeta”.

A maior parte da mídia, principalmente os meios de comunicação de massa, apenas apresenta o problema sem contextualizá-lo (expor causas, consequências, soluções e alternativas). Alguns veículos utilizam-se da temática ambiental para vender uma imagem de preocupação com a natureza, quando na verdade só querem promover um show do tema e conseguir mais audiência.

Bueno (2008, p. 168) explana que as funções informativa, pedagógica e política não são devidamente cumpridas porque o jornalismo ambiental brasileiro sofre de algumas síndromes: “*zoom* ou olhar vesgo” (fragmentação das notícias ambientais em editoriais, o que anula a perspectiva inter e multidisciplinar); “muro alto” (“tentativa de despolitização do debate ambiental pela desvinculação entre vertente técnica (perspectiva empresarial) e vertentes econômica, política e sociocultural”, “lattelização das fontes” (prioridade do jornal por fontes com currículo acadêmico), “indulgências verdes” (“marketing verde” para melhorar a imagem da empresa), “baleia encalhada” (“espetáculo da tragédia ambiental, procura do inusitado e esotérico, sensacionalismo”).

O verdadeiro jornalismo ambiental preocupa-se com a preservação da natureza, em educar o público e em proporcionar reflexão crítica sobre o modo de vida contemporâneo e suas consequências.

Díaz Nosty (2008, p. 37) pergunta “que papel jogam os meios no campo da sustentabilidade e na criação de uma consciência crítica mais ampla?” e diz que os movimentos ecologistas mais conhecidos, como o Greenpeace, não têm o apoio da imprensa de massa. “Em termos de apoio popular, subscrição ou afiliação a essas iniciativas, percebe-se um alcance limitado que não corresponde à gravidade dos problemas que denunciam” (DÍAZ NOSTY, 2008, p. 37). Os jornais apenas noticiam o que foi a ação e qual a reivindicação, mas não aprofundam os contextos do movimento.



A luta pela sustentabilidade e preservação do meio ambiente sempre cultivou formas simbólicas que fogem à trivialidade informativa comum à produção noticiosa oferecida pela grande mídia sobre assuntos cotidianos. Associada, comumente, a episódios catastróficos, numa abordagem que privilegia o factual e, algumas vezes, o grotesco, a informação ambiental sempre se limitou ao repasse de informação que leva mais à perplexidade do que à ação em si. A ausência de relação entre meio ambiente e problemas sociais criam a falsa ideia de que há uma dissociação entre saúde, utilidade pública e ecologia. Para Vilmar Berna (2005), escritor e jornalista ambiental, *boa parte do que se publica sobre meio ambiente aborda mais o lado físico, científico, como se fosse deliberado evitar o caráter político da questão*. (REZENDE; MORAIS, 2008, p. 268).

A abordagem jornalística sobre meio ambiente e ecologia deve fugir ao mero repasse de informações factuais porque diz respeito a questões ligadas diretamente à vida das pessoas, ao padrão de consumo atual e ao modo de se viver da sociedade contemporânea. Shinar (2008) expõe que o jornalismo ambiental deveria ser como o jornalismo de paz, que aborda todas as angulações de guerras e conflitos, e afirma que os dois são exemplos do “bom jornalismo”.

O jornalismo ambiental é a ferramenta de reeducação da sociedade para as questões que envolvem ecologia e seres humanos, em um processo onde o discurso é argumentativo, coerente com as causas ambientais, sério e agente construtor de uma realidade onde o público tem direito a informações multidisciplinares e é estimulado a desenvolver uma consciência mais crítica e ecológica.

### **3 O ESPETÁCULO NA TELEVISÃO**

A televisão, como meio de comunicação mais popular e influente entre uma parcela maciça da população, utiliza-se de um recurso exclusivo e poderoso para prender a atenção das pessoas: as imagens. Não imagens quaisquer, mas imagens espetaculares, que surpreendem e extasiam o telespectador, uma sequência de cenas combinada com textos que se apresenta como um espetáculo à parte para quem vê. Afinal, segundo Debord (1997, p. 14) “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. O que faz do espetáculo muito mais do que uma seleção de imagens fantásticas, mas uma ferramenta de difusão de ideias, conceitos e visões de mundo dos proprietários das emissoras de televisão e dos jornalistas que nelas trabalham.



Debord (1997, p. 14) explica que “o espetáculo não pode ser compreendido como o abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas de difusão maciças das imagens. Ele é uma *Weltanschauung*<sup>7</sup> que se tornou efetiva, materialmente traduzida. É uma visão de mundo que se objetivou”. O espetáculo televisivo já se fixou como uma entidade própria no mundo da televisão e no jornalismo televisivo e é o ponto de partida na cobertura dos fatos, principalmente de pautas que tem mais apelo perante o público, como o trágico e o selvagem. “O espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos” (DEBORD, 1997, p. 171). Ou como coloca Pena (2006, p. 88), “na encenação do real, o veículo vida gera novos episódios diariamente, fazendo com que as aplicações que a mídia descobre para esses episódios ultrapassem a própria realidade”. São os excessos que inibem a construção da consciência crítica por parte dos jornalistas.

Para Bourdieu (1997, p. 25), “o princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular. A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico”. Pena (2006, p. 88) concorda ao dizer que “cada acontecimento em torno de um indivíduo é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um filme”, pois, segundo ele, a espetacularização da vida cotidiana tomou o lugar das formas tradicionais de entretenimento. A dramatização e espetacularização são feitas pela mídia com o intuito de entreter o telespectador e fazê-lo esquecer as preocupações do dia a dia, os problemas do trabalho, as complicações da vida pessoal. É o espetáculo visando a si mesmo, como único fim, segundo Debord (1997). Este afirma que o espetáculo é um monólogo, não permite diálogo nem discussão com o público e, portanto, prioriza a quantidade, o que acarreta na perda da qualidade.

A perda qualitativa dos produtos jornalísticos pode acontecer quando há patrocínio e *merchandising* envolvidos, aumentando assim a pressão sobre os jornalistas para a produção de materiais que agradem o público telespectador e principalmente os patrocinadores. Conforme Pena (2006, p. 90), “a notícia é um produto à venda e está exposta na vitrine do capitalismo industrial”. Marcondes (1988 apud PENA, 2006, p.90), afirma que a notícia “é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais”. E o público dessas notícias “é tratado como inserido na lógica comercial, que fabrica ícones e veicula situações inusitadas e

---

<sup>7</sup> Palavra em alemão que significa “visão do mundo, cosmovisão, mundividência; ideologia”.



irreverentes. Em outras palavras, espetáculo e entretenimento” (PENA, 2006, p.90). Essa é a política do mundo capitalista globalizado na qual a televisão está inserida e, portanto, segundo Bourdieu (1997), sofre censuras políticas e econômicas.

Para Debord (1997, p. 34) o espetáculo fundamenta-se na economia e “é a outra face do dinheiro”. Isso acontece principalmente em emissoras de TV aberta, que atingem a maior parcela do público dos meios de comunicação e sobrevivem de publicidade. “A rigorosa lógica do espetáculo comanda em toda a parte as exuberantes e diversas extravagâncias da mídia” (DEBORD, 1997, p. 171). Muitas destas extravagâncias envolvem a cobertura jornalística do meio ambiente, majoritariamente em programas e telejornais de canais abertos, onde a natureza é retratada de forma abstrata e segregada da sociedade, não incorporando a visão sistêmica (“o universo é uma rede de fenômenos interligados e interdependentes”, (TRIGUEIRO, 2005, p. 7)) e deixando de lado as premissas necessárias para a produção de conteúdo crítico, sério e responsável.

O espetáculo não esconde que alguns perigos cercam a ordem maravilhosa que ele estabeleceu. A poluição dos oceanos e a destruição das florestas equatoriais ameaçam a renovação de oxigênio na Terra; a camada de ozônio não suporta o progresso industrial; as radiações de origem nuclear se acumulam de modo irreversível. O espetáculo conclui que isso não tem importância. Só está preocupado em discutir datas e doses. Com isso, ele consegue tranquilizar; coisa que um espírito pré-espetacular teria considerado impossível. (DEBORD, 1997, p. 193).

Um dos programas da televisão aberta que apresenta regularmente assuntos voltados à natureza e à ecologia é o Globo Repórter, da Rede Globo. Jorge Pontual, editor-chefe do programa de 1984 a 1995, explica como funciona a escolha de alguns temas para o programa (grifo nosso):

Fora do dia a dia, o que atrai muito as pessoas é a linha de aventura – levar o espectador até lugares onde ele nunca foi ou a fazer coisas que nunca fez. Esses programas, além de mexerem com a curiosidade, permitem uma riqueza de imagens muito importante, porque às nove e meia da noite, o público não quer só informação, mas também entretenimento. **O Globo Repórter é um programa jornalístico, mas é espetáculo também.** Se não for muito bem produzido e atraente do ponto de vista da imagem, não atende às expectativas. (PONTUAL, 1994, p. 101).



Em parte, o espetáculo televisivo na cobertura jornalística do meio ambiente e suas temáticas, geralmente em redes de televisão aberta, apresenta-se sob a forma de imagens espetaculares e pouca reflexão, priorizando o entretenimento. Mas há também programas, geralmente de emissoras privadas, que têm uma postura mais séria e responsável na cobertura da temática ambiental, propondo reflexões ao telespectador.

É preciso usar a forma do espetáculo – não o conteúdo – em favor do jornalismo ambiental e é possível fazer isso quando se tem profissionais responsáveis e preocupados em contribuir com a reeducação ambiental e a consciência ecológica do público. Sabendo que tem o poder de formar opiniões e ajudar a construir a realidade, o jornalista deve utilizar os dispositivos televisivos de maneira sábia e em harmonia com as questões relevantes da sociedade, guiando-se sempre pela ética.

## APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Com base na vertente principal da análise de conteúdo, a categorial, foram elaborados critérios que compreendessem a totalidade de cada episódio: o texto, as imagens e as fontes e personagens entrevistados e/ou citados. Assim, foram criados os seguintes quadros:

Tema do episódio:				
Subtemas do episódio:				
Adjetivos	Advérbios/ pronomes/dados quantitativos	Substantivos singulares/ compostos	Verbos	Expressões/termos

**Quadro 1 – Características do texto do episódio**

Fonte: autora

Imagens					
Tema	Off/passagem/ sonora coberta por imagens	Cenário	Plano/ângulo/ enquadramento	Duração total no episódio	Trilha sonora/efeito sonoro

**Quadro 2 – Características das imagens do episódio**

Fonte: autora

Fontes/personagens			
Pessoa – cargo	Tema	Tese/depoimento	Repetições de palavras

**Quadro 3 – Características das fontes e personagens do episódio**

Fonte: autora



Da pesquisa resultaram doze quadros (três por episódio) com média de cinco páginas e meia por quadro em orientação paisagem. O trabalho completo teve 214 páginas. Por meio das análises de conteúdo e de discurso crítica foi possível identificar as intenções e posturas dos programas Expedições e Globo Repórter na abordagem da pauta ambiental. Os quadros de obtenção de dados propiciaram a constituição do esqueleto dos programas e provaram como as palavras repetidas (como verbos, substantivos e adjetivos), as expressões ou termos peculiares, as imagens, os planos e as fontes consultadas revelam os propósitos dos produtos audiovisuais.

No episódio *Fauna ameaçada* do programa Expedições, as palavras mais mencionadas (vulnerável, extinta, queimadas, degradação, meio ambiente, biodiversidade, perda, caça, animais em extinção, preservação, tráfico de animais; preservar, contribuir, mudar, desaparecer, ameaçar) reforçam a necessidade de preservar a biodiversidade e os ecossistemas brasileiros, mostram ao telespectador a gravidade da destruição de habitats naturais, incentivam o público a ajudar a preservar as espécies e indicam como a produção do programa se inclui nos temas exibidos. No episódio, o ser humano é visto pela óptica negativa, como destruidor da natureza e responsável pelos males causados à fauna e flora. Apesar da preocupação que o episódio apresenta com a natureza, poderiam ter sido utilizados mais artifícios para aproximar tema e público e tornar as informações mais palpáveis, como comparação e exemplos práticos das consequências de queimadas e degradação de habitat para os animais. As passagens são simples; as imagens mostram a destruição e o mal que o homem provoca na natureza, mas também exibem a beleza dela. As cenas e trilha sonora objetivam transmitir emoções e sensações como agonia e desconforto que os bichos sentem, empatia com os animais e vontade de ajudá-los. As fontes entrevistadas trabalham em órgãos de proteção ambiental de repercussão e renome nacional, tem autoridade nos temas, revelam preocupação com a natureza e têm discursos caracterizados como institucionais e pedagógicos. Porém, falta a voz da comunidade, de pessoas que frequentam ONGs e ajudam nos projetos, por exemplo, o que fortaleceria a conexão com o telespectador.

O episódio *Foz do Amazonas*, segundo do Expedições, objetiva mostrar que a foz do Rio Amazonas está afundando a crosta terrestre e aumentando o litoral brasileiro. O número de passagens e *offs* é bem maior do que no episódio anterior e o discurso deste não é propriamente o de preservação ambiental, mas de conscientização do poder do Rio Amazonas como uma entidade viva. É perceptível a relação especial entre o tema e os produtores do programa, o que reflete o respeito e a adoração que a equipe



tem pelo rio. Neste episódio aparece pela primeira vez a marca do espetáculo no programa Expedições, com a informação do tempo de duração de uma viagem da produção feita no rio. O predomínio de grandes planos gerais e planos gerais abertos do rio, margens, ilhas, canais, florestas e região da foz evidencia a grandiosidade e a magnitude do Amazonas e o poder que ele tem de alterar a geografia das regiões; a dinâmica do rio é mostrada em planos em movimento. Faltam imagens de moradores vivendo na região da foz, o que deixa uma lacuna sobre a relação natureza-rio-comunidade e as consequências para estes moradores da dinâmica do rio. As sonoras são todas de professores e pesquisadores que estudam o Amazonas, sendo que a maioria delas é do geólogo Alberto Figueiredo. Assim como no episódio anterior, esse não apresenta a voz das pessoas da comunidade, moradores das áreas ribeirinhas que poderiam relatar as consequências da dinâmica do rio nas suas vidas.

Em *Águas amazônicas parte 1*, o programa Globo Repórter faz uma abordagem geral da nascente e da foz do Rio Amazonas, dedicando um terço dos 40 minutos de reportagem para o rio em si. O restante aborda temas afins, o que configura marca de espetáculo por desvio de assunto e prioridade ao entretenimento. Conforme a abertura do episódio (“O projeto Globo Natureza apresenta hoje um novo e surpreendente retrato do Amazonas. Vamos mostrar o que os livros de geografia ainda não contam: o gigante brasileiro superou o Nilo e se tornou não só o maior, mas também o mais extenso rio do mundo”), o programa dá a ilusão ao telespectador de que a informação sobre o Amazonas ser o maior rio do mundo é nova, sendo que a nascente no Peru foi mapeada e oficializada em 2007. A viagem pelo Rio Amazonas é constantemente tratada como uma aventura e o aspecto espetaculoso das horas de trajetos e de expressões é frequente no episódio. As palavras repetidas (novo, mais extenso, navegável, Amazonas, mundo, barco, carros, foz, Atlântico, viagem, dias, força, velocidade, mostrar, acompanhar, atravessar, chegar, viajar, enfrentar) enfatizam a expedição em busca da suposta novidade, menosprezam a visão sistêmica da natureza e não mostram uma visão séria e responsável do meio ambiente. O ser humano é tratado como superior à natureza e algumas expressões transmitem a ideia de que a dinâmica do rio é incômoda para os homens. Os ganchos para pautas ambientais que denotariam preocupação com a biodiversidade e estímulo à consciência ecológica são desperdiçados pelos jornalistas em prol do espetáculo, do entretenimento e da aventura. As imagens e os planos entretêm o telespectador, dão o tom de aventura aos temas e sensibilizam por meio do enquadramento de expressões e emoções das fontes. A trilha e os efeitos sonoros



reforçam a ligação entre texto e imagem e induzem à aventura e ao suspense. Dos 24 entrevistados, somente oito tinham relação direta com o assunto Rio Amazonas. As sonoras curtas e o grande número de fontes revelam a prioridade do programa por quantidade e superficialidade, suprimindo o aprofundamento de temas. A falta de informação sobre alguns entrevistados não confere credibilidade ao tema nem ao programa e dá a impressão de que os repórteres escolheram qualquer fonte para ocupar tempo e fugir de questões importantes. O espetáculo da pauta ambiental também está presente na ausência de perguntas relevantes que demonstrariam preocupação com a natureza.

No episódio *Tesouros do Caribe* não há um tema principal, tudo que é abordado como tesouro caribenho. As palavras repetidas (preservadas, maiores, cristalina, imensas, deslumbrante, selvagem, grande, tesouros, piratas, museu submarino, mundo, fascínio, viagem, paraíso, segredos, tempo, escuridão, descobrir, mergulhar, conhecer, encontrar, chegar, atrair, explorar) revelam uma necessidade compulsiva do programa por aventura e por espetáculo. A visão sistêmica de meio ambiente e a relação entre homem e natureza não é reportada e as pautas ambientais em potencial não são contextualizadas nem exploradas pelo repórter do ponto de vista da preocupação com a biodiversidade. Os gostos e visões pessoais do jornalista são constantemente expressos no episódio: o deslumbramento dele pela beleza dos locais que visita e o gosto e respeito por civilizações antigas. Os planos e a trilha sonora formam o principal suporte do espetáculo oferecido pelo programa. As mudanças constantes de planos objetivam dar dinâmica às cenas para manter o telespectador atento e concedem um ar de aventura aos temas. As trilhas conduzem as sensações que o público deve sentir, embora apresentem muitas trocas, constituindo uma poluição sonora. Todos os entrevistados são autoridades sobre o que falam, mas constituem somente o lado “bonito” das questões. Não foram consultadas fontes sobre pautas ambientais em potencial, como os recifes artificiais e as reservas ambientais. A duração das sonoras também é curta, sem dar tempo para contextualização ou aprofundamento de um tema por uma voz externa à do repórter. Apesar da credibilidade dos entrevistados, eles servem somente de complemento e ilustração e a maioria das sonoras não tem um caráter didático ou explicativo do ponto de vista ambiental.

Com o auxílio dos quadros elaborados para a análise de conteúdo e das técnicas da análise de discurso crítica, foi possível comprovar o pressuposto de que o Globo Repórter, em seus episódios sobre ecologia, prioriza o espetáculo da natureza em



detrimento da conscientização, com imagens e textos que prendem a atenção do telespectador e não propõem uma reflexão crítica. A análise também mostrou que o programa Expedições, em seus episódios sobre ecologia, procura aprofundar e contextualizar os temas relacionados à natureza com o intuito de propor o exercício crítico e incentivar o telespectador a desenvolver uma consciência ecológica. O objetivo de identificar se os produtos audiovisuais preocupam-se com o meio ambiente ou se visam à espetacularização da temática ambiental também foi alcançado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a imprensa de massa, em especial as emissoras televisivas de canal aberto, está aquém do razoável na cobertura de pautas ambientais e na promoção de uma reeducação ambiental ao público e não estão contribuindo para a formação da consciência ecológica necessária para encarar as mudanças que estão acontecendo no planeta Terra. Os programas que apresentam uma postura pró-ativa na preservação da biodiversidade, apesar de também terem abordagens falhas, estão em canais fechados que são acessíveis apenas a uma parcela pequena da população. Demonstra-se com isso a necessidade dos veículos e jornalistas de conscientizarem-se da gravidade das mudanças climáticas, da destruição de habitat natural das espécies, da poluição, do desperdício, do consumismo e de como as consequências de todos estes aspectos, entre outros, atingem diretamente os seres humanos. Os efeitos dos males causados ou intensificados pela ação humana já são visíveis e tornar-se-ão cada vez piores.

Com o poder que tem de formar opiniões e influenciar populações, torna-se preciso que mídia coloque-se a serviço, de maneira séria e responsável, da divulgação dos problemas ambientais e das soluções que podem ser aplicadas para minimizá-los ou anulá-los. Um dos modos de se fazer isso é transmitir a noção de que é possível fazer a diferença por meio de ações pequenas e isoladas, que o importante é cada pessoa cuidar do meio em que vive e fazer o que está ao seu alcance para preservar a natureza, pois quando unidas, estas ações individuais têm o poder de mudar o mundo.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei Federal nº 9.795. **Política Nacional de Educação Ambiental**. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9605.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9605.htm)>. Acesso em: 24 nov. 2011.



BRITTES, Juçara Gorski. Política Nacional de Educação Ambiental e ensino de comunicação social: uma agenda a ser construída. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 309-336.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BUENO, Wilson. As síndromes do jornalismo ambiental brasileiro. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 161-172.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DÍAZ NOSTY, Bernardo. O meio [ambiente] é a mensagem. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 35-50.

HIU Unisinos. Jornalismo Ambiental: da marginalidade às capas de jornais. Entrevista com Dal Marcondes. **Adital**, 26 mar. 2010. Disponível em:  
<<http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=PT&cod=46393>>. Acesso em: 20 set. 2010.

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

PONTUAL, Jorge Faure. Reportagem e documentário em Globo Repórter. In: REZENDE, Sidney; KAPLAN, Sheila (Org.). **Jornalismo eletrônico ao vivo**. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 95-105.

Programa Expedições completa 15 anos no ar. **Leste mais**, 12 dez. 2009. Disponível em:  
<[http://www.lestemais.com.br/Noticia.asp?id\\_noticia=6116](http://www.lestemais.com.br/Noticia.asp?id_noticia=6116)> . Acesso em: 05 abr. 2011.

REZENDE, Guilherme Jorge de; MORAIS, Anielle Aparecida Fernandes de. O Greenpeace (en)cena: espetáculos em busca de visibilidade midiática. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 265-280.

SHINAR, Dov. Prólogo – Ecologia e mídia em situações de guerra e paz. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 17-32.

SOUZA, Jorge Pedro. A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica. In: MELO, José Marques de (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 65-112.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável** – abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação. São Paulo: Globo, 2005.