

JORNALISMO AMBIENTAL: QUESTÕES AMBIENTAIS PUBLICADAS NOS JORNAIS "A CRÍTICA" E "AMAZONAS EM TEMPO" 2007 - 2009

José Maria de Alvarenga*, Luiza Elayne Correa de Azevedo**

*Departamento de Licenciaturas (Pedagogia) e Serviço Social do Centro Universitário Nilton Lins - Manaus, AM.

**Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas

Recebido em: 10/03/11 Aceito em: 10/04/11 Publicado em: 30/06/11

RESUMO

Esta análise aborda 34 reportagens sobre questões ambientais publicadas nos jornais de Manaus "A Crítica" e "Amazonas em Tempo" 2007 - 2009. Dentre as categorias analisadas, escolheram-se as relacionadas à preservação do planeta, voltadas em primeira instância para os perigos do aquecimento global, o desmatamento, a poluição atmosférica, o acúmulo de lixo nos igarapés, a preservação da floresta e mananciais aquáticos, a destruição de habitat de populações tradicionais. A discussão tem como base a Análise do Discurso a partir da organização argumentativa do discurso de Charaudeau (a proposta, a proposição e a persuasão) e da Retórica Clássica proposta por Chaïm Perelman e Olbrechts-Tyteca.

Palavras-chave: *Jornalismo; jornalismo ambiental; meio ambiente; análise do discurso.*

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Melo (2004), 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 Ambiental que vem crescendo de importância nas últimas décadas, tendo em vista o agravamento da crise ecológica que desperta o interesse de toda a sociedade.

Kunczik (2002) afirma que com um desenvolvimento marcante nos últimos anos, em função da inclusão da Ecologia como pauta diária nos veículos de informação, pode-se compreender que o Jornalismo Ambiental trabalha na divulgação de fatos, processos, estudos e pesquisas associadas à preservação do meio ambiente e da diversidade. A partir desta perspectiva, é possível, então, socializar o conhecimento e encorajar o debate público, subsidiando as decisões sobre política, meio ambiente, qualidade de vida, saúde e educação.

Este artigo objetiva relacionar os conceitos de ambiente na ótica da comunicação ambiental corroborando com a potencialidade jornalística na difusão de informações de cunho ambiental. Portanto, pretende-se realizar uma Análise de Discurso sobre questões ambientais sob o enfoque da comunicação a partir das perspectivas do meio ambiente em matérias dos jor-

nais de Manaus "A Crítica" e "Amazonas em Tempo" entre os anos de 2007 e 2009.

A discussão teve como base a Análise do Discurso a partir da organização argumentativa do discurso: a proposta, a proposição e a persuasão de Charaudeau, além da Retórica Clássica proposta por Chaïm Perelman e Olbrechts-Tyteca.

Para se efetivar o estudo, formularam-se três hipóteses. Na primeira, buscou-se saber se, na maioria das reportagens, a ordem predominante é: proposta, tese, conclusão. Tal assertiva se dá pela necessidade de se analisar se, em matérias com temas polêmicos, a exemplo de nosso objeto de estudo, a ordem linear, por ser a mais cognitivamente assimilável, é a que deve preponderar.

Na segunda, analisou-se sob quais condições o argumento de autoridade se apresenta com grande frequência, na medida em que assuntos relevantes, como 'meio ambiente', necessitam de legitimidade de autores renomados, de órgãos públicos e, em alguns casos, dos próprios jornalistas.

Por último, procurou-se comprovar se a existência de alto índice de argumentos de ilustração é colocada em dúvida, caso não venha apoiada em fatos e dados.

2. Jornalismo Ambiental

Para Kunczik (2002), com um desenvolvimento marcante nos últimos anos, em função da inclusão da Ecologia como pauta diária nos veículos de informação, verifica-se que o Jornalismo Ambiental compreende a divulgação de fatos, processos, estudos e pesquisas associadas à preservação do meio ambiente e da diversidade. A partir dessa perspectiva, é possível, então, socializar o conhecimento e encorajar o debate público, subsidiando as decisões sobre política, meio ambiente, qualidade de vida, saúde e educação.

Nesse sentido, Gomis (1993) corrobora que 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 (o quê?, quem?, quando?, onde?, como? e por quê?). 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.

Gomis (1993) reitera que a noticiabilidade é a capacidade que um fato tem de ser transformado em notícia medido por sua repercussão. O conceito de repercussão integra o interessante e o importante, os comentários provocados e as consequências registradas. No entanto, fica patente que os fatos interessantes são maioria na cobertura ambiental.

Serva (2001) consubstancia o argumento de Gomis (1993), ao enfatizar que a percepção do leitor é alterada porque 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.

O autor mencionado aponta que, por necessidade de o sistema de informação ser consumido, ele 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 o 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. Resume seu pensamento ao declarar que quando há cobertura de catástrofes, o jornalismo o faz de acordo com o enquadramento formal de toda e qualquer notícia: através da novidade, embora os cientistas tenham chamado a atenção para as mudanças climáticas há pelo menos duas décadas.

Ao avaliar a relação entre mídia e efeito estufa, Trigueiro (2005) 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", salienta.

O jornalismo ambiental ou o ecojornalismo e o jornalismo científico, segundo Azevedo (2007), são tendências irreversíveis na imprensa mundial, têm características diversas em cada região, considerando-

se como sendo uma especialização do jornalismo, em que os "produtos" de destaque se constituem em: ciência, tecnologia e meio ambiente. A principal dificuldade na cobertura dessas três áreas é encontrar, na maioria dos veículos, profissionais especializados ou preparados para cobrir tais temáticas.

No caso da Amazônia, de acordo com Azevedo (2001), os enfoques se dão a partir das seguintes análises de discursos: crescente desmatamento e importância da conservação dos ecossistemas; diversas 'vocações' da Amazônia: drogas do sertão, matérias-primas, pulmão do mundo, reserva mundial de energia, soberania compartilhada, patrimônio da humanidade, santuário da biodiversidade e reservas extrativistas. Recentemente, oásis da biopirataria.

Ainda para a referida autora, deixa-se de discutir importantes fatores como: a ausência/ineficácia de políticas públicas locais e adequadas aos povos da floresta; a necessidade de parcerias entre organismos internacionais, setores governamentais, Ong's e ambientalistas para a implantação de projetos; e a premente necessidade de se trabalhar no presente para poder garantir não somente a biodiversidade, mas também a sócio-biodiversidade da região no futuro. Isso tudo se deve à busca de estabelecer uma melhor divulgação para os leitores, dentro da perspectiva da responsabilidade social ambiental.

Para Azevedo (2007), o problema se inicia na falta de preocupação por parte da direção dos jornais, passando a chefes de redação e a editores mal preparados. Outra constatação marcante é que os jornalistas responsáveis pelas matérias também não estão devidamente preparados. O repórter não consegue entender sua função de informante-educador, em oposição à sistemática prática de ideólogo, enfatiza a autora.

Ainda sob a ótica da referida autora, falta de uma disciplina específica nos cursos de comunicação social do Brasil que contemplem os temas em suas amplitudes se faz um obstáculo. A carência de formação nesse sentido, especificamente no contexto amazônico, é grave, pois o motivo da grandiosa atenção que recai sobre nós é exatamente esta: recursos naturais e biodiversidade. A Amazônia é de interesse mundial, embora seus estados componentes não tenham desenvolvido o potencial de se estabelecerem como referências para os estudos ambientais, na perspectiva multidisciplinar do conhecimento.

Sobre a supracitada perspectiva, Azevedo (2001) enfatiza que o processo de comunicação na pós-modernidade deve ser um canal de mão dupla, onde o emissor e o receptor possam ter os mesmos níveis de responsabilidade. A construção da cidadania, a defesa dos direitos humanos, o respeito à pluralidade e a compreensão das diferenças nas relações de gênero só poderão ser estabelecidos a partir de um fluxo permanente de informações nos vários segmentos sociais.

O processo de mão dupla permite que cada pessoa possa, a partir de sua própria realidade, compreender os diversos matizes de um mesmo fato. Em resumo, a divulgação de temas científicos, tecnológicos e ambientais devem se constituir numa dimensão que extrapola os meios e resgata o indivíduo no fazer social e político, enfatiza a autora.

Finaliza seus argumentos ao enunciar três novas posturas para o jornalismo científico e ambiental na Amazônia a serem consideradas: primeira, desconsiderar a floresta amazônica como banco genético inerente à biodiversidade animal e vegetal e que para cuidar desse banco genético devam ser invocados

cuidados especiais e intervenções externas, de cunho internacionalizante; segunda, afastar a ameaça das provocações geopolíticas, cunhada na expressão máxima da incapacidade dos povos amazônicos de conservarem a região, portanto, sendo primordial algum grau de intervenção; terceira, fugir das teses de a Amazônia se constituir em paradigmas de soberania compartilhada, de patrimônio comum da humanidade e da moratória ecológica.

3. Análise de Discurso (AD)

Sob a ótica de Orlandi (2001), a Análise de Discurso (AD) teve sua origem na França por volta dos anos 60, surgindo como um contexto intelectual afetado pelo progresso da linguística, o sentido não estava apenas no conteúdo, visando analisar não o que um texto quer dizer, mas como ele funciona. Nesse período, designado pela pesquisadora como suspensão da noção de interpretação, a leitura aparece não apenas como simples decodificação, mas como construção de um dispositivo teórico.

A Análise de Discurso, portanto, é a disciplina que vem ocupar o lugar dessa necessidade teórica, trabalhando a opacidade do texto e vendo nessa opacidade a presença do político, do simbólico, do ideológico, o próprio fato do funcionamento da linguagem: a inscrição da língua na história para que ela signifique. A ideia de funcionamento supõe a relação estrutura/acontecimento de Pêcheux (1998, apud ORLANDI, 2001), a articulação do que é da ordem da língua e do que deriva de sua historicidade, relação entre o que, em linguagem, é considerado estável com o que é sujeito.

Em Orlandi (2001), o discurso aparece como um processo dinâmico, em movimento, e profundamente ambientado ao complexo contexto em que vivemos e falamos e [...] "o discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem; com o estudo do discurso observa-se o homem falando".

A autora parte do princípio de que todo discurso está atrelado a um contexto sócio-histórico para o qual os fatores ideológicos exercem um papel preponderante, uma espécie de condição básica para a constituição de significados. Não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, ambos são interdependentes, segundo a pesquisadora. Desse modo, a ideologia assume um lugar de destaque na análise de discurso, agora não mais no plano das representações ou "ocultação", conforme determinam as ciências sociais, mas como parte integrante da realidade, o espaço em que se efetiva a articulação entre língua e história.

Argumentar é uma atividade linguística fundamental, pois, através do discurso, o argumentador influencia intencionalmente o meio social em que vive, provocando alterações no modo de pensar ou de se comportar de outros. Enquanto sujeito social e político, ele é capaz de orientar argumentativamente o discurso, manifestando um posicionamento pessoal, no sentido de determinadas conclusões.

Por sua vez, ao se referir ao contexto jornalístico, Chaparro (1994) considera o discurso jornalístico como resultado de um complexo processo de produção que envolve as camadas superiores da empresa, formadas por diretores, editores, repórteres, dentre outros, que detêm o controle e/ou o "conhecimento" sobre os acontecimentos, e as camadas "proletárias", formadas por todos aqueles que contribuem, direta ou

indiretamente, para que a informação chegue ao seu destino final: o público.

O autor argumenta que uma análise crítica do discurso da mídia para determinar suas características e propósitos traz uma nova perspectiva, onde é adotada uma postura que problematiza e cria novas perspectivas de estudo, fazendo surgir novos objetos de investigação. A AD funciona como um detonador para o estudo das práticas sociais que se utilizando deste instrumento de análise promove a persuasão e a sedução. O discurso não está somente no contorno nem é determinado pelas instituições e estruturas sociais, a exemplo das empresas de comunicação, mas também se constitui uma de suas partes.

Sobre o assunto, Iñiguez (2004) declara: "Abordamos a explicação sobre o que se pode fazer com o texto na prática: a definição do processo social que vamos analisar a seleção de material relevante para análise seguindo os critérios de representatividade e a produção de efeitos, a materialização do corpus e, um detalhe de ferramentas específicas de análise como a identificação de atos de fala, implicaturas, estruturas retóricas, repertórios interpretativos e polaridades (p. 107)."

E por que escolher o meio impresso para se operacionalizar a análise de discurso? Os meios de comunicação são mediadores dessa promoção, pois, ao viabilizarem as discussões entre o Estado e a sociedade, inserem indiretamente os temas de interesse social na agenda pública. Luft (2005) argumenta que: "O meio impresso, principalmente o jornal, se constitui na matéria-prima dos demais meios, como a televisão, a internet, as revistas, até os *clippings* das empresas e instituições utilizam os jornais diários como fonte primordial, pois as informações veiculadas no meio impresso embora não sejam consumidas diretamente pelo [...] público-alvo, acabam chegando a todos [...] por intermédio de um efeito multiplicador (p. 51)."

Nesse sentido, segundo a autora, o meio impresso, então, por tradição, é o que apresenta maior consistência na apuração dos fatos: é a palavra escrita, que pode ser lida, relida, analisada e decomposta. A linguagem acessível da qual se utiliza os jornais diários é um fator favorável a sua penetrabilidade social, transformando as informações das várias áreas do conhecimento em um condensado de informações acessíveis ao público leigo. E, apesar de os meios de comunicação serem produzidos pela elite e, em grande parte, destinados a ela mesma, os meios impressos, o rádio e os meios eletrônicos, ao utilizarem os jornais diários como fonte de informação, são os maiores responsáveis também pela popularização do conhecimento em nossa sociedade.

Nos meios de comunicação, em geral, com destaque para os jornais escritos, o modelo proposto por Charaudeau (2008) é regulado por um contrato de comunicação midiática cujos objetivos devem ser *informar*, *persuadir* e *seduzir*. A consecução desses objetivos é condição, a priori, para um ato comunicativo eficaz porque leva o sujeito argumentador a adquirir credibilidade.

Charaudeau argumenta que o jornalista tem como meta informar o leitor sobre um tema pertinente e de caráter essencial político, que poderá ou não ser uma informação fora do conhecimento do leitor. Contudo, tal processo não se procede de maneira "neutra". Nele residem elementos de controle tanto por parte do emissor quanto da empresa à qual o profissional de comunicação pertence. O mencionado controle visa, antes de tudo, a persuadir e a seduzir o leitor. Por um lado, o princípio da *persuasão* funda-

menta-se no ato de fazer o outro crer em algo, por meio de um rigor lógico, objetivando a sua adesão, aceitação. Por outro lado, o princípio da sedução se interliga ao fato de fornecer prazer ao outro, de maneira a levá-lo a experimentar estados emocionais agradáveis com vistas a provocar alterações em seu comportamento.

Dentro desta perspectiva, Charaudeau (2008) sustenta a tese de existirem três condições necessárias ao ato de efetuar a organização argumentativa do discurso: a *proposta*, a *proposição* e a *persuasão*.

A *proposta* representa uma ou mais asserções sobre o mundo cujos conteúdos devem necessariamente gerar polêmica. Isto porque para haver argumentação, há de se iniciar o debate a partir de verdades não consensuais que provoquem um posicionamento no sujeito argumentador. No texto, a *proposta* assume a forma de uma citação ou alusão, explícita ou implícita, de uma asserção polêmica pré-existente, fato que garante sua independência em relação ao texto produzido.

A *proposta* pode aparecer explícita (sentença expressa no texto) ou implicitamente (considerada como uma extensão do tema). No caso da implícita, não é possível determiná-la com precisão, já que ela não se apresenta como uma sentença expressa no texto. Nesse caso pode ser confundida com o tema sendo analisada como extensão deste. Diante desse contexto, ao apresentar-se de forma implícita, transforma-se em uma citação ou como vaga referência a assertivas constituintes de outros textos.

A *proposição* constitui o ponto de vista, a *tese* do sujeito argumentador com relação à veracidade da proposta. A *tese* é o resultado da posição adotada pelo argumentador diante da proposta. Ela pode coincidir total ou parcialmente com a proposta, como também pode refutá-la. É a asserção para a qual se orienta argumentativamente todo o texto.

Ao tomar uma posição, o argumentador pode ir a favor (total ou parcialmente) da *proposta* e, para isso, terá de justificar sua adesão; pode ir contra a proposta, em uma atitude de refutação (total ou parcial); ou pode se manter neutro (ou aparentemente neutro), não tomando nenhuma proposição frente à *proposta*. Nesse caso, sua posição é de ponderação, ou é uma argumentação ponderada. Com o objetivo de persuadir o sujeito alvo da argumentação, são apresentados *argumentos pró-tese* do argumentador. Os argumentos são formulados com base num universo de crenças partilhado pelos participantes do jogo argumentativo. Em resumo, a *proposição* ou a *tese* é uma assertiva para a qual o texto será orientado argumentativamente.

Por último, a *persuasão* representa as provas que sustentam a *proposição* e que têm por alvo um sujeito. A *persuasão* do destinatário é obtida através da exposição de fatos relevantes. Conforme o conceito de dispositivo argumentativo proposto por Charaudeau (2008), os argumentos pertencem ao campo da *persuasão*, ou seja, servem para reforçar o posicionamento do argumentador, convencendo o sujeito alvo do discurso. Funcionam, portanto, como um elo entre o fato e a conclusão, por isso são utilizados no desenvolvimento dos textos.

4. Análise e resultado

Um total de 34 matérias foi analisado, sendo 17 do Jornal "A Crítica" e 17 do "Amazonas em Tempo",

todas escritas entre os anos de 2007 e 2009. A escolha dos dois periódicos se deu em face de suas publicações possuírem maior número de tiragens no período do estudo. Quanto à quantidade de edições – 17 de cada um – convencionou-se que tal número corresponderia ao universo percentual de reportagens relacionadas ao tema proposto. Portanto, a mostra analisada seria suficiente para demonstrações seguras de acordo com a proposta em relação aos métodos escolhidos para a pesquisa.

Das 34 reportagens, seis relatam sobre irregularidades de madeiras, cinco falam sobre os transtornos causados pela cheia do Rio Negro, quatro descrevem os perigos do lixo, agrotóxicos e poluição dos igarapés, três alertam para a importância da educação e consciência ambiental, duas sobre energia limpa e as demais se relacionam com políticas públicas, Dia da Árvore, reserva de Mamirauá, Prosamim etc.

Todas as matérias validam a hipótese "a", formulada nos seguintes termos: "a ordem predominantemente é: proposta/tese – argumentos – conclusão, em face de que em temas polêmicos e políticos como as questões ambientais, a ordem linear, por ser a mais cognitivamente assimilável é a que deve preponderar".

Verificou-se que em todas as matérias do "Amazonas em Tempo" a *proposta* está explicitamente registrada, com sentenças expressas no texto; no jornal "A Crítica", a proposta, além de estar explicitamente registrada, aparece em várias matérias cujos boxes referendam a argumentação do proponente, como no caso das matérias "Ipaam flagra desmatamento", publicada em 09/11/2007 e "Depósito de lixo", publicada em 03/01/2009.

Em relação ao segundo patamar, a *tese*, os dados da pesquisa revelaram que em todas estão explicitadas, ou seja, verificou-se que nas matérias a *tese/proposição* estão estruturadas em busca de veracidade aos argumentos do jornalista. O referido contexto consubstancia a conclusão de que ela é realmente um elemento singular do texto argumentativo. Sua explicitação mostra que o argumentador/jornalista preocupa-se em apresentar claramente o texto transparente e, em consequência, amplia seu poder de persuasão.

O elemento *persuasão*, o que fornece sustentação à proposição do autor das matérias e ao convencimento do leitor, esteve presente em todos os textos, através de narração de fatos relevantes à questão, levando os leitores a se convencerem dos argumentos propostos. Concomitantemente ao elemento *persuasão*, destacou-se a categoria de informação descritiva, uma das características predominante da redação jornalística.

Com relação ao patamar *conclusão*, constatou-se que em todos os textos houve conclusões explícitas. Esse dado mostra que os jornalistas demonstram total comprometimento com as afirmações que defendem ao longo de seus argumentos.

Todas as matérias analisadas validam a hipótese "b": "uma vez que os jornalistas se utilizaram do argumento de autoridade e do prestígio de Instituições, Órgãos Federal, Estaduais, Municipais" para obterem aprovação de suas teses.

A categoria de autoridade esteve presente em todos os textos, na medida em que os jornalistas utilizaram esse elemento com o objetivo de consubstanciar seus argumentos em dar voz a autores renomados na questão, ou seja, órgãos públicos como o Iama, o Ipaam, o Inpa, a Secretaria de Produção Rural e etc. Na matéria de 22/03/2008, verifica-se esse dispositivo: "Nessa 'terra-de-ninguém', tudo é permitido já

que não há presença de policiais federais ou fiscais ambientais”.

No *corpus* analisado, encontram-se expressões modalizadoras para aumentar a força argumentativa de um tema polêmico e de caráter essencialmente político, assunto que poderá ou não estar ao alcance do entendimento/interesse do leitor, como o diretor do Ipaam Neliton Marques: “O funcionamento na prática das usinas deverá acontecer em dezembro do ano que vem...” (“Amazonas em Tempo” - 22/05/2008) e de uma moradora do local: “Uma das oito famílias que saiu daqui...” (“A Crítica” - 21/12/2008).

Tais constatações nos permitiram inferir que a *persuasão* está na esfera tanto do jornalista quanto da empresa a que ele pertence. Entretanto, o elemento de *sedução* não é claramente demonstrado no *corpus*. A categoria *sedução* é empregada de maneira quase implícita, de maneira subliminar, mas levando o leitor a experimentar a sensação de que o tema é de extrema relevância para a sociedade como um todo. Dois exemplos: em “A Crítica” (21/12/2008) “... não somente atribuído aos desocupados de plantão, como ao envolvimento de policiais com o mundo das drogas”; no “Amazonas em Tempo” (09/11/2007) “... apesar da quantidade de vegetação retirada ter sido pequena no Estado...”.

A maioria das matérias analisadas apresentou fortes elementos de *ilustração*, validando, assim, a hipótese “c”, uma vez que para se fundamentar a credibilidade e a estrutura de fatos gerais apresentados no corpo do texto jornalístico, os autores se valem de argumentos de *ilustração* ao usarem dados de pesquisa e estatística, a exemplo da matéria “Obra acelera saída” publicada no jornal “A Crítica” (17/08/2008) ao apresentar no parágrafo 2º que a dona de casa Maria do Socorro foi residir no local – bairro da Compensa – quando ainda era solteira, portanto, conhecedora daquela realidade.

O alto índice de argumentos de *ilustração* confirmou a hipótese de que em textos cujos temas se voltam para apreciações de política ambiental, no caso desta pesquisa, esse contexto político e de caráter objetivo deve se apoiar em bastante argumento de *ilustração*, a fim de que não se coloquem em dúvida as opiniões emitidas nos textos.

Embora se acreditando que neste objeto de pesquisa perpassam a construção de um campo simbólico de poder tanto das empresas jornalísticas e das próprias ideologias do jornalista, além do âmbito pedagógico, entre as matérias analisadas, na sua maioria, se concentrem no jornal “Amazonas em Tempo” – caderno *Meio Ambiente* – neste melhor redigidas, e no jornal “A Crítica” – caderno *Cidades* – aqui, pontuadas aleatoriamente. Por isso mesmo nesse jornal, na medida em que as matérias se apresentam, pode-se concluir que há falta de organização, uma vez que se mostram distribuídas de forma aleatória, dando a impressão de pouco preparo daqueles profissionais quanto ao domínio de conteúdo em questão, sobretudo quanto ao tema política ambiental.

Não se pode negar que os jornais têm um poder de *persuasão* bastante significativo em relação à credibilidade dos fatos que noticiam. No caso do meio ambiente, o que se percebe, é falta de um preparo profissional por parte daqueles que trabalham com a comunicação em compreender a especificidade de temas ligados ao mesmo. É notório que, a cada instante, acontecimentos importantes se apresentam como fatos noticiáveis, mas que acabam, na maioria das vezes, desinteressantes para o público pela forma como são escritos.

No Amazonas, apesar de ainda tênue, existe uma preocupação elogiável por parte de alguns profissionais da comunicação ao trabalhar temas relacionados à questão ambiental, tanto daqueles ligados diretamente à produção da notícia quanto daqueles que trabalham diretamente na formação de novos profissionais.

5. Considerações

Durante o período em questão, pudemos analisar trinta e quatro (34) matérias relacionadas ao assunto que, quando pensado pelo ponto de vista polêmico ao qual pertence o tema Comunicação e Jornalismo Ambiental, revela uma falta de atenção dada a este, por parte das empresas jornalísticas, o que dificultou a busca de dados a serem analisados.

Quanto ao conteúdo em relação à questão ambiental percebeu-se que as reportagens não tiveram preocupação com a precaução ao dano causado, sobretudo, por ingerências antrópicas ao ambiente. Com isso, o público não se sentiu envolvido, por exemplo, com problemas relacionados à poluição dos mananciais aquáticos (acúmulo de lixo), beneficiamento ilegal de madeira, pistas clandestinas de garimpo ilegal. Notou-se, também, preocupação superficial (desmotivação) por parte de algumas autoridades, devido, talvez, à insuficiência de pessoal e à estrutura material para coibir ingerências prejudiciais ao ambiente como um todo.

Na mídia local não existe uma prática de jornalismo ambiental, se o mesmo for considerado como forma de fazer jornal com posicionamentos multidisciplinares, onde a notícia deve ser vista de forma sistêmica, total e globalmente. No material analisado esse dispositivo não foi percebido de forma integral, a não ser em algumas das inserções nas matérias do “Amazonas em Tempo”.

É importante, portanto, a necessidade de mudanças na postura tanto nas empresas jornalísticas como em seus representantes, no sentido de tratar a comunicação e a educação ambiental como um fato de interesse da sociedade em geral, uma vez que atinge uma grande quantidade de pessoas e possui importante papel na formação de opiniões desta camada da sociedade.

Com efeito, nem a mídia nem o ensino de jornalismo apresentam um viés sistêmico na abordagem do tema. A mídia não se preocupa em educar de modo permanente para o consumo sustentável, nem busca nenhum tipo de integração com outros segmentos para viabilizar tal compromisso social, enquanto a escola superior sequer está empenhada, ainda, com a introdução de estudos de graduação e de pós-graduação sobre educação ambiental através do jornalismo, salvo raras e honrosas exceções.

6. REFERÊNCIAS

AZEVEDO, L. E. C. **Eco-marketing: desenvolvimento sustentável e Amazônia**. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM, 2001, Campo Grande-Ms. 2001.

AZEVEDO, L. E. **Palestra apresentada no Encontro de Jornalismo Ambiental do Piatam em 2007** - Universidade Federal do Amazonas – Ufam.

- CHAPARRO, Manuel C. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria das ações jornalísticas.** São Paulo: Summus, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e Discurso: modos de organização.** São Paulo: Contexto, 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, 1993.
- IGÑIGUES, Lupicínio. **Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: Norte e sul.** São Paulo: Edusp, 2002.
- MELO, José Marques. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras.** São Paulo: Paulus, 2004.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos.** São Paulo: Pontes, 2001.
- SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação.** São Paulo: Senac, 2001.
- TRIGUEIRO, André. **Formando jornalistas para um mundo sustentável.** 2005. Palestra realizada no I CBJA, Santo/SP. Disponível em: <<http://www.mundosustentavel.com.br/formando.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2008.