



O meio ambiente na TV: Uma breve análise do discurso ambiental da televisão brasileira.¹

Luiz Alberto Fonseca de Lima Filho²

Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes³

Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

O artigo tem como proposta fazer uma retomada histórica da participação do meio ambiente enquanto temática na televisão brasileira e, mais especificamente, discutir o posicionamento do assunto no discurso telejornalístico. Levando em conta os interesses políticos e econômicos do veículo em relação ao tema, os modos de apropriação do telespectador e de produção do discurso, será que a televisão cumpre o papel de promover a educação ambiental, ou a temática fica reduzida a situações em que existem datas alusivas ao tema ou eventos factuais em que o meio ambiente deixa, momentaneamente o papel de coadjuvante?

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Meio ambiente; Televisão; Telejornalismo; Jornalismo Ambiental

Introdução

Sabe-se que a mídia pode promover mudanças na representação da realidade, graças às mensagens que envia e que são assimiladas pelo público. A televisão, como integrante da mídia, também tem o poder de provocar, entre os que a assistem, discussões a respeito daquilo que veicula e dessa forma interferir no processo de produção e reprodução da realidade. “Objetos diferentes apresentam-se à consciência como constituintes de diferentes esferas da realidade”. (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 37). Porém os modos de apropriação do conteúdo são heterogêneos.

Os textos também são consumidos diferentemente em contextos sociais diversos. Isso tem a ver parcialmente com o tipo de trabalho interpretativo que neles se aplica (tais como exame minucioso ou atenção dividida com a realização de outras coisas) e o modo de interpretação disponíveis. (FAIRCLOUGH, 2001, p107)

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 04 a 07 de setembro de 2015.

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em comunicação (PPGCOM) da UFPE, email: luizalbertofonseca@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutora em Linguística pela UFPE. Trabalha com questões relacionadas à Divulgação Científica, na qual desenvolve trabalhos acadêmicos e profissionais desde 1999. Membro do Comitê Temático de Divulgação Científica do CNPq (2011-2017). Atualmente é Professor Associado da UFPE e atua como docente no curso de Jornalismo, do Departamento de Comunicação Social da UFPE, e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. E-mail: isaltina@gmail.com



Claro que existem interesses particulares subentendidos no conteúdo produzido pela mídia, uma vez que o discurso televisivo é subsidiado por questões políticas e econômicas. De um modo geral as tevês são diretamente dependentes do mercado e da audiência. A escolha de um assunto e a forma como ele é abordado não depende da vontade do público, mas dos interesses do grupo empresarial responsável pelo veículo de comunicação.

Além disso, os produtos da mídia, como no caso da televisão de circuito aberto (...) são produtos de uma indústria de informação e entretenimento, logo, não objetivam uma causa, porém destinam-se ao mercado de bens simbólicos. E desse mercado partem coerções determinantes de suas condições de produção e circulação. (DUTRA, 2009, p.149)

Movida pela audiência e pela necessidade do consumo, a televisão filtra e define aquilo que é de interesse da população. Isso afeta diretamente os modos de produção do discurso de tal veículo. Aquilo que é dito (e também aquilo que não é dito) é consequência direta de tais interesses.

Com todo seu potencial de entretenimento e quase onipresente nos domicílios, a mídia televisiva leva diariamente informações a grandes audiências, exercendo o poder de educar segmentos sociais que não têm acesso a outros meios de comunicação. Essa possibilidade de transmitir noções – corretas ou não – de educação para a cidadania pode se dar ao longo de toda programação. (BARBOSA, 2012 p.52/53)

O meio ambiente enquanto temática, segue pelo mesmo caminho. Por ser um assunto interdisciplinar, surge em muitos casos, vinculado a outras editoriais. A temática ambiental, na maioria das vezes é secundarizada. No entanto, em alguns casos se transforma em protagonista. Isso ocorre quando existe um fato diretamente ambiental ou uma data ou evento alusivo ao tema.

Este artigo se propõe a fazer uma retrospectiva histórica da participação do meio ambiente na televisão brasileira, discutir e realizar uma reflexão teórica sobre como é esse discurso ambiental, sobretudo no telejornalismo.

O meio ambiente na televisão do Brasil

Apesar de não existir um programa específico voltado para a temática naquela época, podemos considerar que o meio ambiente começou a aparecer na televisão brasileira no final dos anos 1960, com o programa *Amaral Neto, o Repórter*. A estreia foi na TV Tupi, em 1968. No mesmo ano, passou a ser exibido pela Rede Globo, a princípio aos



domingos e a partir de 1970 passou para os sábados, às 22h30, ainda dentro do chamado “horário nobre”.

Os assuntos eram os mais variados possíveis – a pesca da baleia no litoral do Rio Grande do Norte, as cataratas de Foz do Iguaçu e as atividades dos pelotões de fronteira na selva amazônica –, de acordo com a proposta de se mostrar os aspectos mais desconhecidos de um tema. Com equipamento sofisticado para a época, alcançava as mais longínquas regiões do país e divulgava as obras do governo durante o regime militar. (www.oglobo.globo.com)

O meio ambiente era tema recorrente e benefícios surgiram em consequência disso. Gonçalves (2007) conta que o programa, por ser visto com “bons olhos” pela censura durante a ditadura militar⁴ proporcionou atitudes diretas do governo em prol do meio ambiente. O Autor cita Andrade (2003) para exemplificar tais benefícios, como o que aconteceu com o Atol das Rocas, depois da presença do programa no local: “Ano seguinte à realização do filme, o Atol das Rocas se tornou a primeira reserva biológica marinha do país [...]” (ANDRADE, 2003, p.111; apud GONÇALVES, 2007. p 20).

A partir da década de 1980, passam a surgir programas específicos sobre meio ambiente, porém com um viés voltado para a ficção, jornalismo e educação. Segundo Dutra (2009), o início desse tipo de programa se deu por meio de pequenas produtoras independentes, que conseguiam se inserir dentro da programação das emissoras.

Uma das produções mais importantes da década de 1980 intitulava-se *Nossa Amazônia*, em 1985, produção da Spectrum, produtora independente, transmitida pela rede Bandeirantes. Dirigida por Cacá Diegues, ainda trazia em sua estrutura narrativa, forte vinculação com o cinema. (DUTRA, 2009, p. 81)

O autor prossegue explicando que a transmissão desse programa fez com que novos produtos voltados ao tema surgissem, também fruto de produtoras independentes.

Em 1987, novamente a TV Bandeirantes abria espaço para outra produtora independente, a Azul Vídeo, para a realização de um programa mensal, o *Meio Ambiente Urgente*, em que era realçada a necessidade de conscientização sobre problemas ambientais, tratando de poluição, agrotóxicos e desertificação. No ano seguinte, a TVE do Rio de Janeiro inaugurava o programa *Baleia Verde*, considerado o primeiro exclusivo sobre meio ambiente a ter maior destaque de audiência, sendo visto em muitas partes do Brasil por meio da cadeia de TVs Educativas. Em virtude da boa repercussão, em 1989 a TV Gazeta de São Paulo passou a transmiti-lo também. No mesmo ano, a TV Manchete, do Rio de Janeiro, estreava o *Terra Azul*, apresentando denúncias de devastação na

⁴ Amaral Neto era Deputado pela Aliança Renovadora Nacional (ARENA) partido favorável ao então regime político, e se utilizava de equipamentos do exército, como os aviões da força aérea Brasileira (FAB) para realizar tomadas aéreas.



Amazônia e pesquisas realizadas em estações ecológicas. (DUTRA, 2009. p 81).

Ainda segundo o pensamento do autor, o boom do meio ambiente na mídia se deu no início da década de 1990, quando a TV Manchete, do Rio de Janeiro, exibiu as telenovelas *Amazônia*, *Paraíso em Perigo* e *Pantanal*. A primeira trazia à tona o problema da devastação florestal. E a segunda, ambientada no pantanal mato-grossense, mostrava as belezas naturais do local e chegou a ser líder de audiência no horário, desbancando a Rede Globo. No ano de 1990 vai ao ar o Globo Ecologia, que, apesar de ser temático, como o próprio nome sugere, é voltado para a educação.

Neste ponto, é preciso abrir um parêntese para lembrar que um grande passo da inserção do meio ambiente na mídia brasileira, foi a realização da Conferência Mundial da ONU Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, ou, simplesmente, RIO-92. Em junho daquele ano o mundo se mostrou preocupado com os perigos provocados pelo desmatamento, poluição e outros danos prejudiciais ao meio ambiente e se reuniu para estipular metas e tentar combater os efeitos desse comportamento. O principal tema foi a discussão sobre como reverter o atual processo de degradação ambiental e buscar soluções para o desenvolvimento sustentável, principalmente das populações mais carentes do planeta.

Uma Cúpula sem precedentes na História, seja pelos assuntos discutidos, seja pelo gigantismo do encontro: 104 reis, rainhas, e chefes de estado, acompanhados de um séquito de 10 mil delegados de 180 países. Nove mil jornalistas foram credenciados para cobrir o maior evento de todos os tempos até então, e também os encontros paralelos, com destaque para o Fórum Global, que reuniu 12.000 representantes e 5.600 ONGs de 165 países no Aterro do Flamengo. (TRIGUEIRO, 2003, p. 81)

Os veículos de comunicação do país percebem o potencial desse filão ambiental, passam a explorá-lo. Dessa forma surgem as editorias, cadernos, suplementos, programas e outros espaços específicos.

Uma verdadeira operação de guerra mudou a rotina das redações, onde uma montanha de pautas até então solenemente desprezadas, mais por ignorância que por má-fé, justificaram coberturas espetaculares. Num intervalo de poucos dias, expressões que só eram conhecidas no meio científico viraram tema de acalorados debates em mesas de botequim. (TRIGUEIRO, 2003 P.81/82)

A televisão não ficou de fora de todo esse processo. Ao longo dos anos que se seguiram pós Rio-92, mais programas especializados surgiram tanto nas TVs abertas quanto nas fechadas. Neste artigo não vamos contabilizar nem analisar tais programas. Mas vale destacar alguns deles. O *Repórter ECO*, uma revista semanal produzida e



veiculada pela TV Cultura de São Paulo desde 1992. O programa tem uma relação direta com a Rio-92, pois foi inicialmente criado para cobrir as matérias relacionadas ao encontro, mas permaneceu no ar até hoje.

Foi criado em fevereiro de 1992 como o primeiro telejornal da televisão brasileira especializado em meio ambiente. O objetivo era antecipar e aprofundar os assuntos que seriam abordados na Rio-92, a Conferência Mundial das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro. Em setembro de 92, o Eco ganhou espaço e foi transformado pela equipe de criação em um programa de meio ambiente, com informações do Brasil e do mundo, que hoje é respeitado por cientistas, ONGs ambientalistas, estudantes e pelo público em geral que busca a qualidade de informação. (www.tvcultura.cmais.com.br)

Outro destaque é o *Globo Ecologia*, já citado neste artigo. Veiculado semanalmente pela Rede Globo desde 1990, tem como foco o meio ambiente e tudo o que se relaciona com os conceitos ambientais.

Surgiu de uma proposta de divulgação de projetos ambientais de algumas pessoas e o processo de captação de imagens para o meio ambiente foi agradando e crescendo até se estabelecer o primeiro contato da produtora Raiz Savaget com a Fundação Roberto Marinho. (GONÇALVES, 2007, p 64)

O programa segue uma linguagem jornalística formal, com um apresentador (por determinação da Fundação Roberto Marinho, um ator jovem que esteja no *casting* de telenovelas da TV Globo) e matérias gravadas. O formato lembra um telejornal para que se consiga reforçar a seriedade dos assuntos tratados, visto que o objetivo do programa é a educação e não o entretenimento.

O programa *Globo Ecologia* se insere entre os projetos da fundação roberto marinho (FRM), na “área de educação”. Trata-se, portanto de um conjunto textual que é enunciado explicitamente como de cunho educativo. (DUTRA 2009,p 89).

Assim como acontece com o *Globo Ecologia*, *O Repórter Eco*, também segue um formato jornalístico e tem, dentro da emissora em que é veiculado, um posicionamento que não é especificamente voltado ao meio ambiente. Mesmo assim, o objetivo de levantar e discutir questões acerca do tema é cumprido.

Ambos se preocupam em passar a mensagem de preservação ambiental, deixando a disputa para suas emissoras, No site da Rede Cultura, o repórter Eco é colocado na área de jornalismo, enquanto que na TV Globo, o programa *Globo Ecologia* se encontra no setor educativo. (GONÇALVES, 2009, p.64).

Não se pode deixar de fora dessa discussão o *Globo Repórter*. Criado em 1973, o programa “se destinava a analisar com mais profundidade os principais acontecimentos jornalísticos nacionais e internacionais do mês, que, por uma questão de tempo, não



podiam ser detalhados nos telejornais” (www.g1.globo.com). Ao longo de mais de 40 anos, o programa sofreu inúmeras transformações de formato, porém sempre na linha editorial de tratar assuntos diversificados. Em meados da década de 1990, passa a dar mais ênfase ao meio ambiente.

Com o aumento significativo da audiência do público das classes C e D no final de 1996, o desafio do Globo Repórter passou a ser tratar de assuntos com apelo mais abrangente, capazes de interessar aos telespectadores de todas as classes, mantendo o alto nível de qualidade da informação. O programa passa a destacar temas relacionados à natureza e ecologia, mostrando as paisagens e a vida em localidades distantes dos grandes centros urbanos. Como exemplo, a reportagem sobre a Chapada dos Guimarães. (www.g1.globo.com)

Trigueiro (2003) observa que a partir de 1998 houve um aumento significativo de edições do programa com essa temática, que seguiam a linha jornalística ou de documentário e eram produzidos pela própria Rede Globo, ou importados de outras emissoras como a BBC de Londres.

Dessa época até 2003, sempre após a novela das 8, no horário nobre da televisão, onde a disputa por audiência é ferrenha, foram exibidos mais de 100 programas que tinham em comum pautas relacionadas à vida selvagem. Com uma audiência média de 32 pontos, esses programas mantiveram a emissora com uma boa margem de frente sobre as demais, e com um detalhe interessante: dos 30 programas de maior audiência exibidos pelo Globo Repórter entre 200 e 2001, mais da metade mostrava a exuberância da fauna e da flora. (TRIGUEIRO, 2003, p76)

Apesar de não ser especificamente ambiental, o Globo repórter também cumpre – com um maior alcance de telespectadores, e, conseqüentemente, de audiência, principalmente devido ao horário em que é veiculado – o papel de divulgar o meio ambiente e criar uma cultura voltada para a preservação entre os telespectadores.

Mas, o que é o meio ambiente na TV?

O que se observa é que, de um modo geral, tanto no Globo Repórter quanto em outros programas televisivos, existe uma tendência em se reduzir o meio ambiente à paisagens exuberantes e curiosidades sobre fauna e flora, o que Trigueiro (2003) afirma se tratar de um erro.

O fato é que reduzir o meio ambiente à fauna e à flora é, definitivamente, um erro de grandes proporções. E esse é um ponto fundamental na área da comunicação, porque obriga os profissionais de mídia a perceberem a realidade de uma forma inteiramente nova e, sob alguns aspectos, revolucionária: no mundo moderno, onde o conhecimento encontra-se fragmentado, compartimentado em áreas que muitas vezes não se comunicam, a discussão



ambiental resgata o sentido holístico, o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, e nos induz a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado, relacionado. (TRIGUEIRO, 2003, p.77/78)

A própria definição de meio ambiente varia de autor para autor. Não é algo simples de se explicar claramente, sem se perder um pouco em conceitos. Ainda citando Trigueiro (2003), trata-se de uma expressão de amplo significado.

O interessante é que este sentido mais amplo está na origem da expressão “meio ambiente”, que reúne dois substantivos redundantes: meio (do latim *mediu*) significa tudo aquilo que nos cerca, um espaço onde nós também estamos inseridos; e ambiente, palavra composta de dois vocábulos latinos: a preposição *amb(o)* (ao redor, à volta) e o verbo *ire* (ir). Ambiente, portanto, seria tudo o que vai à volta. Mas dizer que meio ambiente é tudo seria simplificar demais a questão. (TRIGUEIRO, 2003, p.77)

Castro (2002) diz que é preciso pensar a relação que se tem com a natureza, para que se possa pensar sobre o tema, e que esse “pensar” é algo que chama de multifacetado. A questão ambiental possui características próprias, vocabulário específico do tempo atual. Termos como *chuva ácida*, *biodiversidade* e *efeito estufa* surgiram ao longo dos últimos anos, à medida que os problemas de desordem ambiental causados pelo homem passaram a ser visíveis, a afetar a vida do cidadão.

Aliás, se olharmos para o nosso tempo em contraste com o passado, o que se torna imediatamente notório é que a actualidade se caracteriza por aquilo a que poderíamos chamar uma “explosão semântica” No passado falávamos de natureza. Hoje, falamos de natureza, mas também de ambiente e de ecologia e de ecossistemas. E usamos termos como ambientalismo, ecologismo, naturalismo, ecocentrismo, antropocentrismo, biocentrismo, ecofeminismo, gaianismo e verdes (CASTRO, 2002, p.142).

Para Mendonça (2012), meio ambiente é uma expressão recente, utilizada para “[...] destacar o ambiente que nos circunda no momento em que as modificações desse entorno começaram a trazer consequências negativas ou muito diferentes das que se tinha desejado” (p 103). Ainda segundo o pensamento da autora, trata-se da natureza que foi transformada de acordo com a evolução social e tecnológica do ser humano. Uma natureza que é moldada para atender as diversas necessidades humanas. “Ao longo de nosso caminhar pela Terra, desde as nossas origens humanas, as representações que fizemos da natureza refletem a atitude e a consciência de cada época e, conseqüentemente, exprimem os desejos e os temores daqueles que nelas viveram” (MENDONÇA, 2012, p 111).

Castro também concorda com tal pensamento:



Ou seja, parece que o ambiente se tornou, para o público actual, sobretudo numa natureza que as pessoas estragaram, pois quando elas pensam em natureza, pensam principalmente em elementos naturais, e quando pensam em ambiente, pensam maioritariamente em riscos e problemas pelos quais as pessoas seriam responsáveis (CASTRO, 2002, p. 149/150).

Logo, meio ambiente ganha o sentido de uma expressão que engloba o discurso humano em busca de esclarecimento para as consequências de suas ações e direcionamento para caminhos que divulguem um senso de responsabilidade e contribuição para o bem comum.

O termo “desenvolvimento sustentável” – bastante utilizado nos discursos ambientais - é um jargão ecológico que leva a inúmeras interpretações. Porém, de um modo geral, remete à situação em que a exploração dos recursos naturais é feita de maneira consciente, para que os mesmos possam, também, ser disponibilizados às gerações futuras, sem que o equilíbrio ambiental seja ameaçado. A página da internet da WWF-Brasil traz o que a organização chama de “a definição mais aceita” para o termo.

[...] É o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro. Essa definição surgiu na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas para discutir e propor meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental. (www.wwf.org.br)

Para Dryzek (2005) a questão vai um pouco além: envolve uma interação entre os sistemas naturais e os sistemas sociais.

Desenvolvimento sustentável é um conceito bem mais ambicioso que se refere a um conjunto de sistemas de suporte de vida e busca um crescimento constante na soma das necessidades humanas que poderiam ser satisfeitas por meio do simples acúmulo de recursos, mas é preferível através de uma operação inteligente dos sistemas naturais e humanos combinados⁵. (DRYZEK, 2005, p 146)

Dutra (2009) diz que os conceitos de desenvolvimento sustentável e biodiversidade são tão próximos que chegam a ser sinônimos. De um modo geral, o que se tem é um conceito vago sobre um tema amplo. Por consequência disso as áreas se apropriam da maneira como lhes convém. Isso também se observa no discurso da mídia que tende sempre a algo mais generalizado

⁵ Sustainable development is a much more ambitious concept in that it refers to the ensemble of life-support systems, and seeks perpetual growth in the sum of human needs that might be satisfied not through simple resource garnering, but rather through intelligent operation of natural systems and human systems in combination.



Fatalmente, tais indefinições e vagezas dos conceitos centrais da temática ambiental ou ecológica permeiam os textos midiáticos que, de certo modo, até acentuam essas características, haja vista ser próprio dos media a pretensão a uma linguagem universal ou ao menos consumível pelo maior número possível de espectadores/ouvintes/leitores. Buscar uma definição própria seria, para a mídia, a sua inserção setorizada no debate semântico, o que cabe a outros atores sociais. (DUTRA, 2009, p 149)

A falta de uma definição e o tratamento vago dado ao tema implica, dentro da mídia televisiva não especializada, uma abordagem menos aprofundada dos temas ambientais, sobretudo nos telejornais diários.

Telejornalismo e meio ambiente

Os programas citados até agora neste trabalho, mesmo que usando uma linguagem semelhante, não são/eram telejornais diários. Dentro de uma programação televisiva, o telejornal é mais que uma importante fonte de informação para o público. É um lugar de referência – semelhante à família, escola, religião, etc. – que ajuda o indivíduo a criar laços sociais e a compreender o mundo à sua volta. . “Assim, o receptor espera de um programa informativo que o mantenha em dia sobre o que acontece no mundo” (DUTRA, 2009, p. 29). Para Júnior (2014), o telejornal possui um papel mais lúdico, pois faz, de maneira íntima e próxima, parte do cotidiano do espectador.

No caso do telejornal, era como se fosse um amigo contando histórias que interessavam a todos. Era tipo aquelas conversas entre vizinhos na calçada, comuns no interior, e que serviam para colocar os assuntos em dia. Nos dois casos, ao se despedir, deseja-se uma ótima noite até o próximo bate-papo que, mesmo sem ser marcado, todos sabem muito bem onde e quando será. (JÚNIOR, 2014, p.16)

Esse sentimento não existe à toa. Há muitas décadas o brasileiro tem presente em seu dia a dia esse formato jornalístico. No país, o telejornal estreou em 1950 junto com a Televisão. O pioneiro foi o *Imagens do Dia* da PRF-3 Difusora de São Paulo (que logo passaria a se chamar TV Tupi). Em 1953 veio o primeiro telejornal a fazer sucesso: *O Repórter Esso*. Este levava o nome de seu patrocinador e passou quase vinte anos no ar. Apesar do formato copiado do rádio, já mostrava uma narrativa mais televisiva. “[...] o texto era objetivo, o apresentador enquadrado no plano americano e tinha horário fixo para entrar no ar, oito da noite” (PATERNOSTRO, 1999, p.35). Mas a consolidação do telejornal, veio em 1969, com o primeiro jornal de rede do Brasil, o *Jornal Nacional*.

Foi o primeiro a apresentar reportagens em cores; o primeiro a mostrar imagens, via satélite de acontecimentos internacionais no mesmo instante em que eles



ocorriam. O estilo de linguagem e narrativa e a figura do repórter de vídeo tinham os telejornais americanos como modelo. Implantando os avanços tecnológicos e modificando sua linha editorial de acordo com as circunstâncias, mantem, ainda hoje, a liderança de audiência. (PATERNOSTRO, 1999, p.36)

Vale destacar ainda que as regras jornalísticas têm como ênfase a objetividade. A TV preza pelo aqui e pelo agora e seu discurso é repleto de temáticas fragmentadas, múltiplas e heterogêneas, que seguem uma continuidade. Da mesma forma, o discurso telejornalístico segue políticas editoriais distintas, de acordo com a emissora onde é realizado. As mesmas temáticas, bem como um mesmo assunto, acabam por sofrer abordagens e diferentes, que mudam de acordo com o ponto de vista de quem produz/executa/edita e com o programa onde serão veiculadas.

Charaudeau (2006) fala que as mídias se apresentam como o que chama de “organismo especializado”, dotados de uma vocação direcionada a “[...] responder a uma demanda social por dever de democracia. Justifica-se assim a profissão de informadores que buscam tornar público aquilo que seria ignorado, oculto ou secreto (p.58). Porém este mesmo organismo se define, também, por outra face:

Entretanto trata-se de um organismo que se define também através de uma lógica comercial: uma empresa numa economia de tipo liberal e, por conseguinte, em situação de concorrência com relação a outras empresas com a mesma finalidade. Por essa lógica, cada uma delas procura “captar” uma grande parte, se não a maior parte, do público. (CHARAUDEAU, 2006, p. 58/59)

É preciso audiência para que se mantenha um programa no ar. Ao garantir o maior número possível de telespectadores, se consegue um melhor retorno em publicidade paga.

O Factual também é uma característica do discurso do telejornal. A informação atual (ou “quente”, na linguagem jornalística) que é levada ao público justifica o espaço conquistado pelo formato na sociedade.

O ideal jornalístico é o de colocar-se, o máximo possível, no tempo do acontecimento (...) se esforça em reduzir a distância entre o momento em que o fato se produz e aquele em que ele é divulgado no espaço público (JOST, 2007, p.102)

E isso vale tanto para os jornais de rede, como o já citado *Jornal Nacional*, quanto para os telejornais locais. Estes trazem assuntos mais específicos que, normalmente, não têm relevância nacional, mas, nem por isso, deixam de ser importantes para o cotidiano das pessoas que vivem nos estados onde são exibidos. Os telejornais também reservam



espaço para as reportagens ditas “frias” ou “de gaveta” (aquelas que não são factuais, e podem ser exibidas em uma outra edição).

O meio ambiente participa de todo esse processo. O que se percebe, ao longo das edições diárias dos telejornais – locais ou nacionais – é que a temática, a menos que esteja vinculada a uma notícia realmente quente (como um derramamento de óleo, ou uma queimada de grandes proporções) ou então a uma data comemorativa (como o Dia da Água ou a Semana do Meio Ambiente), acaba diluída em várias outras editorias. O que se constata a primeira vista, é um tratamento superficial e fragmentado, nem sempre pensado para veicular o meio ambiente.

Em outro trabalho (LIMA FILHO, 2012), onde foram analisadas reportagens veiculadas em uma das maiores retransmissoras do Rio Grande do Norte, afiliada a uma grande emissora nacional de TV, no período de 13 de maio a 13 de julho de 2012 – um mês antes e mês após a conferência Rio+20 (realizada entre os dias 13 e 22 de junho daquele ano. O mesmo período também engloba o Dia Mundial do Meio ambiente, comemorado no dia 5 de junho), pôde-se constatar tal tratamento da temática.

Após uma pesquisa de conteúdo englobando todos os programas locais da casa e utilizando como palavra-chave o termo “meio ambiente”, o resultado obtido foi que apenas cinco entre as vinte e nove reportagens, links e notas encontradas, eram resultado de pautas pensadas especificamente para o meio ambiente.

No telejornal do meio-dia, uma reportagem mostrou a reciclagem do lixo em algumas empresas; na edição matinal foi exibida uma reportagem sobre empregos verdes (a sustentabilidade abrindo portas no mercado de trabalho) e um link sobre um estudo dos problemas ambientais e a situação da esquistossomose no rio Doce; no programa dominical foram ao ar duas reportagens, sobre tijolos ecológicos e construções verdes (LIMA FILHO, 2012, p. 174).

As demais eram vinculadas às datas comemorativas ou a notícias factuais. Tal exemplo serve para ilustrar a superficialidade na “cobertura jornalística local”, que acaba se refletindo em outras praças. Podemos atribuir vários fatores para justificar essa característica. Entre eles o interesse das redações sobre meio ambiente (que nem sempre existe), o curto tempo de apuração disponibilizado ao produtor e ao repórter para executar a pauta e a falta de capacitação dos profissionais no tema, o que torna mais difícil a realização da reportagem e, às vezes, a compreensão dela pelo telespectador.



Por surgir, muitas vezes, diluído em outras editoriais, o meio ambiente pode ser percebido como um tema interdisciplinar. Normalmente, vem junto aos problemas de comunidade e, acaba secundarizado neles. Mostra-se, por exemplo, os transtornos de uma possível falta d'água consequente de um cano quebrado em determinado bairro, mas deixa-se de lado a abordagem de como tal desperdício prejudica a natureza e afeta a vida das pessoas.

Quando o conteúdo de uma reportagem é associado à realidade de quem a assiste, existe uma negociação de sentidos capaz de fazer com que o telespectador reflita e até mesmo adote posturas diferentes no seu modo cotidiano de agir. Dessa forma temos o diálogo, sempre presente nos enunciados do processo comunicativo. Fiorin (2008), seguindo os conceitos de diálogo de Bahktin, lembra que a língua tem a propriedade de ser dialógica. Algo que transpõe o diálogo “face a face”, entre duas pessoas. Está nas relações de sentido que se estabelecem entre os enunciados. “Isso quer dizer que o enunciador, para constituir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Por isso, todo discurso é inevitavelmente ocupado, atravessado, pelo discurso alheio” (FIORIN, 2008, p. 19). O autor ainda conclui o pensamento:

Um objeto qualquer do mundo interior ou exterior mostra-se sempre perpassado por ideias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros; dá-se a conhecer para nós desacreditado, contestado, avaliado, exaltado, avaliado, categorizado, iluminado pelo discurso alheio. Não há nenhum objeto que não apareça cercado, envolto, embebido em discursos. Por isso, todo discurso que fale de qualquer objeto não está voltado para a realidade em si, mas para os discursos que a circundam. Por conseguinte, toda palavra dialoga com outras palavras, constitui-se a partir de outras palavras, está rodeada de outras palavras. (FIORIN, 2008, p. 19)

Mas apesar de ter o poder de estabelecer uma negociação de sentidos, geralmente, esse tipo de reportagem é, em termos de meio ambiente, superficial. Não se explicam o porquê dos problemas, nem como evitá-los. Perde-se, muitas vezes, a chance de se fazer cumprir o papel da mídia de proporcionar educação ambiental à população.

A mídia televisiva local tem papel importante nesse processo, tendo em vista que as ações comunicativas possuem grande poder de difusão da informação e socialização de conhecimento. Convém ressaltar que o veículo consegue alcançar segmentos populacionais dos mais diversos níveis sociais, econômicos, culturais e intelectuais. Nesses termos, a televisão é capaz de provocar discussões a respeito de comportamentos em relação à natureza, atingindo o público por intenção educativa e cultivando a consciência ambiental constantemente citada e nem sempre cumprida. (LIMA FILHO, 2012, p.163)



Considerações finais

Quando pensamos no telejornal como a produção e reprodução de uma realidade, refletimos sobre um discurso e prática social, com o poder de transformar significados existentes no meio onde a mensagem é recebida. Como acontece em qualquer outro discurso, o do telejornal é construído sobre bases sociais e históricas já existentes e com o suporte tecnológico disponibilizado pela mídia.

E nem pode ser diferente, já que o pré-construído é uma espécie de matéria prima difusa de onde o produtor televisivo retira elementos que molda, imprimindo-lhes novas formas, conjuntando fragmentos que são levados ao vídeo sob outras formas, sob outros modos de dizer e de mostrar. (DUTRA, 2009, p 27/28)

A informação disponibilizada por este formato televisivo constrói sentidos, porém é carregada de intencionalidades. Interesses políticos e econômicos são seguidos, ditam posturas. Isso se configura pelo fato de que as mídias impõem suas escolhas dos acontecimentos. A agenda da mídia, não necessariamente, é a mesma política e cidadã.

O universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é, como se diz às vezes, o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção. O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerra-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. Assim a instancia midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. (CHARAUDEAU, 2006, p.151).

Para analisar e compreender os produtos do telejornal (e da mídia de um modo geral, porque não?) é preciso levar em conta suas condições de produção.

A prática discursiva (...) envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais. Por exemplo, os textos são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos (FAIRCLOUGH, 2006, p. 106/107)

Com a temática ambiental não é diferente. Porém o que se nota é um papel coadjuvante da mesma ao longo de seu percurso na história da televisão brasileira. Isso também reflete nas práticas sociais que o telejornal promove no telespectador. O que se percebe é o meio ambiente colocado na posição de coadjuvante, perdendo espaço para



outras editorias, ou diluído nelas – tanto nos telejornais locais, quanto nas coberturas nacionais.

O objetivo deste estudo não é modificar o modo de agir ou pensar dos profissionais pessoas que produzem telejornais. Mas de levar o leitor a uma reflexão do papel que os mesmos têm no cotidiano do telespectador e da possibilidade de modificar padrões de comportamento por meio da negociação de sentidos que existe quando um assunto é associado à realidade de quem o assimila.

A construção do sentido se dá nessa troca social entre mídia televisiva e telespectador. “O sujeito não pode não significar e não há sentido sem interpretação” (ORLANDI, 2012, p.130). Ou seja, esse processo tem elementos que promovem resultados de mudanças nas práticas sociais. “É aí, na superfície do discurso, e não em outro lugar, que buscamos compreender a trama produtiva dos sentidos” (DUTRA, 2009, p.73).

Referências

- BARBOSA, Sílvio Henrique Vieira. **TV e Cidadania**. São Paulo: All Print, 2010.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: Tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985
- CASTRO, Paula. **Natureza, ciência e retórica na construção social da ideia de ambiente**. Série Textos universitários de ciências sociais e humanas. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian. Fundação para a ciência e a Tecnologia, 2002
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006
- DRYZEK, John S. **The politics of the Earth: Environmental Discourses**. USA: Oxford Press, 2005
- DUTRA, Manoel Sena. **A natureza da mídia: os discursos daTV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta**. São Paulo: annablume, 2009
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001
- FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008
- GONÇALVES, Marcos C. **Globo Ecologia: o discurso ambiental na televisão**. 2007. 101 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Curso de Pós-graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007
- HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003, p. 387-404.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Coleção Estudos Sobre o Audiovisual. Porto Alegre: Sulina, 2007.



JÚNIOR, Francisco. **RNTV: a notícia no ar**. Natal: Francisco Júnior, 2014

LIMA FILHO, Luiz Alberto F. O meio ambiente nas TVs do RN. **Crítica descentrada para o senso comum: amostragem da reflexão acerca da comunicação contemporânea realizada na Universidade Federal do Rio Grande do Norte** / organizadores Euzébia Maria de Pontes Targino Muniz, Juliana Bulhões Alberto Dantas, Sebastião Guilherme Albano. – Natal, RN: EDUFRN, 2012.

MENDONÇA, Rita. **Meio ambiente & natureza**. São Paulo: Editora Senac, 2012

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Texto: Formulação e circulação dos sentidos**. Campinas: Pontes Editores, 2012

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999

TRIGUEIRO, André. **Meio ambiente na idade média**. Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Coordenação André Trigueiro. Rio de Janeiro: Sextante, 2003

<<http://oglobo.globo.com/blogs/nostalgia/posts/2011/12/05/amaral-neto-reporter-tv-globo-1968-411797.asp>> último acesso em 19/01/2015

<http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/> último acesso em 26/01/2015

<<http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2010/04/conheca-historia-do-globo-reporter.html>> último acesso em 15/01/2015

<<http://tvcultura.cmais.com.br/reportereco/sobre-o-programa/o-programa>>.último acesso em 16/01/2015