

## Jornalismo ambiental: o desafio da construção da notícia *soft news*

Taís Garcia Teixeira<sup>1</sup>

### Resumo

O presente artigo tem o objetivo de refletir sobre a trajetória do jornalismo ambiental e o desafio de construir notícias sobre o tema. Usamos como referência o conceito de *soft news* de Érik Neveu para mostrar como a temática ambiental é transformada em notícia. Sendo assim, procuramos fazer um paralelo entre o jornalismo contemporâneo, as perspectivas do jornalismo ambiental, com ênfase na construção de notícias de cunho ambiental, considerando como podem trazer contribuições para o campo da comunicação.

**Palavras-chaves:** *soft news*, jornalismo ambiental, teorias do jornalismo

### Abstract

This article aims to reflect on the trajectory of environmental journalism and the challenge of building news on the topic within contemporary journalism. We use as reference Érik Neveu's concept of *soft news* to show how environmental issues are transformed into news. Thus, we make a parallel between the contemporary journalism, the prospects of environmental journalism, with emphasis on the construction of environment-related news, considering how they can bring contributions to the field of communication.

**Keywords:** *soft news*, environmental sociology, environmental journalism, journalism theories

Recebido em: 22/09/2014

Aceito em: 20/11/2014

---

<sup>1</sup> Jornalista e mestre em Comunicação e Informação

## Jornalismo e ativação social

A realidade social é a pauta do jornalismo. A rotina, as pessoas, as relações, os trabalhos são alguns tópicos que delineiam o organograma chamado vida e que ajudam a estabelecer o convívio humano em sociedade. Esse arranjo social é fomentado pelo movimento que inspira tendências e ligações econômicas, políticas e culturais constantes, mas que não acontecem de forma isolada.

Os meios de comunicação estão inseridos nesse esquema organizacional que capta essa matéria-prima, transforma em conteúdo e devolve para a mesma sociedade que fornece o suplemento para a origem de todo o processo: a vida e seus prismas. Podemos perceber na origem da sociologia, assim como no processo de formação, que os ideais dos sociólogos, de uma forma resumida, valorizaram instituições sociais e estabeleceram uma nova ordem na vida social. Fazendo um paralelo ao jornalismo, podemos dizer que os jornalistas atuam como sociólogos que, vinculados à realidade de uma instituição jornalística, precisam olhar para o contexto social, extrair conteúdos noticiosos e organizar dentro de uma ordem de valores e sentidos. Depois disso, as intenções norteadoras das escolhas dos temas hierarquizadas em notícias são apresentadas para o público. Segundo Martins (1992, p.26),

Enquanto resposta intelectual à “crise social” de seu tempo, os primeiros sociólogos irão revalorizar determinadas instituições que segundo eles desempenham papéis fundamentais na integração e na coesão da vida social. A jovem ciência assumia como tarefa intelectual repensar o problema da ordem social, enfatizando a importância de instituições como a autoridade, a família, a hierarquia social, destacando a sua importância teórica para o estudo da sociedade.

Na França, os pensadores do século XVIII, acreditavam no uso da razão para atingir a liberdade. Essa é a base do iluminismo, movimento que defendia o conhecimento como forma de esclarecimento e de mudança social. Esta forma de pensamento desencadeou uma das revoluções mais importantes e determinantes da história: a revolução Francesa em 1789. Conforme Martins (1992, p. 22)

[...] os iluministas conferiram uma clara dimensão crítica e negadora ao conhecimento, pois este assumia a tarefa não só de conhecer o mundo natural ou social tal como se apresentavam, mas também de criticá-lo e rejeitá-lo. O conhecimento da realidade e a disposição de transformá-la eram, portanto, uma só coisa. A filosofia, de acordo com esta concepção, não constituía um mero conjunto de noções abstratas distante e à margem da realidade, mas, ao contrário, um valioso instrumento prática que criticava a sociedade presente, vislumbrando outras possibilidades de existência social além das existentes (MARTINS, 1992, p. 22).

Desde o século XVII, a circulação dos primeiros jornais tinha a intenção de informar os cidadãos. O jornalismo é uma profissão dedicada ao outro e é uma função fundamentada no pluralismo social. É inerente da profissão procurar, produzir, criar

e replicar conteúdos em forma de notícias, que instrumentalizam o indivíduo oferecendo janelas para que possa estar ciente sobre o que está acontecendo na comunidade local ou na sociedade global. O processo de construção da realidade depende da prática produtiva do jornalismo.

A trajetória do jornalismo como “fomentador social” através dos recursos de constituição noticiosa pertinentes a cada meio e a cada linha editorial, permite-nos perceber que a evolução e as mudanças não estão restritas a outras esferas do contingente social, mas atingem também a prática e o posicionamento do jornalismo. Neveu (2005) destaca que o jornalismo de mercado (aquele que tem a prática jornalística definida por uma rentabilidade máxima, isto é, pela lógica comercial) pode conduzir “a dissolução da profissão de jornalista num *continuum* de ofícios da comunicação”, onde tal passo é possível devido às frequentes confusões e falta de definições e limites sobre as atividades ligadas a produção de informação. Por jornalistas que estão na redação e os que estão em instituições corporativistas. Assim, as divergências, o desenvolvimento de uma imprensa de instituições (associações locais, empresas), de acordo com Neveu (2005, p.119)

suscita contínuos debates sobre a identidade profissional dos respectivos colaboradores desses meios. Considerados com desconfiança como “comunicadores” pelos jornalistas, contestam essa classificação pejorativa. O funcionamento dos ramos de formação profissional suscita interrogações idênticas, quando o mesmo departamento universitário forma, a partir de um tronco comum, jornalistas e responsáveis de comunicação institucional ou empresarial.

Este é o caminho para o “jornalismo de comunicação”, que se propõe a um público “desinteressado da política e mais orientado para a procura de bem-estar social” (NEVEU, 2004, p. 120). Por este viés, o jornalismo perde o compromisso de informar assuntos internalizados na pauta da redação, como a política, e passa a tratar de temas triviais, menos importantes, mas que agradam ao público e por isso são mais procurados, mais vendidos, mais acessados, o que fortalece o jornalismo de mercado. Para Neveu (2005, p.119),

Jean Charron e Jean de Bonville [1996] propuseram que se visse nestas mutações o nascimento de uma terceira geração do jornalismo. Do mesmo modo que o jornalismo “objetivo” da *penny press* tinha, no século XIX, suplantado o jornalismo de opinião, agora triunfaria perante nós um jornalismo de “comunicação”, proveniente de uma “hiperconcorrência” entre publicações, meios de comunicação social e mensagens.

Ainda assim, o jornalismo é visto como um canal que disponibiliza informação para a coletividade. Isso indica que o papel do jornalista, onde ele estiver atuando, dizer para o outro o que está acontecendo para que esse outro se aproprie do que lhe for conveniente. Neste processo produtivo, o jornalista é um observador sagaz,

um participante dinâmico e um tradutor das próprias impressões que teve sobre um fato, o que permite afirmar que “os jornalistas são participantes ativos na definição das notícias, e por consequência, na construção da realidade” (TRAQUINA, 2004, p.26).

Para concluir este ciclo de ideias, o jornalismo de comunicação, citado por Neveu (2005), retoma o iluminismo francês quando afirma que os questionamentos causados pela noção de jornalismo de comunicação “mostram que o jornalismo não se limita a fornecer “notícias”, mas a contribuir igualmente para organizar a complexidade do mundo e a ajudar a enfrentar os constrangimentos do dia-a-dia” (NEVEU, 2005, p.120). Logo, a capacidade de exercer jornalismo deve considerar as múltiplas ações, exigências, regras e interesses que estão imbricadas e refletem-se no fazer jornalístico. O profissional, independentemente da área em que atuar, está subordinado a regras que podem ser coercitivas na produção de conteúdo.

O jornalismo segue como um “laboratório de experimentos” sendo testado com novas possibilidades de práticas e objetivos reunidos sobre novas nomenclaturas, que se caracterizam por abordagens e implicações diferentes, mas continuam trabalhando com informação em prol da sociedade.

## O caminho do jornalismo ambiental

Há mais de um século, ações favoráveis ao meio ambiente já são praticadas no Brasil. Porém, essa realidade é incongruente em relação à mídia, onde as editorias de economia, política, esporte e cultura já estão internalizadas na pauta da sociedade, estão bem abastecidas de jornalistas para produzir informações sobre os respectivos temas. O meio ambiente não recebe a mesma importância e o mesmo tratamento dado às editorias supracitadas, mas não é completamente relegado já que aparece, mas não com a mesma periodicidade, intensidade e espaço dos temas “tradicionais”. Embora a década de 1970 seja um período com registros de grande exploração da natureza, Sorrentino (2005) esclarece que a partir do descobrimento do Brasil (1500) até início da década de 1970, já existiam iniciativas de conservação ambiental, sendo algumas delas documentadas. A abundância e a diversidade da vegetação nativa encontrada no Brasil, desde seu descobrimento, em 1500 d.C., conduziram os portugueses a uma exploração descontrolada durante três séculos. “Os primeiros sinais de atenção à natureza apareceram somente em 1808, quando o rei D. João VI criou o Jardim Botânico no Rio de Janeiro” (BONNES; HASSE, 2002, p.15).

Um dos primeiros ambientalistas brasileiros que se tem registros é o primeiro ministro e tutor de D. Pedro I, Jose Bonifácio de Andrade e Silva. Em 1823, ele produziu textos em defesa das baleias e pelo fim da escravidão. Após realizar cursos de História Natural em Portugal, Andrade e Silva retorna ao Brasil e apresenta preocupação com relação à fauna e a flora até então desconhecidas na sociedade (BONNES;

HASSE, 2002). Sorrentino (2005) também cita como exemplo os artigos e reportagens de José Bonifácio de Andrade e Silva, no século IX, que demonstravam apreensão com o desmatamento conduzido para suprir o modelo de desenvolvimento, produção e consumo. Ampliando a análise para outros países, verificamos que esse descompasso entre os primeiros registros ambientais e à integração do meio ambiente como notícia pela mídia não é uma exclusividade do Brasil. Segundo Hannigan (2009, p.129),

De maneira similar, na Grã-Bretanha a preservação da área rural, a herança nacional e as espécies raras da fauna e da flora foram todas amplamente aceitas como atividades legítimas, transpondo mesmo os limites de classe social, mas alguns jornalistas as conectaram com a poluição do ar, vazamento de petróleo e outros problemas ambientais contemporâneos. (HANNIGAN, 2009, p. 129).

Por volta de 1969, os assuntos relativos à ótica ambiental eram específicos e tratados como problemas locais. Derramamentos de óleo, enchentes, queimadas, e demais acidentes ambientais eram noticiados com o caráter de atualização pontual sobre um acontecimento que interfere na vida pública sem discorrer sobre as devidas considerações e repercussões que proporcionassem outros cruzamentos de ideias, como a busca pelas causas geradoras desses imprevistos, ou problemas, ambientais. A mudança brusca de consciência pode ser creditada, em boa parte, pela visão que se teve da Terra a partir da lua, em 1969. Com a imagem do globo terrestre, até então desconhecida, o meio ambiente ganhou destaque na esfera midiática. Contudo, depois desse despertar, a cobertura começou a decair.

O jornalista Roberto Villar (1997, online) cita dois eventos como marcos do nascimento do Jornalismo Ambiental: a Conferência da Biosfera, ocorrida em Paris, em 1968, e o aparecimento da primeira entidade de Jornalismo Ambiental na França, na mesma época. Além disso, destaca o pioneirismo do jornalista brasileiro Randau Marques:

No mesmo ano [1968], era preso no Brasil - pela Operação Bandeirantes - o jovem repórter Randau Marques, primeiro jornalista brasileiro a se especializar em meio ambiente. Randau foi considerado subversivo na época porque escreveu num jornal da cidade paulista de Franca (berço dos curtumes) reportagens sobre a contaminação de gráfcos e sapateiros com chumbo, e já questionava a expressão “defensivos”, mostrando que os agrotóxicos eram responsáveis pela mortandade de peixes e pela intoxicação de agricultores. Depois, Randau se especializou em assuntos urbanos e questões ambientais no Jornal da Tarde. (VILLAR, 1997, s.p.).

Na década de 1980, há uma expansão do movimento e o meio ambiente começa a ter mais espaço e envolvimento na arena política. O esforço de alguns jornalistas faz surgir o que chamamos de Jornalismo ambiental hoje no Brasil. Villar (1997) destaca que a descoberta do buraco na camada de ozônio, ainda em meados da década de 1980, e as primeiras incidências sobre o impacto das ações humanas no aumento



do aquecimento global como fator que projetou outro olhar da mídia sobre o meio ambiente. “A imprensa brasileira reagiu às preocupações dos países do primeiro mundo, e se voltou para os problemas ambientais da Amazônia”, afirma. Ele ainda define dois eventos ocorridos em 1989, que contribuíram para a expansão da atividade no nosso país: o seminário “A Imprensa e o Planeta”, promovido pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão e pela Associação Nacional de Jornais, em São Paulo, e o “Seminário para Jornalistas sobre População e Meio Ambiente”, organizado pela Federação Nacional dos Jornalistas, em Brasília, iniciativas que deram origem aos núcleos regionais de Jornalismo Ambiental em São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul. Tais núcleos tinham a intenção de criar uma entidade nacional de Jornalismo Ambiental.

Hannigan (2009) avalia que apenas na década seguinte (1990) as histórias sobre o tema ganham um estilo mais global e complexo. As coberturas passam a ter caráter emergencial na imprensa canadense. Em um panorama geral, nos outros países, as pautas ambientais demoraram ainda mais para ter espaço, destacando-se apenas em grandes desastres ou acidentes. Nos anos 1990, após inúmeros desastres e uma conscientização maior dos jornalistas, empresários e políticos, abriram-se espaços específicos para o tema e surgiram revistas voltadas somente para tratar a temática Voltando ao Brasil, verificamos que a introdução do ambientalismo surgiu no final do século XVIII condicionado à esfera política. A ideia ambiental nasce associada ao projeto político no país, com a crítica ao escravismo, ao latifúndio e ao mau trato da terra.

Bacchetta (2000) afirma que o jornalismo ambiental é um tipo de comunicação especializada que requer preparação e conhecimento para lidar com assuntos variados, como diversas ciências e teorias. Pode ser visto como uma filosofia de vida que pretende encontrar o sentido conciliador e social da proximidade do meio ambiente com o homem através das áreas do conhecimento, onde o homem oscila entre o centro e a margem das formações relacionais. O jornalismo ambiental é promotor de um encadeamento de esferas, princípios e valores humanos e sociais em forma de notícia. Para Bacchetta (2000, p. 18, *tradução nossa*),

Jornalismo ambiental considera os efeitos da atividade humana, desde a ciência e a tecnologia em particular, sobre o planeta e a humanidade. Deve contribuir tanto pela difusão de temas complexos e pelas análises de suas implicações políticas, sociais, culturais e éticas. É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sobre a sua forma de vida na Terra, para assumir em definitivo a sua cidadania planetária.

O jornalismo ambiental, antes de ser classificado dessa forma por tratar de um tema específico e que ainda não foi totalmente internalizado na pauta da mídia, é jornalismo. As reuniões de pauta, a seleção de fontes, a apuração informativa, a escolha do recorte, os valores empresariais e os profissionais, todos os ângulos e os aspectos

que regem, intrigam e orientam o caminho da construção da notícia também estão presentes na elaboração de uma notícia de cunho ambiental. Neste sentido, não há diferenças “abismais” que justifiquem a separação de dois fazeres jornalísticos que são afins na forma de busca e preparo da notícia. Mas no caso do jornalismo ambiental, por ser direcionado, podemos ter uma aspiração mais definida para causar interesse e atitude no olhar do público na sua relação com meio ambiente. Como diz Bueno (2007, p.106), “o jornalismo ambiental, que é jornalismo em primeiro lugar, caracteriza-se por produtos (veículos, de maneira geral) que decorrem do trabalho realizado por profissionais que atuam na imprensa”.

O jornalismo ambiental deve ser visto da mesma forma como o jornalismo cultural, político, esportivo, econômico e deve receber a mesma importância. Apenas direciona para o assunto que vai ser tratado considerando, evidentemente, as peculiaridades de abordagem e apresentação do tema. Essa é a visão sistêmica, que se fundamenta no pensamento de que tudo está interligado, formando um sistema de múltiplas interações onde “todo organismo-animal, planta, micro-organismo ou ser humano- é um todo integrado, um sistema vivo” (CAPRA, 2003, p. 23). Esta pode ser uma característica que está na raiz do jornalismo ambiental, que é de agregação e não de fragmentação. Logo, o jornalismo ambiental condensa, intensifica e converge áreas instituindo uma essência de articulação social a partir da própria natureza quando executa essa interação. Conforme Bachetta (2000, p. 18, *tradução nossa*):

Se considerarmos o meio ambiente como um conjunto de sistemas naturais e sociais habitados pelo homem e pelos demais seres vivos existentes no planeta-quais o homem obtém seu sustento-, o jornalismo ambiental é um dos gêneros mais amplos e complexos do jornalismo.

A essência do jornalismo ambiental, por ser oriunda de uma linha “visceral” no sentido de estar relacionado à vida humana e orgânica, deve agregar um corpo de objetivos que não se limite e nem se satisfaça somente em informar. Para entender melhor, podemos buscar no conceito ação racional de sociólogo alemão Max Weber, que explica como indivíduos atuam racionalmente para atingir fins, obter vantagens e ganhos.

A relação de Weber com a atividade comunicativa dar-se-á a partir da sua concepção da profissão de jornalista, ou seja, como uma forma que conjuga a ação racional com relação a fins e a ação racional com relação a valores (KUSCHIK apud BERGER e MARROCOS, 2006, p. 23).

Logo, a ação racional weberiana pode ajudar na condução do jornalismo ambiental como forma de atingir um fim (divulgar informações ambientais) e ir além, atribuindo valor a essas informações, ou seja, fazer desse fim uma oportunidade de melhorar, modificar e ampliar a expectativa do tema promovendo não apenas a informação, e sim, o nascimento do interesse pelo assunto. Cumprida essa etapa, cada indivíduo se apropria da forma que julgar conveniente do que foi fornecido e vai a

busca de mais conhecimento e mais subsídio sobre o tema. Desta perspectiva, o jornalismo contribui para a formação de conhecimento e de sentidos e faz alusão aos ideais iluministas, que são guiados pela luz da razão e do esclarecimento.

Outro aspecto a ser apresentado é o de jornalismo de comunicação, já que esse não tem como foco a opinião pública, mas sim num público consumidor específico, torna-se interessante traçar um paralelo com o jornalismo ambiental. Focando na definição por jornalismo ambiental do jornalismo que trata sobre o meio ambiente, percebemos que traduz uma ideia de que é um jornalismo direcionado para uma segmentação social. Logo, pode-se constatar que não é um assunto do interesse de todos e, por isso, pode ser visto de duas formas: como opcional, um complemento para o público em geral, e como de interesse para um público específico, sendo que as duas formas não se excluem necessariamente considerando o ponto de vista pelo qual o jornalismo ambiental pode ser analisado. Mesmo que tenha uma postura comprometida com a temática podemos perceber pontos de semelhança com o conceito de jornalismo de comunicação que

age como um vulgarizador, conselheiro, leia-se como um amigo que mantém uma relação familiar com o seu público, divertindo-o. [...] por outro lado a segmentação da imprensa faz com que ele se oriente cada vez mais para um público visado por um determinado estilo de vida ou hábitos de consumo, em vez de orientar para uma opinião pública (NEVEU, 2005, p. 120).

Esse aspecto ajuda na compreensão sobre o motivo que dificulta a penetração do jornalismo ambiental na pauta jornalística, já que destaca o conflito do olhar em relação a um tema que para uns é interessa e para outros não, diferentemente de política, que pode não ser o assunto favorito, mas desperta, em diferentes níveis e graus de interesse, a opinião social. O fazer jornalismo ambiental deve ser um canal de qualidade de comunicação que não se reduza a informar, mas sim, consiga despertar o interesse em refletir e conhecer mais sobre o assunto.

O jornalismo ambiental é a voz e o eco que trata do meio ambiente como um tema amplo e complexo e não como um problema. Deve ser um canal de qualidade de comunicação ambiental que não se reduza a informar, mas sim, consiga despertar o interesse em refletir e conhecer mais sobre o assunto. Deve ser elaborado de forma a atingir o cotidiano das pessoas. Elas precisam entender como um vazamento de óleo atinge a vida delas, assim como o caminho do algodão, matéria-prima da roupa que se veste, que começa lá no campo com o produtor rural, que vende esse algodão para a indústria, que emprega pessoas, que vai para o setor varejista e segue uma cadeia que movimenta a economia, a política (presente nos impostos estabelecidos), ou seja, atua em conjunto com outras esferas sociais. O jornalismo pode despertar essa consciência de que o meio ambiente está no cotidiano e atua em todos os campos da vida.

Wilson Bueno (2008) propõe como classificação do jornalismo ambiental a função política, como mobilizadora social. A outras funções que ele agrega são a in-



formativa (com o viés de atualização) e a pedagógica (mostra problemas e indica soluções). O ponto que ele ressalta é que o sucesso das duas últimas categorias está condicionado ao progresso da primeira no sentido de informar um público desconhecedor do assunto e causar novas atitudes, mudanças de pensamentos e de costumes. É em torno da expectativa de modificação que se antecede a mobilização social para preparar esse público e posteriormente repassar essa perspectiva de mudança da notícia de cunho ambiental.

A explanação acima aponta que o jornalismo ambiental encontra respaldo em diferentes autores, com históricos e formações particulares. Este indício revela o caráter transcendental deste fazer jornalístico, aciona muitos contextos sociais e permite refletir sobre como a construção de notícias sobre o meio ambiente podem ser associadas a outras esferas sociais trazendo novos esclarecimentos e outra visibilidade ao tema.

### **A construção da notícia de cunho ambiental**

A construção da notícia segue a lógica do organograma. Estabelece hierarquias e funções, liga a rede em fluxo, mas operacionaliza individualmente. Ao localizar um tema, antes de fazê-lo ser notícia, atribui-se hierarquia, classifica-se numa editoria do veículo, mas a mensagem transmitida é única e vai ser divulgada naquele meio. Porém, isso não engessa a atuação de outros veículos, que podem criar a partir do mesmo assunto, a própria notícia. Eles possuem características específicas, mas pertencem a esse fluxo de comunicação, que acolhe o jornalista, a empresa jornalística e outros fatores numa conjunção de adequações e interesses que cerceiam a produção. A notícia advém do jornalismo visto como um grande sistema que comporta todas essas ações.

Alsina (2009) considera que para a construção das notícias alguns fatores devem ser analisados como a tecnologia de cada meio (que condiciona a morfologia da mensagem) e o uso desse. O segundo item é a morfologia, que se expressa na forma como os elementos são destacados na apresentação do tema, na natureza do assunto e na tipologia da informação, que avalia anormalidade, aproximação, espetaculosidade, entre outros. O terceiro é modelo de uso dos meios, que mostra o uso dado à mídia, o que seria um ponto essencial para a compreensão do processo comunicativo. Dessa forma, a definição, o olhar do jornalista, a conjugação dos fatores externos (interesses desvinculados da redação) que se impõe à compilação da notícia determinam a relação de empatia, gerando convencimento ou aversão, com o público.

O processo de elaboração de notícia pode ser considerado uma cadeia produtiva com vários elos de ação. O jornalismo é o cenário onde atua esse sistema híbrido e convergente. O jornalista, o elo inicial, busca no universo temático assuntos com potencial para notícia. Depois, o elo das forças intrínsecas, provenientes da condição

humana e da cultura empresarial, e das forças extrínsecas, oriundas das relações exteriores que emanam poder sobre o fazer jornalístico, que terminam de aprovar a divulgação da notícia. E por último, a entrega para o público. Esse esquema simboliza a estrutura inconsciente e informal que ajuda a definir o que deve, pode e interessa ser noticiado.

A notícia é profissionalmente elaborada numa organização jornalística e ao ser colocada no fluxo passa a servir como respaldo para a formação do pensamento social. Traquina (2004) classifica a notícia como construção social da realidade quando relaciona aos estudos construcionistas divididos em duas escolas: a interacionista (que considera a autoridade do jornalista condicionada às rotinas de produção) e a estruturalista (que reporta ao poder das fontes, muitas denominadas definidores primários). Os autores construcionistas acreditam que os veículos constroem representações de acontecimentos seguindo os valores corporativos e à estrutura da rede noticiosa, onde a escolha das fontes é pensada como forma de corroborar para que o processo seja bem-sucedido. Para isso, a escolha dos entrevistados é definida por determinados critérios, como produtividade, credibilidade e autoridade. Desta forma, as fontes oficiais são quase sempre as mais requisitadas por seu *status* (MIRANDA, 2002) e o jornalismo termina reforçando e legitimando ao dar voz a esses sujeitos e ao que representam.

Traquina (2004) esclarece que o acesso à mídia é um poder que define a relevância de quem foi solicitado para opinar no veículo, ou seja, é o papel político atribuído pelo jornalismo, que é considerado nas teorias estruturalista e interacionista. O autor afirma que o “quarto poder” (alusão à mídia como quarto poder depois dos três poderes legítimos: legislativo, executivo e judiciário) do jornalismo não é um conceito fechado, e sim, é usado estrategicamente pelas empresas, como na seleção das fontes.

Conforme a teoria estruturalista, há uma relação de disposição entre os meios de comunicação e as suas fontes que pode repercutir em reprodução de discursos da elite pelos veículos por recorrer periodicamente aos definidores primários ou *primary definors*. Ao excluir as fontes periféricas (Wolf, 1999), e isso pode fazer parte das rotinas produtivas, há formação de uma informação tendenciosa ou distorcida, que reproduz uma realidade com as limitações corporativas. Segundo Traquina (2004), num primeiro instante, as notícias recebem a influência da interação entre a comunidade jornalística e sua partilha de valores, de responsabilidades éticas e de linguagem específica de uma tribo profissional.

As rotinas de produção e as circunstâncias, que desafiam os jornalistas durante a construção de notícias, estão nos estudos de *newsmaking* de Nelson Traquina e Mauro Wolf. Esse tipo de estudo correlaciona-se ao paradigma construcionista das teorias do jornalismo, que percebe o jornalista como elemento essencial na produção da notícia.

Primeiro, a teoria construcionista desce no seu nível de análise, do nível interno ao nível interior, ao sublinhar a importância da cultura profissional como fator determinante, fator esse que também é transorganizacional. Segundo, a teoria construcionista dá ênfase às práticas diárias e aos procedimentos rotineiros, que procuram fornecer um fluxo constante e seguro de notícias. Terceiro, a teoria construcionista examina em maior detalhe as relações entre os jornalistas e as fontes de informação considerando estas um componente fundamental do processo de produção (TRAQUINA, 1999, p. 136).

Wolf (2005, p. 194) afirma que os estudos sobre a produção da informação (*newsmaking*) acontecem por meio da cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho dos processos. “As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central desse tipo de pesquisa”. O objetivo é compreender que imagem do mundo as empresas jornalísticas criam nos telejornais considerando as exigências que cerceiam as rotinas de produção. Neste caso, a natureza da realidade é “a mola propulsora” para a notícia, pois no seu teor também estão inseridos os valores empresariais impostos à redação e os constrangimentos sofridos pelos profissionais. Essas são situações presentes nas “rotinas que orientam o trabalho e que condicionam toda a atividade jornalística e as identidades das fontes de informação com que falam” (TRAQUINA, 2002, p. 122-123).

O sociólogo Jonh B. Hannigan pressupõe que para o tema ambiental virar notícia tem que configurar um problema social, uma vez que não é um assunto internalizado como assunto diário na agenda midiática. Para isso, precisa seguir seis critérios para se tornar um problema ou uma questão ambiental. São eles: “autoridade científica para validação dos argumentos; a existência dos “popularizadores” que podem combinar ambientalismo e ciência; atenção da mídia, na qual o problema é “estruturado” como novo e importante; dramatização do problema em termos simbólicos e visuais; incentivos econômicos para uma ação positiva, recrutamento de um patrocinador institucional que possa garantir legitimidade e continuidade” (HANNIGAN, 2009, p. 119).

Hannigan (2009) afirma que o desafio da mídia, segundo o autor, seria produzir uma notícia com elementos que a capacite a concorrer com as demais pautas. Para atingir esse padrão ela precisa ter animação (capacidades e informação), legitimação (reconhecimento e prestígio) e demonstração do problema (competir pela atenção). Todas essas exigências que foram citadas são necessárias para oferecer recursos que disponibilizem uma abordagem mais profunda, interessante e compreensiva diante do público. Senão, as pautas ambientais ficam restritas a eventos com datas marcadas ou pelo registro de catástrofes ambientais, o que segundo o autor é restringir o tema a superficialidade. Dialoga com essa reflexão o conceito de *soft news* de Erik Neveu, associado ao jornalismo de comunicação, já mencionado neste artigo. Podemos verificar que o quesito superficialidade presente, de formas distintas, marca os dois casos (notícias sobre o meio ambiente e as *soft news*).

O jornalismo de comunicação oferece uma informação cuja actualidade “quente” dos acontecimentos não é mais um dos ingredientes. Valoriza as *soft news* como uma informação-serviço que antecipa as necessidades do seu público em áreas como a saúde, o lazer o consumo (NEVEU, 2005, p. 120)

Desse ponto de vista, a superficialidade das *soft news* pode ser comparada à superficialidade da abordagem de notícias ambientais quando oferecem matérias “informação-serviço” quando quantificam, por exemplo, a destruição causada pelo deslizamento de terras causado por chuvas sem apresentar as razões que originaram e /ou favoreceram tal tragédia. Essa abordagem rasa faz com que Hannigan (2009) considere que no plano político as questões ambientais ganham mais visibilidade, pois além da legitimação científica que precisa comprovar a importância e interferência social que um caso ambiental pode repercutir ao perpassar para outro domínio mais se aproxima da categorização de problema social, que precisa de legitimação em vários seguimentos: meios de comunicação social, ciência e público. Porém, o autor destaca que a principal falha desta abordagem “é que poucos repórteres ambientais estão suficientemente bem informados para serem capazes de eficazmente avaliar a posição científica” (HANNIGAN, 1995, p.93). Este pensamento encontra respaldo em Traquina (2004) ao afirmar que a notícia “é uma construção social” e que “os jornalistas são participantes ativos na definição e construção das notícias, e, por consequência, da construção na realidade” (TRAQUINA, 2004, p.26).

A construção da notícia de cunho ambiental necessita de aprimoramento a partir de uma definição mais rigorosa dentro do campo ambiental. Assim, vai se expressar com clareza dentro dos meios de comunicação e assim conquistar espaço pela força dos argumentos do que por legitimação científica.

## Considerações finais

A construção das notícias de cunho ambiental tem mais visibilidade na mídia, considerando a data de produção desse artigo (agosto de 2013). Porém, o que permanece como um incômodo para o jornalismo ambiental é a apresentação, dimensão e abordagem atribuída ao assunto. A noticiabilidade ambiental ainda aparece muito arraigada a eventos específicos e a desastres ambientais. Essa superficialidade que impede uma introdução ao contato sobre outras óticas ambientais atreladas a outras esferas e propositora de outros olhares, está presente nos meios de comunicação, de uma forma geral, mostram a notícia sobre cunho ambiental como *soft news* de Erik Neveu ao considerá-la como uma “informação-serviço” quando divulgam o número de vítimas de um tsunami e omitir as causas do fenômeno. O perfil de “informação-serviço” é a superficialidade da abordagem, o que remete a quem interessa buscar saber melhor sobre o tema em veículos específicos fortalecendo a segmentação do tema e o afastando mais da classificação como tema de interesse público.

## Referências

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- BACHETTA V., **El periodismo Ambiental**. In: V.L., BACHETTA (org). *Ciudadanía Planetaria: Temas y desafíos del periodismo ambiental*. Uruguai: Federación de Periodistas Ambientales/Fundacion Fridrich Ebert: 2000.
- BONES, Elmar, HASSE, Geraldo. **Pioneiros da Ecologia: Breve História do Movimento Ambientalista no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Já Editores, 2002.
- BUENO, Wilson. **Jornalismo ambiental: explorando além do conceito**. In: GIRARDI, Ilza; SCHWAAB, Reges (org.). **Jornalismo ambiental – Desafios e reflexões**. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008
- HANNIGAN, John. **Sociologia Ambiental – A formação de uma perspectiva social**. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Sociologia Ambiental**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- KUSCHIK, Murilo. **Weber e sua relação com a comunicação**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa. Vol 1**. Porto Alegre: Sulina, 2006 (23-33).
- MARTINS, Carlos Benedito. **O que é Sociologia?** São Paulo: Brasiliense, 1992.
- MORIN, Edgar. **Saberes Globais e Saberes Locais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.
- NEVEU, Érik. **Origens de uma profissão**. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006 (15-27).
- \_\_\_\_\_. **Jornalistas no trabalho**. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2005 (55-74).
- \_\_\_\_\_. **Crises e renovações no jornalismo**. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2005 (115-133).
- SORRETINO, M. (2005, agosto 24). **Palestra de abertura do Encontro Pan-Amazônico de Educação Ambiental**. Belém,Pará, Brasil.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis, Insular.2004.
- VILLAR, R. (1997, outubro). **Jornalismo Ambiental: evolução e perspectivas**. Laboratório Ambiental de Jornalismo, Agir Azul. Campo Grande, MT: UFMT. Recuperado em 27 fevereiro de 2012. <http://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>
- WEBER, Max. **Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2006 (34-44).