

THIAGO BERNARDO PINHEIRO PINTO

**QUAL O ESPAÇO DEDICADO AO JORNALISMO AMBIENTAL NOS QUATRO
PRINCIPAIS JORNAIS DE BELO HORIZONTE
DIVULGAÇÃO E REPERCUSSÃO DO 4º RELATÓRIO DO IPCC NOS JORNAIS
ESTADO DE MINAS, O TEMPO, DIÁRIO DA TARDE E HOJE EM DIA**

Monografia para conclusão do curso de
Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo,
do Centro Universitário de Belo Horizonte –
UNI BH

Sob orientação da professora Maria Cristina
Leite Peixoto

Belo Horizonte – MG
2007

Aos que acreditaram em mim e aos que não acreditaram também.

SUMÁRIO

Introdução.....	4
Capítulo 1	
A Mídia no mundo de hoje.....	6
1.1	
“Deu no jornal”	8
1.2	
A segmentação da informação e do público e o jornalismo especializado.....	11
Capítulo 2	
Jornalismo ambiental - A questão ambiental na mídia.....	16
2.1	
Aquecimento global – Meio ambiente de volta à mídia.....	19
2.2	
O verde e a economia – Mais pautas ambientais	20
2.3	
Onda verde na mídia	21
2.4	
A abordagem jornalística do tema meio ambiente.....	23
2.5	
Mídias alternativas, mídia especializada e falta de publicidade	26
Capítulo 3	
A cobertura de meio ambiente dos jornais locais e o relatório do IPCC.....	29
3.1	
Análise dos dados quantitativos	34
3.2	
Análise qualitativa das matérias	36
Conclusão	49
Bibliografia	51

Introdução

A informação é hoje algo muito valorizado. Além disso, vivemos em um período no qual a informação é oferecida de maneira desordenada e em um volume descomunal. Nessa conjuntura, o papel da imprensa é fundamental na análise e reflexão sobre a informação por parte dos leitores. Em grande parte, hoje em dia, é através da imprensa que o cidadão tem contato com a informação e pode desenvolver sua opinião a respeito do que vem ocorrendo no mundo.

Sob este aspecto, a cobertura de pautas relacionadas ao meio ambiente é crucial para a formação da opinião pública acerca desse assunto. A imprensa se torna peça chave para a divulgação de pesquisas, ações, obras, e lutas em favor do meio ambiente.

Porém, por mais importante que tenha se tornado o tema “meio ambiente” – hoje em dia cada vez mais pessoas se interessam e se engajam em políticas e organizações pró meio ambiente – a cobertura jornalística ainda deixa a desejar, quando o assunto é preservação e conservação da natureza. O espaço dedicado ao assunto nem sempre é o espaço que o tema merece e na maioria das vezes é tratado de maneira superficial, apesar de um recente aumento do interesse jornalístico pelo tema, sobretudo em função do aquecimento global.

A proposta geral desse trabalho é analisar o espaço dedicado à cobertura de assuntos relacionados ao meio ambiente nos quatro principais jornais de Belo Horizonte (Estado de Minas, Diário da Tarde, O Tempo e Hoje em Dia), e fazer uma análise de como a imprensa escrita mineira trata pautas sobre meio ambiente. O foco do trabalho foi a cobertura e repercussão da divulgação do quarto relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas - IPCC, um órgão da Organização das Nações Unidas – ONU, feito por estes

jornais, por se tratar do tema mais evidente sobre meio ambiente nos últimos tempos. O quarto relatório foi divulgado no dia 2 de fevereiro de 2007. A pesquisa compreendeu o período entre 1º de fevereiro e 15 de fevereiro de 2007.

Capítulo 1

A mídia no mundo de hoje

A informação sempre foi um elemento de suma importância na vida do homem. Podemos analisar a relação do homem com a informação desde os primórdios, quando nossos ancestrais desenhavam nas cavernas, assim como seu papel na diferenciação dos grupos, tal como quando o clero dominava o conhecimento e o armazenava em suas bibliotecas reservadas. No mundo de hoje, no qual uma avalanche de informações inunda nossas vidas por meio de computadores, celulares, bancas de revista, Internet, rádio, outdoors e tudo o que pode se tornar “mídia”, o suporte da comunicação moderna.

Hoje já temos consciência da importância da informação para nossa relação com o mundo. Uma pessoa bem informada se destaca, tem maiores chances no mercado de trabalho e possibilidades de comunicação assim como de difusão de idéias. Em uma entrevista de emprego, por exemplo, é fundamental que se tenha um bom acervo dos chamados “conhecimentos gerais” conseguidos em jornais, revistas, livros, entre outros. No mercado financeiro fala-se em informações privilegiadas, informações de mercado, etc. Enfim, em todos os campos, em todas as áreas, a informação é crucial. Com ela construímos nosso conhecimento, traçamos estratégias. A informação nos permite escolher caminhos, definir metas, criar nosso futuro, ou pelo menos vislumbrá-lo.

Vivemos a “era da informação” ou na “sociedade da informação” e é a velocidade com que a informação circula no mundo de hoje que dá o tom da dinâmica e do fluxo informacional. Se algo ocorre em um país do outro lado do mundo, podemos ficar sabendo em questão de

minutos, e se for algo de relevância ou de importância maior, o mundo fica sabendo em segundos. Há, entretanto, que se fazer algumas observações, uma vez que

A “sociedade da informação” é hoje a denominação mais usual para indicar o conjunto de impactos e conseqüências sociais das novas tecnologias da informação e da comunicação (telemática). Embora útil como conceito identificador do tema, não constitui uma teoria ou arcabouço explicativo da dinâmica das sociedades no mundo contemporâneo e, em sentido estrito, é incorreto. Em primeiro lugar, porque em todas as sociedades a informação é relevante. Em segundo lugar, porque a informação por si mesma não tem valor algum; sua importância depende de sua inserção num sistema de produção de conhecimento (...) Do ponto de vista sociológico, talvez fosse mais adequado falar de sociedades capitalistas de consumo de bens tecnológicos, isto é, sociedades em que a comunicação, a qualidade de vida e as relações econômicas e sociais são mediadas por artefatos tecnológicos (na forma de serviços e produtos) que incorporam conhecimento científico. (Sorj,2003:35)

A Internet, por exemplo, permite que som, imagem e texto sejam divulgados em tempo real no mundo todo. Uma vez inserida na Rede, a informação passa a ser ofertada ao mundo, em princípio sem distinção de classe, política, religião, enfim, a todos aqueles que porventura estiverem em frente a um computador conectado à Rede mundial de computadores. Além de gerar um problema de seletividade, a recepção da informação passa a ser ao mesmo tempo crucial e banal. Crucial em razão da disseminação generalizada e do valor da informação hoje. Todos têm acesso à informação seja em que suporte for (digital, rádio, TV e impresso) o que torna importante a “filtragem” dessas informações por parte do receptor. E banal pelo fato de que a avalanche de informações à qual estamos sujeitos tornou a informação muitas vezes corriqueira aos olhos dos mais desavisados e, por vezes tratada de modo acrítico, tanto no processo de produção quanto no ato de recepção.

“Com o advento da Sociedade da Informação, o sistema, os meios de propagação das notícias se tornaram cada vez mais eficientes, o que torna a capacidade de absorção das informações disponíveis infinitamente inferior. Ou seja, a análise, a crítica, até mesmo a compreensão, tornam-se descompassadas em relação à proliferação da informação a que somos submetidos.” (Abiahy, 2000: 9)

Estamos inseridos na “era da informação” mas temos que saber lidar com o grande número de informações e estabelecer critérios muito bem definidos para filtrar e absorver aquelas que sejam realmente relevantes. Assim, o principal problema gerado pela abundância de informações é o da seletividade: o que deve ser lido, o que deve ser desprezado? Esse problema é exacerbado, por exemplo, pela Internet que, ao colocar ao nosso alcance uma enormidade de dados, pode transformar a busca por informações numa atividade que varia em complexidade.

1.1 – “Deu no jornal”

Outra característica marcante da “era da informação” é a relação de crença que o receptor tem com a mídia. Quando um assunto é tratado nos jornais, seja em que suporte for, a tendência do receptor é de aceitar aquilo que lê ouve ou assiste e, a partir daí, fazer suas críticas, raciocinar sobre o tema. Não é raro alguém validar aquilo que está dizendo ou o caso que está contando com a frase: “deu no jornal”. Ao dizer isso se tem a impressão de veracidade da estória. Se um fato é noticiado em um veículo jornalístico ele chega ao público respaldado pela credibilidade jornalística, o que confere status de verdade que muitas vezes chega a ser aceita quase que dogmaticamente por parte do público.

Este é um fato que imprime a máxima responsabilidade ao jornalista, que deve sempre checar as informações antes de publicá-la. Um bom exemplo de como a não observância dessa regra básica da atividade jornalística pode ser perigosa é o episódio da Escola Base, ocorrido em São Paulo no ano de 1994. Naquele capítulo triste da imprensa brasileira uma informação não checada acabou gerando transtornos para os donos da escola infantil, acusados de abuso de

menores. As informações divulgadas sem a devida apuração foram levadas tão a sério que até a investigação policial se valeu das mesmas para compor o inquérito. Ao fim de tudo, os donos foram inocentados mas tiveram que conviver pelo resto da vida com a sombra daqueles tempos e alguns deles vivem ainda à base de remédios anti-depressivos, com suas famílias destruídas e financeiramente arruinados.

Este respaldo jornalístico junto ao público acaba se tornando um aliado quando o objetivo é divulgar algum tema ou idéia. Se você quer que algo seja amplamente divulgado a saída é noticiar em jornais de grande circulação, atingir o grande público e, quem sabe, influenciá-lo, alterando ou reafirmando hábitos e opiniões e orientando-o em sua conduta futura. Quando um assunto passa a ser tratado pela grande mídia é como se ele entrasse na pauta das discussões cotidianas.

O espaço público de maior visibilidade hoje é a mídia. Nela os assuntos, questões, acontecimentos e atores sociais têm a chance de se mostrar para um público significativo e indeterminado, ampliando-se os limites originais dos debates. Nos bares, botecos, academias, no ponto de ônibus, na porta das escolas, na praça, enfim, as pessoas passam a tratar do assunto que está na mídia. Isso porque a troca de experiências e o compartilhamento de idéias pede que esses sejam tornados aparentes, o que hoje é feito sobretudo com o auxílio da mídia.

Isso cria um mundo comum que não é o da intimidade, mas é constituído pelas experiências e consenso coletivo, pelas trocas essenciais para a construção e reformulação do senso comum. Nesse espaço público midiático os diferentes segmentos e grupos sociais construirão sentidos de cidadania, farão circular suas experiências e disputarão entendimentos sobre temas diversificados e novos direitos. O jornalismo tem um papel decisivo nessa situação.

Se a mídia não é o único espaço público, na atualidade é o que dá maior visibilidade às questões, estimulando um debate maior sobre os acontecimentos, uma vez que, por sua potencial amplitude, faz com que um número potencialmente irrestrito de pessoas possam discutir assuntos da atualidade. Leitores de jornais, por exemplo, absorvem e reelaboram conhecimentos, incorporando questões novas em suas práticas cotidianas e, por vezes, modificando-a.

Desse modo, o papel do jornal e do jornalista é fornecer subsídios informacionais para que o receptor possa formar sua opinião, por meio de divulgação de fatos, opiniões, artigos assinados, editoriais, entre outros textos opinativos.

“A única coisa que o jornal faz, de forma rigorosa e fundamentada, é divulgar fatos atuais de interesse geral – as notícias. Se, eventualmente, tais fatos desacreditam ou abonam a favor de pessoas ou instituições, é algo que cumpre aos leitores concluir a partir da leitura de tais fatos que o jornal noticia.”(Gradim, 2000:17)

Por fim, vale lembrar que, se na prática o jornalismo muitas vezes deixa a desejar no que diz respeito à constituição de um debate crítico racional, ao mesmo tempo ele é o meio que tem oferecido uma oportunidade concreta de circulação de idéias, debates e transformação social.

1.2 A segmentação da informação e do público e o jornalismo especializado

Na sociedade da informação, os leitores, espectadores, ouvintes, enfim, os “receptores” também acabaram se segmentando, buscando cada um aquele nicho de informações que mais lhe apetece. Essa segmentação é facilmente percebida na programação da TV fechada e seus inúmeros canais especializados. Segundo Abiahy (2000:12),

“A tendência da segmentação é uma realidade indiscutível comprovada pelo deslocamento de parcela dos telespectadores para o que Sérgio Caparelli (1996) designa por televisão fragmentada. Este é o termo usado para as tevês a cabo, via satélite, os serviços de televisão por assinatura que incluem as tecnologias de terceira geração dos audiovisuais.”

No caso das TVs o fenômeno da segmentação pode também ser explicado (além da nova conjuntura informacional da sociedade da informação) pela baixa qualidade das programações da chamada TV aberta. “Algumas análises atuais relacionam a queda da qualidade da programação da televisão convencional como um dos motivos que levam à procura pela tevê fragmentada. A popularização do aparelho televisor é apontada como um fator que modificou a programação da televisão massiva”. (idem, p.12)

Mas há também os interesses específicos do receptor contemporâneo, cujas experiências plurais o permitem escolher em meio a uma oferta muito maior de conteúdos, aqueles que mais lhe atraem. Dessa forma, o público passa a também ditar os temas e as pautas das produções e publicações que consome. As editoras de jornais e revistas há muito já perceberam essa segmentação e têm, em sua maioria, um cardápio variado de opções para todos os gostos, todas as idades e estilos. Isso é fácil constatar nas peças gráficas de

propaganda que são enviadas aos domicílios de classe média. Na propaganda, a editora oferece publicações para o filho adolescente, para a dona de casa que acha que “chique é ser inteligente”, para o chefe da casa que gosta de ler sobre dinheiro, finanças e temas empresariais, para a filha que está às voltas com sua nova paixão: o cantor mirim lançado recentemente na mídia. Na era da informação o público tem ao seu dispor uma grande variedade de informações midiáticas e escolhe aquilo que mais lhe convém.

Na era da informação, na qual o público é inundado por informações de todos os tipos, em todos os suportes, e ligadas a temas variados, o comportamento de receptor também mudou. A segmentação da informação é um fenômeno facilmente percebido atualmente. O receptor de hoje tem opções diversas, o que permite focar, ou buscar aquelas informações que mais lhe interessam. Aí reside a demanda por publicações segmentadas, direcionadas para assuntos específicos. E aí o jornalismo especializado – aquele que trata os assuntos sob a ótica de um tema específico (economia, ciência, meio ambiente, etc) – se desenvolve, se firma quase que como um gênero jornalístico

“Tanto a abordagem de um assunto específico quanto a abordagem para um público específico sobre determinado tema serão considerados uma forma de se encontrar a especialização da informação jornalística. (...) Nesse estágio em que as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com a coletividade, faz sentido que a informação procure atender às especificidades ao se dirigir aos públicos diferenciados. É neste panorama que o perfil do jornalista sofre alterações, as publicações passam a dedicar-se mais a informação personalizada, portanto o jornalismo especializado tende a se desenvolver cada vez mais.” (Abiahy, 2000:5)

O público - mais crítico hoje e que tem mais acesso a informações - busca nas publicações especializadas o aprofundamento no assunto pelo qual tem mais interesse. Os assuntos mais gerais, tratados nos telejornais, revistas e jornais impressos e também no rádio, chegam ao receptor quase que naturalmente. Criou-se uma dinâmica e habilidades corriqueiras de

absorção da informação – o que nem sempre significa que a informação foi apreendida totalmente, que essa apreensão corresponda ao desejo dos produtores das mensagens ou que sobre ela foi feita alguma crítica ou análise, por parte do receptor. Mas quando o público quer mais informação sobre assuntos específicos a alternativa é buscar as publicações especializadas ou segmentadas. O interesse pelo geral, pelas informações que atingem a todos, acaba ficando em segundo plano, sem valor, e o público tem o interesse mais incisivo em assuntos mais particulares, que apeteçam a grupos reduzidos ou específicos.

“Na realidade a escolha de um assunto que interessa a toda comunidade parece cada vez mais difícil de se fazer. A sensação que temos é que o espaço de debate tornou-se reduzido, ou melhor, o interesse pelo debate é que tem diminuído a tal ponto que as pessoas parecem não se envolver mais, a opinião pública vem sendo substituída pela pesquisa de mercado.” (Abiahy, 2000:5)

Essa demanda por publicações especializadas ou segmentadas foi rapidamente percebida pelas grandes mídias ou grupos empresariais do ramo da comunicação. O mercado se adaptou e hoje em dia oferece uma gama muitíssimo variada de publicações desse tipo. Nessa direção o jornalismo especializado também se desenvolveu, de modo a produzir conteúdos de qualidade para suprir tal demanda.

“É algo evidente quando verificamos o aumento das publicações especializadas, especialmente revistas, além dos suplementos diversificados presentes nos jornais. A mídia tem buscado a segmentação das audiências através da TV a cabo ou por assinatura. Mas esse processo não é isolado. O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a essa lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si. Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas.” (idem, p. 5)

Hoje vemos o desenvolvimento de suplementos editoriais em publicações autônomas, como é o caso de algumas revistas como Época Negócios, da editora Globo – uma publicação nascida nas redações da revista semanal – IstoÉ Dinheiro, que segue o mesmo caminho. Vemos até mesmo a associação de grupos de mídia diferentes para a criação de publicações segmentadas, como é o caso do jornal Valor Econômico, resultado da união entre os grupos Folha e Globo.

Na área econômica essa segmentação ganhou mais força, são publicações mais robustas no que diz respeito à divulgação, vendas e, é claro, na absorção de verbas publicitárias. Mas as outras editoriais ou outros assuntos que geram segmentação não ficam tão para trás. Um bom exemplo são as produções e publicações para o público feminino e seus segmentos. Revistas especializadas em culinária, revistas sobre regimes alimentares e emagrecimento, publicações para a “mulher moderna” que trazem matérias mais “elaboradas”, revistas de moda, corte e costura, enfim um leque de opções que atende a um público exigente e diversificado.

“No grupo das revistas femininas percebemos a especialização crescente dos temas. É como se dentro da classificação feminina existissem as genéricas, aquelas que abrangem na pauta uma gama de assuntos como comportamento, culinária, moda e decoração: Nova, Cláudia, Elle, Desfile, Criativa, Marie Claire, Bárbara. A variação nestas publicações é sobre o perfil das mulheres que pretendem atingir. O poder aquisitivo é um dos principais fatores que irão diferenciar as produções. Enquanto algumas revistas exploram em suas páginas matérias sobre moda que denotam o alto padrão de vida das leitoras, outras se preocupam em abordar problemas domésticos. Ou seja, enquanto uma mulher dispõe de tempo e dinheiro para usufruir os lançamentos da passarela, outra precisa de dicas para equilibrar o orçamento com economias na cozinha, por exemplo.” (idem, p. 18)

Ainda de acordo com Abiahy, não é só o mercado do jornalismo impresso. Outros suportes como TV também vão nessa linha e produzem programações voltadas para o universo feminino e suas especificidades. Para a autora,

“O crescimento dessas produções revela que a proposta de informação dirigida a interesses específicos está de acordo com a necessidade do público receptor. Mas o jornalismo não se constitui só de matérias factuais. Há espaço para investir em segmentos do público elaborando produções jornalísticas com temáticas diferenciadas.”

Capítulo 2

Jornalismo Ambiental

A questão ambiental na mídia

O assunto “meio ambiente” nunca foi tão abordado quanto hoje em dia. Em outros tempos o assunto só entrava em pauta eventualmente para noticiar catástrofes ambientais, climáticas ou um ou outro assunto sobre algum animal em extinção que se reproduziu em cativeiro em algum canto do mundo, sendo esse tipo de notícia muitas vezes usado para preencher espaço de telejornais ou impressos, em dias de poucos acontecimentos interessantes para o jornalismo.

Porém, o ecologismo, na esteira dos novos movimentos sociais emergentes nos anos de 1960, adquiriu crescente importância no mundo contemporâneo, tanto em suas expressões mais radicais, genericamente designadas de “ecologia profunda”, questionadoras dos fundamentos da industrialização, bem como daquelas mais pragmáticas e localizadas, os chamados “movimentos verdes”, os quais atentam para a exploração desmesurada da natureza e demandam limites aos prejuízos causados ao ecossistema terrestre (cf. Domingues, 2000:107). O ecologismo foi também responsável em parte considerável pelas críticas à irracionalidade da ciência e à sua incapacidade de resolver todos os problemas humanos mas, ao contrário, chamando atenção para sua vocação para criá-los em larga escala. O conhecimento científico, a partir dessas observações, tornou-se objeto de suspeição por parte de setores da população mundial. Domingues (2000:130), chama atenção para o fato de que os riscos da vida contemporânea devem-se, em parte considerável, à ação da ciência sobre a natureza e a

sociedade, âmbitos cada vez menos dissociados. Citando Ulrich Beck, Domingues lembra ainda que

“(...) a natureza não pode ser mais entendida fora da sociedade ou a sociedade fora da natureza. As teorias sociais do século XIX (...) entendiam a natureza como algo dado, estaticamente definido, a ser submetida, e, portanto, como algo oposto a nós, alheio a nós, como não-sociedade. (...) Ao fim do século XX a natureza não é nem dada nem definida estaticamente, mas s tornou, em vez disso, um produto histórico, a mobília interna da civilização (...) Se nos achávamos anteriormente preocupados com perigos causados externamente (por deuses ou pela natureza), a qualidade historicamente nova dos riscos de hoje deriva de uma decisão interna. Elas dependem de uma construção simultaneamente científica e social. A ciência é uma das causas, o meio de definição e a fonte de solução para os riscos (...)” (Beck citado por Domingues, 2000:130)

Apesar dessas constatações, no Brasil, particularmente, o ecologismo teve um impacto limitado, mesmo com o descaso generalizado com o meio ambiente no país, observado no desflorestamento amazônico, na poluição sonora e atmosférica elevada, na desertificação de zonas rurais produtivas e na contaminação das águas e da terra. Na agenda nacional, a questão ambiental não se constituiu como prioritária, chegando a entrar em choque com outros temas considerados mais relevantes, ligados ao incremento da atividade produtiva geradora de empregos e “desenvolvimento”. Segundo Sorj (2000:90), “a isso devemos acrescentar a característica da cultura brasileira de não valorizar a previsão e nem se preocupar demais com os riscos futuros (ambos metafundamentos da ideologia ecológica), assim como a idéia de que a natureza é um bem inesgotável”.

Ligada a essa concepção imediatista e pouco preocupada com a atitude preventiva, a pauta ambiental quase sempre esteve relegada a cadernos de ciência e por vezes ao de turismo, muitas vezes incorrendo em um problema de tratamento. Mesmo ganhando maior espaço midiático ultimamente, muito pouco se aprofunda nas questões tratadas nas matérias e estas são sempre sobre assuntos que têm grande notoriedade, relacionados a acidentes e catástrofes,

como um vazamento de petróleo de uma grande refinaria, por exemplo. “Na chamada 'grande mídia' a questão ambiental permanece com destaque na pauta geralmente enquanto o problema ambiental for visível”, afirma o jornalista Vilmar Berna, editor e fundador do Jornal do Meio Ambiente¹. Marco Antônio Rosa segue na mesma linha ao observar em seu artigo “Jornalismo Em Defesa do Verde”² que

*“essa volta do meio ambiente aos noticiários dos grandes veículos não pode ser vista somente com otimismo. Na dura realidade do jornalismo, o desastre sempre é mais noticiado que qualquer outro fato. Uma simples busca pela palavra ‘tsunami’ do material que foi publicado no site Folha Online indica 285 resultados. Enorme diferença quando falamos de **Quioto**, cidade japonesa sede da convenção mundial sobre mudança climática, que registra 36 páginas referentes ao assunto”.*

Afra Balazina, repórter da Folha de São Paulo que cobre o meio ambiente, é citado no artigo de Rosa e confirma essa tendência dos grandes veículos darem mais ênfase aos desastres ao invés de alternativas ou descobertas do setor. “Fatos ruins são sempre mais noticiáveis que boas novidades do setor. Uma área contaminada, uma ocupação em área de proteção ambiental e o problema da possibilidade de faltar água são sempre notícia”, lembra o repórter. Assuntos que não são acompanhados de boas imagens fotográficas acabam sendo tratados mais superficialmente ainda.

No entanto, segundo Marco Antônio Rosa, no Brasil

“O interesse do público pelo meio ambiente cresceu em 1992, quando o Rio de Janeiro foi sede da Conferência Mundial das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco-92. Vivendo o auge da 'febre ecológica', redações de todos os grandes jornais do Brasil mantinham repórteres de plantão em frente ao Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) para saciar a ânsia por notícias ambientais.”

Mas após esse episódio o tema foi gradativamente retirado da pauta, como completa Rosa:

¹ Entrevista ao site www.jornalistasambientais.com.br, acessado em 20 de março de 2007.

² Publicado no site www.jornalistasambientais.com.br, acessado em 20 de março de 2007.

“Porém, aquilo que tinha grande espaço na mídia passou a ter suas editorias cada vez mais enfraquecidas, transformando-se posteriormente em sub-editorias, dividindo o espaço com temas como tecnologia, ciência e cidadania, até desaparecer de vez dos grandes noticiários. Para não dizer que o tema sumiu totalmente de pauta, vez ou outra, víamos noticiado um acidente em grandes proporções, como o derramamento de petróleo ou as freqüentes queimadas, os chamados ‘desastres ambientais’”

2.1 Aquecimento Global – Meio ambiente de volta à mídia

O fenômeno do aquecimento global, chamado de “efeito estufa” – que consiste no aquecimento da Terra em razão da emissão de gases que ajudam a reter o calor que o planeta recebe do Sol – já vem sendo citado como o responsável pelas mudanças climáticas que vêm ocorrendo atualmente. Após a Eco 92 e outros eventos internacionais relevantes para o meio ambiente e catástrofes ambientais de proporções nacionais e internacionais, o aquecimento global tem sido responsável pela maioria das matérias sobre meio ambiente produzidas na mídia.

O assunto tem sido pauta para diversas publicações, desde semanários informativos de circulação nacional até revistas de ciência, jornais, rádio e TV. É uma fonte quase inesgotável de pautas pois o aquecimento global interfere em todo o planeta, afetando economias de continentes inteiros e a vida cotidiana das pessoas. O Relatório do IPCC – Painel Internacional Sobre Mudanças Climáticas – divulgado em 7 de fevereiro de 2007 ajudou a respaldar essa onda de matérias sobre o aquecimento global e fomentou ainda mais o assunto.

Hoje é fácil perceber que o tema central da maioria das matérias sobre meio ambiente é o “efeito estufa”. O jornalismo então se põe a debater o assunto e a desmembrar suas possíveis conseqüências, informando sobre o que pode ocorrer em razão do fenômeno. É aí que reside a importância do jornalismo frente a assuntos como esse, cuja implicação para o homem é tão

ampla que deve ser debatido exaustivamente, de modo a tentar elucidar o tema o máximo possível.

Essa necessidade de explicação detalhada se aplica especialmente à pauta de meio ambiente. Em sua maioria, os temas ambientais sempre levam consigo desdobramentos que vão muito além de um problema localizado. Um problema ambiental pode se tornar problema econômico, problema de saúde pública, problema social, e até cultural, na medida em que implica na revisão de valores e visões de mundo, assim como de condutas. Uma cobertura de meio ambiente deve sempre levar isso em consideração.

2 . 2 O verde e a economia – mais pautas ambientais

A cobertura dos meios de comunicação tradicionais (TV, rádio e jornal impresso) da pauta ambiental cresceu muito não só em razão da depredação ambiental mas também em razão de novas posturas mundiais de alguns empresários e setores da economia em geral, que vêm se posicionando mais seriamente em relação ao que vem acontecendo ao meio ambiente. Esse posicionamento por parte do empresariado mundial gera notícia em diversos níveis, levantando pautas para editorias de economia, cidades, política, internacional, e, é claro, ciência e tecnologia. São matérias que vão desde a construção da nova sede do *Bank of América*, em Nova York, um prédio totalmente sustentável, dentro do conceito “verde” de uso racional da energia e materiais renováveis, até a recusa de empresas como o Mc Donald’s a produtos e insumos vindos de áreas de florestas degradadas.

Hoje em dia é bom para as empresas serem ecologicamente corretas, e muitas delas investem no chamado “marketing verde”, que significa vincular a marca ou o produto a uma idéia ou ação ecológica de grande visibilidade.

Essa onda verde logicamente atinge a mídia, que acaba divulgando e interpretando o posicionamento da sociedade e de seus setores. Cada vez mais as empresas e indústrias querem divulgar seus projetos e benfeitorias que contemplam o meio ambiente. São fundações e organizações não governamentais - as chamadas ONGs – muitas vezes financiadas por grandes empresas, que implementam projetos e divulgam por meio das assessorias de imprensa seus resultados.

2 . 3 Onda verde na mídia

O aumento da cobertura de meio ambiente gerou uma “onda verde” na mídia. Uma “febre de cobertura” que atingiu o mundo todo. Revistas semanais de relevância, tais como Época, no Brasil, Vanity Fair e NewsWeek nos EUA e Focus na Alemanha, vêm dando importância e espaço em suas edições para pautas de meio ambiente como nunca foi dado antes.

São edições especiais com matérias aprofundadas sobre questões ambientais e séries de reportagens que dão a real dimensão da preocupação dessas publicações com a conjuntura atual. Estas revistas integram o grupo de publicações “Verdes” que produzem matérias e reportagens (e até mesmo edições inteiras) especiais “nulas em carbono”, o que significa que todo o carbono despejado na atmosfera resultante da produção impressão e distribuição das revistas é compensado pelo plantio de árvores que absorvem o gás, um dos principais responsáveis pelo aquecimento global. No caso da revista Época, foram 1338 árvores plantadas para anular a emissão de carbono da produção, impressão e distribuição das páginas

da matéria especial de 2 de abril de 2007, um cálculo feito pelo Instituto Verde, organização brasileira que trabalha com produções de eventos ecológicos ou produtos nulos em carbono.

O número de páginas dedicadas por estas e outras revistas ao meio ambiente aumentou tanto que é raro encontrar uma edição que não fale sobre algum tema com enfoque em meio ambiente. Fora as edições especiais de revistas como a *Época*, que em sua “edição verde” de 16 de outubro de 2006 dedicou cerca de 32 páginas ao assunto, revistas com públicos alvo diversos também vêm se dedicando mais ao meio ambiente. Publicações como a *Galileu*, revista de conhecimentos gerais voltados para ciência e tecnologia, sempre trazem infográficos e boxes de artes relacionando efeitos do aquecimento global, possíveis resultados do aquecimento. Esses assuntos, por vezes são tratados superficialmente mas há também matérias mais aprofundadas e muitas vezes mais bem feitas que em muitos semanários de informação tradicionais.

Enfim, é evidente a invasão recente do tema meio ambiente nas páginas do jornalismo impresso. Mas essa relevância editorial adquirida não está isenta de problemas, sejam de abordagem, sejam de adequação de linguagem, pois muitas vezes o jornalista não está preparado para escrever sobre o tema, cuja relevância requer cuidado no tratamento jornalístico.

Considerando que, conforme discutido anteriormente, a produção de sentidos elaborados hoje pela sociedade tem a participação ativa da mídia, esse cuidado é fundamental. Ao possibilitar interações desvinculadas do espaço-tempo comum, ampliar a visibilidade dos temas e acontecimentos, a circulação e a interação entre as produções simbólicas, a mídia constitui espaço contemporâneo privilegiado de trocas e disputas de visões e significados atribuídos às construções sociais. Ela atua decisivamente na construção da vida social contemporânea, ao mesmo tempo em que essa vida social a configura. O jornalismo, especificamente, muitas

vezes determina quais os acontecimentos têm direito à existência pública e podem entrar na agenda de preocupações públicas. A partir desse poder, contribui para definir o significado dos acontecimentos, oferecendo interpretações que podem auxiliar na compreensão e tratamento dos mesmos. A discussão das questões ambientais, cuja importância no mundo atual é patente, deve pois encontrar no jornalismo espaço e tratamento adequados.

2 . 4 A abordagem jornalística do tema meio ambiente

As matérias sobre meio ambiente sofrem também com a abordagem superficial e muitas vezes negligente por parte de jornalistas despreparados para cobrir o assunto. Rosa afirma em seu artigo já referido que “o profissional de comunicação que pretende se aventurar na cobertura do assunto deverá se adaptar a alguns vocábulos que muitas vezes fogem de sua realidade. São os termos técnicos e jargões típicos de toda área. E a necessidade de um curso de especialização na área é um tema polêmico e que há muito tempo rende boas discussões”. Da mesma forma que o jornalismo econômico e de outras editorias mais específicas, o jornalismo ambiental tem suas peculiaridades e particularidades, seja no texto, seja na abordagem ou em outros aspectos.

Rosa lembra ainda que para o jornalista Adalberto Wodianer Marcondes, fundador, diretor e editor da agência e revista eletrônica Envolverde, todas as decisões que tomamos refletem no meio ambiente e cabe ao jornalista reforçar essa ligação entre as pequenas ações cotidianas e seus efeitos globais ambientais.

“Nada existe independente do meio ambiente. Quando compramos algo que vem numa garrafa pet, numa lata de alumínio, numa garrafa de vidro, numa

sacola de plástico ou numa embalagem de papel reciclado, tomamos decisões que impactam no meio ambiente. No jornalismo é a mesma coisa. Assim, comecei a colocar o viés ambiental nas minhas matérias. Em todas as editoriais conseguimos abordar o meio ambiente. É um assunto que podemos tratar de forma transversal”. (Marcondes citado por Rosa, 2007)³

De fato, meio ambiente é um assunto que está intimamente ligado a todos os outros. A instalação de uma nova fábrica na região do Mato Grosso do Sul é notícia para a editoria de economia, mas pode ter um viés ambiental. A instalação de uma fábrica em São Paulo também. Ambas as fábricas precisam de insumos, água, ambas deverão emitir gases nocivos ao meio ambiente e nos dois casos, há a possibilidade de dar um toque ambiental à matéria. O assunto meio ambiente não está relacionado apenas à ecologia, preservação ou defesa de espécies ameaçadas. Qualquer decisão sobre a política econômica e seus resultados, industrialização, investimentos, enfim, assuntos que remetem principalmente à área econômica, estão também ligados ao meio ambiente. Porém, na maioria dos casos, a abordagem da matéria se prende demasiadamente a questões econômicas e / ou políticas e o viés ambiental acaba se perdendo.

Um bom exemplo sobre esses casos foi a cobertura da mídia na época do “apagão” que afetou o Brasil em 2001, decorrente da escassez de energia elétrica no Brasil e da necessidade de reduzir o seu consumo. Muito se falou em conseqüências econômicas, problemas de desenvolvimento do país, racionamento de energia e novas alternativas energéticas. Mas muito pouco se falou das conseqüências para o meio ambiente. Muito pouco se falou das questões relacionadas à alteração dos regimes de chuva e estiagem. Quase nada se falou das questões ambientais que envolviam o assunto. A abordagem geral era econômica, para um assunto claramente ambiental.

³ Cf. www.jornalistasambientais.com.br, acesso em 20 de março de 2007.

Para o jornalista Silvestre Gorgulho, fundador e diretor geral da Folha do Meio Ambiente, o jornalismo ambiental é praticado em diferentes perspectivas nos veículos de comunicação.

“O importante seria incluir a questão ambiental nos programas jornalísticos de grande alcance de público, mas a ‘grande mídia’ divulga o assunto apenas quando tem imagens fortes, incêndios, queimadas, derramamentos de óleo, poluição agressiva etc. Nos programas especiais, o meio ambiente é tratado pela curiosidade e pela beleza dos lugares, dos animais e da selva. Hoje, apenas a mídia ambiental trata a questão como um processo educativo, de mudanças nos padrões de consumo e de produção”.
(Gorgulho, citado por Rosa, 2007)⁴

A questão da abordagem adequada no que se refere à cobertura de meio ambiente é o que faz realmente diferença no jornalismo ambiental. É papel do jornalismo informar e munir o leitor de subsídios para que ele possa formar sua opinião, elaborar uma consciência crítica frente ao mundo em que vive e para que sua relação com o meio ambiente – e isso inclui o quarto de casa, o banheiro, o quintal, a sala de aula, etc – não seja apática e negligente. O jornalismo não pode se dar ao luxo de informar simplesmente, é também seu papel contribuir para a melhoria do mundo e dos cidadãos. A abordagem jornalística do tema meio ambiente deve ser feita de forma responsável e objetivando a educação ambiental, ou melhor, a responsabilidade ambiental, uma vez que, conforme observou Alves, “Uma sociedade bem-informada exercerá mais plenamente sua cidadania, buscando alternativas que propiciem melhoria da qualidade de vida na comunidade”⁵.

⁴ Cf. www.jornalistasambientais.com.br, acesso em 20 de março de 2007.

⁵ ALVES, Jane M. R. O papel da mídia na informação ambiental. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002 1º Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03 de setembro de 2002.

2.5 Mídias alternativas, mídia especializada e falta de publicidade

Apesar da negligência editorial histórica em relação ao assunto “meio ambiente” instalada na chamada grande mídia, podemos constatar que ultimamente a mídia especializada abraçou a causa e vem levando já há algum tempo o assunto à pauta e com o tratamento que merece. Segundo Marco Antônio Rosa⁶, “a partir da década de 90, a mídia especializada começa a tomar forma e passa a assumir a responsabilidade de noticiar o que ocorre longe de nossos olhos mas exerce enorme influência sobre nossas vidas”.

Para Vilmar Berna, jornalista que fundou o Jornal do Meio Ambiente em 1996, os veículos especializados possuem um papel diferente na sociedade, devendo complementar aquilo que não dá para ser tratado nos veículos de massa. Neste mesmo artigo de Rosa, Berna afirma que

“A grande mídia e a mídia especializada não são concorrentes, mas complementares entre si. Muitas críticas são feitas aos grandes veículos no tratamento que dão à questão ambiental, mas na verdade esse é um papel que não é seu, já que precisam manter um olhar amplo sobre os diversos assuntos que mobilizam a sociedade e seus leitores e isso inclui muito mais temas que só o ambiental. É aí que entra a mídia especializada, pois ela também aborda diversos assuntos, mas todos interligados direta ou indiretamente à questão ambiental”

As mídias especializadas acabaram se tornando o reduto do jornalismo ambiental. E o suporte digital – leia-se Internet – é o campeão de publicações, muito em razão da facilidade de se publicar um material na rede mundial de computadores, haja vista que não existem gastos com papel, tinta para impressão, distribuição, entre outros gastos que tornam as publicações em suportes tradicionais inviáveis economicamente. Temos hoje na rede um número considerável de sites, blogs e páginas voltadas para a questão ambiental. Alguns sites são verdadeiras revistas eletrônicas, com redações inteiras trabalhando com pautas ambientais.

⁶ Publicado no site www.jornalistasambientais.com.br, acesso em 20 de março de 2007.

São sites como O Eco, Envolverde, entre outros, que têm grande importância na discussão e no debate da questão ambiental.⁷

Para o jornalista Vilmar Berna o grande problema é que “as mídias ambientais não conseguem exercer adequadamente o seu papel. Não que isso ocorra por culpa das baixas tiragens (somadas atingem cerca de 1,5 milhão de exemplares mensais) ou da incompetência de seus editores, mas porque sofrem um verdadeiro bloqueio comercial por parte de empresas e agências de publicidade” lembra. O fato é que o volume maior do financiamento publicitário se concentra nas grandes mídias, as que têm alcance nacional principalmente.

De acordo com Rosa, a ‘popularidade’ jornalística conquistada pela área ambiental nos últimos meses não encontrou correspondência no número de anunciantes e patrocinadores interessados em investir na causa. Rosa lembra que Vera Diegoli, editora-chefe de um dos programas de maior credibilidade na área ambiental dos grandes veículos de comunicação, o Repórter ECO, da TV Cultura de São Paulo, no ar há mais de 13 anos, não encontra tranquilidade para a produção do programa, que não está imune às crises do mercado. As dificuldades para conseguir verbas para viagens e outros custos são diárias.

Muitos dos financiadores de publicações e suplementos ambientais são grandes empresas de setores que agredem em maior escala o meio ambiente com seus serviços ou produtos. Nesses casos não só a credibilidade das publicações pode estar em cheque como também a abordagem adequada e as pautas em si. Muitas dessas publicações servem para desviar a atenção do público para outros fatos ambientais que camuflam acontecimentos e episódios que trazem fatos importantes. Quando uma grande empresa lança informes publicitários ou

⁷ Para a elaboração dessa monografia, inclusive, grande parte das referências sobre jornalismo e meio ambiente foram buscadas na Internet, pelos motivos expostos.

até mesmo um caderno especial em jornais de grande circulação, divulgando e enaltecendo programas de capacitação profissional, recuperação de áreas degradadas, investimentos em meio ambiente de autoria da organização, é preciso ser cauteloso, já que isso pode estar sendo usado para desviar a atenção de um desastre ambiental ocorrido próximo ou em uma das unidades da empresa, relacionado às suas atividades, numa típica operação de “marketing ambiental” para resguardar a imagem da empresa. A questão não é deixar de falar de pontos positivos ou programas relevantes para a preservação do meio ambiente desenvolvidos por parte dessas empresas e sim abordar cada fato com a devida honestidade jornalística.

Capítulo 3

A cobertura de meio ambiente dos jornais locais e o relatório do IPCC

Esta monografia se propõe a analisar a cobertura jornalística e a abordagem dos principais jornais de Belo Horizonte (Estado de Minas, Diário da Tarde, O Tempo e Hoje em Dia), no que tange ao meio ambiente, especificamente da cobertura da divulgação do relatório produzido pelo IPCC (sigla em inglês para Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas), órgão vinculado à ONU (Organização das Nações Unidas).

Como a divulgação do relatório data de 2 de fevereiro de 2007, o período analisado da cobertura jornalística é a primeira quinzena de fevereiro de 2007. Este é o quarto relatório do IPCC, porém o mais relevante, pois confirma a responsabilidade do homem nas mudanças climáticas, fruto de poluição, mau uso de recursos naturais, consumo irresponsável e desenfreado, entre outros fatores. Outros relatórios foram divulgados após o dia 2 de fevereiro de 2007 mas todos são versões um pouco modificadas do relatório objeto dessa monografia.

Para melhor entendimento do assunto e do conteúdo do relatório, foram utilizadas as informações publicadas pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, considerando-se a linguagem altamente técnica da versão original do documento, inacessível aos leigos. Para os interessados na versão original, há uma versão em inglês e uma em português, produzida pela ECOLATINA – Conferência Latino Americana Sobre Meio Ambiente e Responsabilidade Social, disponíveis no seguinte endereço eletrônico: www.ecolatina.com.br

O relatório é um documento que indica aos elaboradores das políticas internacionais a atual situação do planeta e as possíveis medidas que podem ser tomadas por eles em seus países. De acordo com as informações do Ministério da Ciência e Tecnologia, relativas ao quarto relatório, as influências da ação humana sobre o sistema do clima cresceram desde a última divulgação de um relatório do IPCC, em 2001, e o efeito das atividades humanas conduz ao aquecimento do Planeta.

“Segundo o Relatório, as influências antrópicas (causadas por atividade humana) sobre o sistema do clima cresceu desde a última divulgação, em 2001, e que o efeito das atividades humanas conduz ao aquecimento do Planeta.

O documento afirma, assim, que é "muito provável" - probabilidade maior que 90% - que o aumento de temperatura observado desde a metade do século 20 seja resultado do aumento das concentrações de gases de efeito estufa na atmosfera, provocados por atividades humanas. O relatório de 2001 afirmava que era apenas "provável".

Constata, ainda, que as concentrações de dióxido de carbono (CO₂), metano e óxido nitroso, principais gases de efeito estufa, cresceram consideravelmente desde o início da revolução industrial (1750), como consequência das atividades humanas, sendo as emissões de CO₂ resultado, principalmente, do uso de combustíveis fósseis e, em menor escala, da mudança do uso da terra (conversão de florestas) e as emissões de metano e óxido nitroso, proveniente das atividades agrícolas.

O Relatório diz, ainda, que o aquecimento do sistema climático é inequívoco, comprovado pelas observações das temperaturas do ar e dos oceanos, pelo derretimento das geleiras e o aumento do nível do mar.

Projeta, para as próximas décadas, um aumento esperado de temperatura de 0,2°C, por década, mesmo que as concentrações de gases de efeito estufa na atmosfera se mantivessem constantes nos níveis de 2000. O aumento de emissões, acima dos níveis atuais, conduziria a aumentos de temperatura até o ano de 2100, na faixa de 1,8°C a 4°C, dependendo do cenário socioeconômico avaliado. O relatório estima, também, um aumento do nível do mar entre 18 cm e 59 cm, até 2100.

Entre as conclusões está o alto grau de confiança em um aumento dos eventos climáticos extremos, incluindo um aumento de episódios de temperaturas muito altas e chuvas abundantes. O relatório prevê, também, o aumento da intensidade dos ciclones tropicais.

(...)

As informações do Relatório são resultado de dois anos de estudos de cientistas de todo o mundo baseados na avaliação de publicações sobre o tema nos últimos cinco anos. Esse trabalho contou com a participação de cientistas brasileiros, tanto em sua redação, como nas diversas etapas de revisão.”

(<http://agenciact.mct.gov.br/index.php/content/view/43094.html>., acessado em 01/06/2007)

Segue abaixo um resumo das principais conclusões sobre os dados obtidos durante o estudo do IPCC e das principais propostas do quarto relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, conforme publicadas pelo jornal O Globo.⁸

“Emissões

- A emissão de gases nocivos ao meio ambiente aumentou 70% entre 1970 e 2004, chegando a 49 bilhões de toneladas por ano de dióxido de carbono.
- Entre 1990 e 2004, o aumento foi de 28%. - A oferta de energia aumentou 145% entre 1970 e 2004.
- A eficiência energética não acompanhou o aumento da renda mundial e da população do planeta.
- Emissões podem aumentar entre 25% e 90% até 2030, em comparação com os níveis de 2000.
- Entre 66% e 75% deste aumento deve acontecer em países em desenvolvimento. A emissão per capita, no entanto, deve se manter abaixo do nível dos países ricos.
- Em 2004, países industrializados representavam 20% da população global e 46% das emissões.

Custos

- Quanto maiores e mais rápidos forem os cortes nas emissões, maiores serão os custos.
- Mas as medidas podem ser relativamente modestas e as tecnologias existentes podem ser usadas. O custo de se agir agora ainda pode ser menor do que o custo caso não haja ação do homem.

⁸ As informações aqui constantes são reproduzidas do site <http://oglobo.globo.com/ciencia/mat/2007/05/04/295623152.asp>, acessado em 01/06/2007

Os diferentes cenários com os quais o IPCC trabalha:

- Estabilizar as emissões em 445-535 partes por milhão (ppm) de dióxido de carbono limitaria o aquecimento global a 2°/2,8°C. O impacto disso na economia mundial seria de até 3% do PIB mundial até 2030. No mesmo período, o impacto no crescimento projetado da economia seria de 0,12%.

- Estabilizar as emissões em 535-590 ppm limitaria o aquecimento global a 2,8°/3,2°C, com redução de 0,1% do crescimento do PIB mundial até 2030. Entre 590-710 ppm, o aquecimento global seria de 3,2°/4°C, com redução de 0,06% do crescimento do PIB até 2030.

Opções apresentadas no relatório

- O relatório propõe repassar o "preço do carbono" aos consumidores e produtores, ou seja, que os preços na economia levem em conta o dano ambiental causado pela queima de combustíveis, para estimular a eficiência energética.

- Outras possibilidades são novas leis, impostos e mercados de troca de permissões de emissão de carbono. Acordos voluntários entre governo e indústria são "atraente politicamente", mas "não têm atingido resultados satisfatórios de redução de emissões".

- Taxar as emissões de carbono seria eficiente no setor energético. Um preço de US\$ 20 a US\$ 50 por tonelada de dióxido de carbono transformaria o setor energético, aumentando a participação das fontes renováveis na matriz energética para 35% até 2030 (quase o dobro da fatia registrada em 2005).

- Fontes de energia renováveis como eólica, solar e geotérmica deveriam ser estimuladas, com subsídios, tarifas preferenciais e compra obrigatória.

- Mais eficiência energética, com mudança nos padrões de construção, economia obrigatória de combustíveis, mistura de biocombustíveis e investimento em melhores serviços de transporte público.
- Medidas de seqüestro de carbono "têm potencial para dar uma importante contribuição" na mitigação das emissões até 2030.
- Energia nuclear, que representou 16% da matriz energética mundial em 2005, pode chegar a 18% até 2030, com o aumento do preço do dióxido de carbono de até US\$ 50 por tonelada, "mas questões de segurança, proliferação de armas e lixo continuam sendo preocupantes".

3.1 Análise dos dados quantitativos:

Passemos agora à análise da cobertura jornalística do relatório na primeira quinzena de fevereiro pelos jornais de Belo Horizonte: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Tempo e Hoje em Dia. O período escolhido para a pesquisa se deve à data da divulgação do 4º relatório do IPCC e sua repercussão, por ser o assunto mais evidente sobre meio ambiente e que poderia gerar cobertura nos principais jornais de Belo Horizonte.

Foram sessenta e seis publicações ou citações no período pesquisado, incluindo-se aqui charges, matérias específicas sobre o relatório, citações de capa e artigos.

Quadro I - Dados quantitativos sobre as publicações analisadas

Jornais – de tanato a	Matérias diretamente relacionadas ao relatório do IPCC	Matérias indiretamente relacionadas ao relatório do IPCC	Charges relacionadas com o relatório do IPCC	Artigos com temas relacionados ao relatório do IPCC	Matérias sobre meio ambiente sem relação com o relatório do IPCC	Citações, chamadas e charges de capa
Estado de Minas	4	0	0	1	1	1
O Tempo	18	3	3	3	2	5
Hoje em dia	8	3	3	3	2	2
Diário da Tarde	2	0	2	0	0	2
Total no período analisado	32	6	8	7	5	10

Pela análise quantitativa, percebemos claramente que o jornal O Tempo foi o que mais publicou matérias sobre meio ambiente. A repercussão dada pelo jornal sobre a divulgação do relatório e seu conteúdo foi a maior entre os jornais da capital mineira pesquisados.

O jornal O Tempo dedicou também uma edição inteira do suplemento infantil “O Tempinho” ao assunto meio ambiente, voltando-se especificamente para o relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas. O Tempo também foi o jornal que teve a maior presença do assunto em suas capas: cinco citações no total.

O jornal Hoje em Dia vem em segundo lugar no espaço dedicado ao assunto meio ambiente e, especificamente, sobre o relatório do IPCC. Foram oito matérias diretamente relacionadas ao relatório. As matérias sobre meio ambiente, sem relação direta com a divulgação e

repercussão do relatório do IPCC foram duas e as matérias indiretamente relacionadas com o relatório somaram três no total, números iguais aos do jornal O Tempo.

Porém, o Hoje em Dia teve apenas duas capas com citações ou chamadas relacionadas ao assunto meio ambiente.

Já o jornal Estado de Minas deixou a desejar na cobertura e repercussão da divulgação do relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, principalmente pela posição de referência estadual que o tradicional jornal ocupa. Foram apenas quatro matérias diretamente relacionadas ao relatório do IPCC e apenas uma citação na capa do jornal durante toda a primeira quinzena de fevereiro de 2007.

O jornal Diário da Tarde, pertencente ao mesmo grupo empresarial do Estado de Minas, veio na mesma linha do “seu primo rico”. Foram apenas duas matérias diretamente relacionadas com relatório do IPCC e nenhuma matéria sobre meio ambiente em geral. Mas foram duas as citações de capa do jornal popular dos Diários Associados, ambas charges bem humoradas do cartunista Duke.

3.2 Análise qualitativa das matérias

Quanto a análise qualitativa das matérias, será feita dia a dia, comparando as matérias publicadas nos quatro jornais e a abordagem das mesmas. O conteúdo das matérias será descrito brevemente para em seguida procedermos à análise dos mesmos.

Dia 1º de fevereiro de 2007, quinta feira

Na quinta feira, dia primeiro de fevereiro de 2007, véspera da divulgação do quarto relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), apenas o jornal O Tempo publicou matéria sobre meio ambiente. Apesar de não ter o relatório como abordagem principal, a matéria cita a reunião de cientistas ocorrida em Paris para finalizar o relatório.

A matéria fala da iniciativa de artistas e celebridades que se preocupam com o meio ambiente e que têm atitudes ecologicamente corretas, tais como a preocupação com a neutralidade de carbono em eventos, casamentos, festas etc.

Dia 2 de fevereiro de 2007, sexta feira

Na sexta feira, dia 2 de fevereiro, data da divulgação do relatório do IPCC, o jornal O Tempo e o jornal Hoje em Dia trouxeram matérias sobre meio ambiente e o aquecimento global.

O jornal O Tempo trouxe uma chamada na capa com o título “ONU confirma que furacões vêm do aquecimento global”. A matéria na página B12 fala da aprovação do texto final do relatório do IPCC e das conseqüências confirmadas em razão do fenômeno do aquecimento global. Na mesma página o jornal traz um editorial do jornal americano The New York Times com o título “Bush não leva em conta a realidade energética” tratando da posição do presidente norte-americano em relação à atual conjuntura energética e ambiental mundial. Na matéria fica evidente mais uma vez que Bush não está a par da realidade energética que seu país vive e propõe alternativas um tanto utópicas no que tange a questão dos combustíveis alternativos.

O jornal Hoje em Dia trouxe na página 11 do caderno Mundo uma matéria com o título: “Elevação do nível dos mares se acelera” que compara estudos paralelos aos do IPCC com as conclusões do relatório do Painel. Estes estudos denunciam que o relatório do IPCC pode ter subestimado o ritmo de elevação dos mares e oceanos, em consequência do aquecimento global. Outras conclusões foram semelhantes às do relatório, como a concentração dos gases estufa na atmosfera.

Dia 3 de fevereiro de 2007, sábado

O dia seguinte à divulgação do relatório do IPCC, em Paris, França, o assunto foi abordado pelos quatro jornais pesquisados.

O jornal O Tempo trouxe a manchete: “ A Culpa é Nossa” e dedicou 6 páginas ao assunto, num caderno especial de meio ambiente. O jornal trouxe também um artigo de Teodomiro Braga (editor-executivo da Sempre Editora, que publica os jornais O Tempo e O Tempo Betim) que relaciona os resultados do relatório e a falta de ação do governo federal em relação ao problema. As páginas do caderno de meio ambiente foram recheadas de infográficos e matérias diversas sobre consequências do fenômeno de aquecimento global, ações de governos e ONGs para frear o aquecimento do planeta e a situação político-econômica dos países que poluem mais que outros, como os EUA.

O jornal Hoje em Dia trouxe a capa da sua edição de sábado, dia 3 de fevereiro de 2007, uma chamada com um lide de uma matéria que relaciona o aquecimento global com um possível aumento na conta de luz. Na capa também veio um infográfico com as principais conclusões

do relatório do IPCC. Na página 2, no caderno de opinião, o jornal publicou um editorial com o título: “Apocalipse anunciado” e uma charge do Lute, com um pingüim sobre um pequeno “iceberg” solicitando, por telefone, duas caixas de protetor solar. Na página 11 do caderno Mundo o jornal publicou matéria sob o título: “Ação da humanidade mata o planeta”, na qual analisa o relatório e um infográfico abordando os principais impactos do fenômeno do aquecimento global, citados no relatório, tais como as mudanças na dinâmica do clima, aumento dos níveis do mar, problemas na agricultura e pecuária, entre outros. Na mesma página, matérias relacionavam o assunto a temas de política internacional, produção agrícola e a questão da energia limpa, mostrando as implicações amplas da questão ambiental.

O jornal Estado de Minas publicou na capa uma pequena chamada com o título: “ Efeito estufa vai provocar catástrofes” e na página 17 do caderno Internacional, uma matéria sobre a atribuição do ônus do efeito estufa – por parte dos pesquisadores do relatório – aos dois maiores emissores de gás carbônico do mundo: China e EUA. Na mesma página uma matéria com o título “Brasil sofrerá de norte a sul” tratou dos efeitos e conseqüências do aquecimento global em nosso país. Na página 18 do caderno Internacional, um elaborado infográfico explica como se dá o fenômeno do efeito estufa e traz também informações pontuais do relatório, tais como estatísticas de temperatura ao longo dos anos e possíveis conseqüências catastróficas como furacões e aumento do nível do mar. Na mesma página uma matéria mostra que o relatório do IPCC implica o homem como responsável pelas mudanças no clima.

O jornal Diário da Tarde publicou no dia 3 de fevereiro de 2007, na página 16 do caderno Geral, um infográfico ocupando meia página com alguns dados divulgados no relatório e a posição de alguns líderes mundiais a respeito do relatório e das implicações dos resultados dos

estudos do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas. Outras duas matérias completavam a página, uma sobre a responsabilidade do homem na questão do aquecimento global e outra sobre conseqüências sócio-ambientais do fenômeno causado pelo aumento do efeito estufa.

Dia 4 de fevereiro de 2007, domingo

O jornal Estado de Minas, por sua vez, trouxe em suas páginas dominicais uma matéria sobre a proposta de criação de um órgão internacional nos moldes da ONU para tratar especificamente de questões ambientais. A matéria saiu no caderno Internacional, na página 19.

O jornal O Tempo também abordou o mesmo assunto, porém, com chamada e lide na capa. Na página A10 a matéria sob o título “Agência é proposta para salvar o mundo” veio acompanhada de box com notas sobre outros aspectos da questão do aquecimento global.

O jornal Hoje em Dia trouxe em sua capa de domingo uma chamada tratando do mesmo assunto. “Países pedem agência global para meio ambiente” era o título da chamada. O assunto foi abordado na página 10 do caderno Mundo. Na página 7 do caderno Brasil o jornal abordou o meio ambiente novamente em duas matérias não diretamente ligadas ao relatório do IPCC mas que têm relação com o fenômeno do aquecimento global. Uma das matérias tratou de um estudo sobre erosão em praias do litoral paulista, afirmando que as praias podem desaparecer em razão da erosão e isso pode ser potencializado com o aumento do nível do mar, provocado pelo aquecimento global. A outra matéria falou da posição preocupante que o

Brasil ocupa no ranking dos países que mais poluem o ar e os problemas de saúde que isso pode acarretar.

No domingo o jornal Diário da Tarde não circula.

Dia 5 de fevereiro de 2007, segunda feira

Na segunda feira o jornal Hoje em Dia trouxe uma charge na página dois, no caderno de Opinião, com uma visão bem humorada do cartunista Lute sobre o aquecimento Global na qual o Diabo se empolga dizendo “A temperatura da Terra está cada vez mais agradável”. Na página 8 do caderno Brasil, o jornal publicou matéria sobre a posição brasileira em relação à criação do órgão de meio ambiente internacional. O órgão seria criado nos moldes da Organização das Nações Unidas, mas o Brasil se posicionou contra a criação da “ONU para Meio Ambiente” – uma proposta levantada pelo então presidente da França, Jacques Chirac. Para o país, ações mais concretas devem ser executadas e a criação de mais um órgão não vai ajudar efetivamente.

O jornal O Tempo trouxe na capa chamada sobre a mesma reportagem, sob o título “Brasil não apóia agência contra o aquecimento”. Na página A6 do caderno Opinião, o chargista Duke publicou mais uma de suas charges sobre o problema ambiental atual, na qual um boneco de neve empunha uma placa com os dizeres: “O fim está próximo”. Na página A8 do caderno Geral, o jornal O Tempo tratou do assunto da agência internacional para o meio ambiente e publicou também matéria sobre propostas de investimento em energia nuclear sob o título: “Ministro quer investimento em energia nuclear”. Na matéria o ministro da Ciência e Tecnologia, Sérgio Rezende, se mostra um ferrenho defensor da energia nuclear e não hesita em propor a retomada do projeto brasileiro de energia nuclear de Angra III.

O jornal Diário da Tarde trouxe apenas uma charge na capa, do cartunista Quinho, relacionada ao aquecimento global. Na charge, um urso polar disputa espaço com um pingüim em cima de uma geladeira.

O jornal Estado de Minas não publicou matéria sobre meio ambiente, direta ou indiretamente relacionada ao relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas.

Dia 6 de fevereiro de 2007, terça feira

Na terça feira, o jornal O Tempo trouxe matéria com chamada de capa, sobre a contestação de alguns dados do relatório por parte do cientista americano Ross Micketrick, envolvido na elaboração do documento. Segundo ele, em um relatório elaborado por 450 redatores, 800 contribuidores e 2500 revisores especialistas, seria um equívoco presumir que todos esses especialistas endossem tudo o que está presente no resumo do relatório. Há discordâncias com relação às conclusões e ao nível de certeza das mesmas. A matéria foi publicada na página A10 do caderno Geral. Na mesma edição foi publicada uma notícia de agência (Folhapress) sobre a mobilização de celebridades e famosos para divulgar atitudes ecologicamente corretas. E mais uma charge sobre o aquecimento global, de autoria do Duke, veio estampada no caderno de Opinião. Nela temos um camelo em um iglu que cobre suas duas corcovas e um esquimó olhando o animal sem entender nada.

Os jornais Hoje em Dia, Diário da Tarde e Estado de Minas não publicaram matéria sobre meio ambiente, direta ou indiretamente relacionada ao relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas.

Dia 7 de fevereiro de 2007, quarta feira

Neste dia apenas os jornais Diário da Tarde e Hoje em Dia trouxeram algo relacionado ao aquecimento global. No jornal Hoje em Dia o colunista Marcelo Rios faz uma referência ao assunto em sua coluna sobre o posicionamento de algumas celebridades frente à questão ambiental. Nela o colunista fala sobre desfiles e eventos neutros em carbono, ou seja, eventos que calculam as emissões de carbono necessárias para sua realização e plantam árvores para retirar o equivalente em carbono da atmosfera. Já o jornal Diário da Tarde publicou uma charge na página 11 do caderno de Opinião. A charge do cartunista Melado associava a “cabeça quente do prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab ao aquecimento global”.

Os jornais O Tempo e Estado de Minas não publicaram nada sobre o assunto.

Dia 8 de fevereiro de 2007, quinta feira

O jornal O Tempo publicou no dia 8 de fevereiro, na página B8 do caderno de Economia, uma matéria sobre meio ambiente mas não relacionada ao relatório do IPCC. A matéria abordou questões relativas às jurisdições de órgãos do governo em relação ao licenciamento ambiental. Já na página C8 do caderno Magazine, o colunista Walter Navarro abordou a questão do meio ambiente em sua crônica, tratando o assunto com bom humor e descontração, mas sem entrar em detalhes técnicos ou científicos.

Os jornais Hoje em Dia, Diário da Tarde e Estado de Minas não publicaram nada sobre meio ambiente ou sobre o relatório do IPCC.

Dia 9 de fevereiro de 2007, sexta feira

Apenas o jornal O Tempo publicou algo sobre o assunto aquecimento global: uma charge do cartunista Duke, na página A6 do caderno Opinião. Nela a figura mitológica de Atlas larga o globo por estar muito quente e sai correndo para aliviar as queimaduras.

Os jornais Diário da Tarde, Hoje em Dia e Estado de Minas nada publicaram sobre meio ambiente.

10 de fevereiro de 2007, sábado

No sábado o jornal O Tempo publicou uma edição especial do caderno infantil “O Tempinho” dedicada à questão do aquecimento global. Nele o jornal abordou, sob a linguagem da garotada, o assunto que sem dúvida trará conseqüências para as futuras gerações.

O jornal Estado de Minas publicou matéria não relacionada ao relatório do IPCC. Na página 18 do caderno Internacional o jornal trouxe uma matéria sobre crimes ambientais na Europa e como a região pune este tipo de crime.

Os jornais Hoje em Dia e Diário da tarde nada publicaram sobre meio ambiente.

11 de fevereiro de 2007, domingo

O jornal O Tempo publicou no sábado dia 11 duas páginas (A14 e A15) do caderno Internacional matérias relacionadas ao relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas. Sob o título “Exagero ou conservadorismo?” a matéria da página A14 tratava das diferentes opiniões de cientistas em relação aos resultados dos estudos apresentados no relatório do IPCC, reafirmando o espaço jornalístico com um espaço de disputa de opiniões e idéias. A matéria trouxe também um infográfico com as principais conseqüências do aquecimento global em diferentes regiões do mundo, mostrando como o derretimento do gelo de montanhas pode afetar o abastecimento de água, agricultura, a possibilidade do surgimento de insetos e pragas onde antes não havia, e a possível submersão de algumas ilhas. Na página A15 o jornal trouxe uma matéria sobre o temor de cientistas em relação às interpretações erradas que o relatório pode gerar, principalmente no que tange à avaliação dos fenômenos naturais e suas causas. Muitos dos fenômenos podem não ser causados diretamente pelo aquecimento global; porém, a exposição quase pirotécnica do assunto na imprensa mundial, tanto dos fenômenos ambientais como dos estudos do IPCC, faz com que a avaliação das causas possa se “contaminar” pela espetacularização das notícias, além de confundir o leitor. O jornal trouxe também um artigo publicado no The New York Times sobre a questão. O artigo, com o título “Enfim acordamos para o aquecimento global” de autoria de William K. Stevens, jornalista do diário americano, mostra um retrospecto da atuação do jornalista em matérias sobre meio ambiente e mudanças climáticas. Segundo o autor, aspectos que antes eram tidos como falácia ou não tinham credibilidade, hoje estão evidentes e confirmados pelo relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças

Climáticas. Na página E6, a colunista Natália d'Ornelas abordou a questão da neutralização de carbono em desfiles de moda.

Os jornais Estado de Minas e Hoje em Dia não publicaram matérias sobre meio ambiente ou aquecimento global. O jornal Diário da Tarde não circula aos domingos.

12 de fevereiro de 2007, segunda feira

O jornal O Tempo publicou na segunda, dia 12, uma página (A10) sobre meio ambiente, porém nada se falou sobre o relatório do IPCC. As matérias abordavam outros assuntos sobre meio ambiente, tais como a questão do descarte de pilhas e baterias, entre outros assuntos.

O jornal Hoje em Dia publicou matéria no caderno Minas, na página 1, sob o título “Tragédia anunciada”. Na mesma página, uma matéria abordou a relação do aquecimento global com a agricultura e outra matéria considerou medidas estudadas em Belo Horizonte para conter a poluição na capital mineira. Entre elas estão a ampliação da coleta seletiva de lixo, utilização do gás metano dos aterros sanitários e o uso do biodiesel nos ônibus da frota da capital mineira. O mesmo título da matéria principal da página 1 do caderno Minas encabeçava o editorial do jornal na página 2 do caderno de Opinião. Na mesma página uma charge de Lute abordou o tema. Nela alguns pingüins se espremem sobre um pequeno bloco de gelo e um deles diz “É sério! Aqui já foi uma cobertura com quatro quartos, duas suítes e sala com dois ambientes!”.

Os jornais Estado de Minas e Diário Da Tarde nada publicaram sobre meio ambiente no dia 12 de fevereiro de 2007.

13 de fevereiro de 2007, terça feira

O jornal Hoje em Dia foi o único entre os pesquisados que publicou algo sobre meio ambiente neste dia. Na página 2 do caderno Opinião, o articulista Manoel Hygino do Santos abordou a questão do aquecimento global e o relatório do IPCC em sua coluna sob o título: “A caminho da tragédia”.

Os dias 14 e 15 de fevereiro de 2007 foram pesquisados mas não houve publicações sobre meio ambiente nos jornais considerados.

A partir das publicações analisadas, podemos considerar que o tratamento jornalístico em relação à pauta de meio ambiente e, mais especificamente, no que tange à divulgação do relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas, foi satisfatório nos jornais O Tempo e Hoje em Dia e deixou muito a desejar nos jornais Estado de Minas e Diário da Tarde.

De modo geral, as matérias publicadas ao longo do período pesquisado (primeira quinzena de fevereiro de 2007), cumpriram seu papel informativo. Nos jornais O Tempo e Hoje em Dia, o leitor pôde ter acesso a matérias com conteúdo suficiente para subsidiar a formação de opiniões. Isso porque estes jornais investiram na repercussão do assunto – a divulgação dos resultados do quarto relatório do IPCC – elaborando matérias e, por vezes, cadernos especiais, como foi o caso do jornal O Tempo, que dedicou uma edição inteira do caderno infantil “O Tempinho” à questão do aquecimento global, demonstrando preocupação com a formação das

novas gerações. As matérias publicadas nos jornais O Tempo e Hoje em Dia não se limitaram à abordagem ecológica simplesmente. Matérias que relacionam a questão do aquecimento global a assuntos como economia, política, entre outros, tiveram espaço nestes jornais. Assim como matérias mais frívolas, como as de colunas sociais, por exemplo, que relacionaram o assunto a comportamentos de celebridades e suas preocupações com meio ambiente.

Já os jornais Estado de Minas e Diário da Tarde fizeram uma cobertura pífia, se comparados aos seus concorrentes. Estes jornais, que pertencem ao mesmo grupo empresarial, limitaram-se a noticiar a divulgação do relatório e não se propuseram a repercutir o assunto da maneira devida. O jornal Diário da Tarde, por exemplo publicou apenas duas matérias diretamente relacionadas ao relatório do IPCC (ver quadro I), no dia seguinte à divulgação do documento. Já o Estado de Minas publicou quatro matérias diretamente relacionadas ao relatório. Exatamente a metade do segundo colocado Hoje em Dia (ver quadro I). O jornal não dedicou seu espaço à repercussão do assunto, limitando-se a publicar matérias de agência e reportagens estritamente sobre os resultados possíveis do fenômeno do aquecimento global.

Conclusão

Ao fim deste trabalho de pesquisa, a conclusão a que se chega é que o jornal mais tradicional da capital mineira – Estado de Minas – não aborda a questão do meio ambiente como se deveria. A abordagem do jornal Diário da Tarde não fugiu muito do que se esperava, já que se trata de um jornal popularesco, que se dedica mais ao “entretenimento noticioso” com notícias populares, principalmente de editoriais como polícia e esporte. No caso do jornal Estado de Minas, que deveria, pela posição que ocupa e defende com o slogan “o grande jornal dos mineiros”, cobrir de maneira exemplar um assunto de tamanha importância, foi uma surpresa constatar que tratou do assunto com tamanha negligência.

O jornal Hoje em Dia demonstrou preocupação com o assunto e se dedicou a repercutir de maneira satisfatória a divulgação do relatório do IPCC.

E o jornal O Tempo foi a publicação, dentre as pesquisadas, que melhor cobriu o assunto, trazendo matérias que aprofundaram bastante o tema considerado e capazes de fornecer subsídios suficientes para a formação da opinião do leitor.

Além dos jornais analisados, de maneira geral, percebeu-se que a imprensa nacional e a internacional voltaram a se dedicar à questão ambiental, abordando o assunto de maneira mais relacionada a outros aspectos da atual conjuntura do planeta (política, economia, etc). O que antes era tratado de modo segmentado, limitado à questão ecológica e ambiental, relegado aos cadernos de Ciência, passa agora a ser abordado em editoriais, cadernos de opinião, economia e política, suplementos infantis e até em colunas sociais.

Parte dessa volta ao tema meio ambiente se dá em razão do interesse do público na questão, que vem aumentando à medida em que a situação ambiental do mundo se agrava. As pessoas querem cada vez mais informação sobre o assunto que está diretamente ligado às perspectivas de vida no planeta, nada animadoras de acordo com as últimas informações divulgadas pelos cientistas.

Mas o reduto das pautas sobre meio ambiente continua sendo as publicações especializadas, principalmente as que têm como suporte o meio digital – Internet. A rede mundial de computadores tem a vocação de acolher e desenvolver as mídias segmentadas e, por consequência, as especializadas, e se tornou o ambiente mais promissor para a divulgação e o debate do tema meio ambiente. São inúmeros os sites dedicados à questão ambiental, os quais empregam jornalistas que se dedicam integralmente à cobertura ambiental de modo mais sério e bem fundamentado.

Assim, o jornalismo – em seus diversos suportes – se firma mais uma vez como o responsável pela disseminação da informação e pela formação da opinião do grande público e como o espaço público contemporâneo para o debate de idéias e divulgação dos acontecimentos no mundo.

Bibliografia

ABIAHY, A.C. A. O Jornalismo especializado na sociedade da informação. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba, 2000

DOMINGUES, J. M. Sociologia e modernidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRADIM, A. Manual de Jornalismo. Estudos em comunicação – Universidade da Beira Interior – Série Estudos em Comunicação – Covilhã - 2000

SORJ, B. A Nova Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
Sorj, B. brasil@povo.com. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

Jornais Estado de Minas, O Tempo, Diário da Tarde e Hoje em Dia, no período compreendido entre 1º a 15 de fevereiro de 2007.