

Aquecimento global: uma agenda necessária¹

Ana Luiza DEICKE²

Carla Simone Doyle TORRES³

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS

RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido no primeiro semestre do ano letivo de 2019, na disciplina optativa de Jornalismo Ambiental, do curso de Jornalismo da Universidade Franciscana, em Santa Maria, RS. Após um levantamento de temáticas, entre notícias de sites – especializados ou não – sobre meio ambiente em nível local, nacional e mundial, partiu-se para uma análise dos elementos de produção em termos técnicos, da linguagem utilizada às formas de circulação deste material. Neste artigo, optamos por aprofundar o olhar sobre uma das temáticas detectadas como mais frequentes pela turma, a do aquecimento global. Uma das constatações nesse sentido é que, apesar de ter se tornado um dos principais temas em eventos e acordos internacionais, o aquecimento global tem tido proporcionalmente pouca cobertura pela mídia.

PALAVRAS-CHAVE: mudanças climáticas; aquecimento global; elementos multimídia; abordagem midiática.

INTRODUÇÃO

O presente artigo relata um estudo sobre as formas de cobertura da mídia digital brasileira sobre problemas ambientais em âmbito nacional e mundial, tomando como foco notícias e reportagens sobre o aquecimento global. O objetivo principal é analisar a produção jornalística nos últimos quatro anos dos veículos Agência Brasil, Ambientebrasil, Folha de São Paulo, Revista Época, G1 O portal de notícias da Globo, InfoEscola e a página do Ministério do Meio Ambiente em termos técnicos, a linguagem praticada e as formas de circulação deste material, englobando os critérios de noticiabilidade, os valores notícia, e os recursos multimídia utilizados em conteúdos jornalísticos com esse enfoque. A escolha dos portais de informação para análise, foi

¹ Trabalho apresentado no IJ06 - Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Ana Luiza Deicke Estudante do 6º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Franciscana, e-mail: analudeicke@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Carla Sione Doyle Torres, do Curso de Jornalismo da Universidade Franciscana. Jornalista e mestre em Comunicação e Informação Midiática pela UFSM, doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. E-mail: csdtorres@gmail.com

feita através da quantidade de acesso e compartilhamentos que eles atingem pela a população.

Um questionário produzido na disciplina de Jornalismo Ambiental, do Curso de Jornalismo da Universidade Franciscana de Santa Maria - RS, durante o 1º semestre de 2019, serve de base para chegarmos a indícios de comportamentos de recepção do público para este tipo de conteúdo. Com ele, tornou-se possível inferirmos como a recepção de material jornalístico com essa abordagem pode afetar no comportamento dos leitores com relação ao meio ambiente. Aplicado por meio de redes sociais, o questionário atingiu pessoas de diferentes localizações, níveis de instrução e faixas etárias, tornando possível um raso diagnóstico não somente local, mas também em nível nacional.

A informação ambiental, se veiculada com qualidade, é tida como instrumento de formação de cidadania e embasamento para a opinião pública. Porém, quando a informação é insuficiente, incompleta ou até mesmo falsa, é considerada um desserviço para com a cidadania (BERNA, 2004).

DISCIPLINA OPTATIVA DE JORNALISMO AMBIENTAL

Como é de costume nas grades curriculares dos cursos de graduação, as disciplinas optativas são aquelas de livre escolha do estudante, atendendo a uma formação mais personalizada para o profissional que ele quer ser. No curso de Jornalismo da UFN contamos, entre outras, com a disciplina optativa de Jornalismo Ambiental. No início do semestre, nos deparamos com uma proposta de trabalho coletivo, em que as perguntas da professora sobre o tema meio ambiente serviram como ponto de partida para a produção de conhecimento, já que somos portadores de saberes prévios. A partir dessa forma de trabalho, foi possível explorar essa potência.

Depois de um apanhado de diversas informações envolvendo meio ambiente, advindas também dos empirismos relacionados à vida de cada aluno, este artigo foi ganhando forma e se consolidando. Para que a pesquisa sobre eixos temáticos relevantes se tornasse mais rica e complexa, a turma foi dividida em grupos, pois assim ficaria mais fácil de setorizar para organizar uma visão do todo. Cada um dos três grandes grupos formados em aula – responsável por Estado, País e Mundo – traria informações divulgadas em portais de notícias cujo alcance fosse compatível com o âmbito a ser coberto.

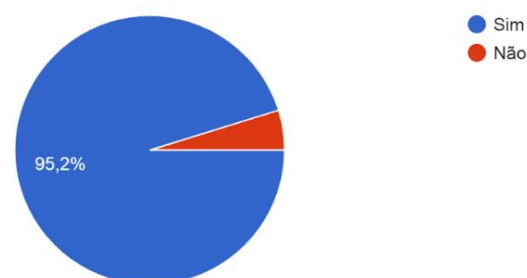
Ao longo de três semanas, o seminário foi mostrando que há temáticas centrais em meio à cobertura sobre meio ambiente. São elas: agrotóxicos, água, animais, aquecimento global, barragens, desmatamento, poluição, vegetação, questões agrárias e políticas, em diversos sites, as notícias encontradas foram sendo apresentadas em forma de seminário. Após um apanhado de informações sobre questões ambientais, uma pesquisa com oito questões – intercaladas entre optativas e dissertativas – foi elaborada e divulgada de 25 de março a 11 de abril de 2019 nas redes sociais dos alunos, do Curso de Jornalismo e da professora da turma, para que a pesquisa tivesse uma abrangência satisfatória ou - ao menos - razoável. Dessa forma, foi possível observar o engajamento dos indivíduos por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos em redes como Facebook, Instagram e Twitter.

De acordo com a empresa de pesquisa de mercado eMarketer em 2017⁴, 62,2% dos usuários de redes sociais entraram no Facebook pelo menos uma vez por mês. Por este motivo, optamos por divulgar o questionário principalmente no Facebook. Depois do término do período destinado ao preenchimento do questionário, ele foi revisto obtendo 146 respostas, pressupondo que ele tenha alcançado pessoas de diferentes lugares, níveis de instrução e idades, já que a escolha dos elementos que compõe a amostra foi aleatória. As figuras 1, 2, 3 e 4 a seguir, reproduzem parte do questionário que nos serve de base de estudo.

Figura 1: Primeira pergunta do questionário sobre meio ambiente

Você lê notícias/reportagens sobre meio ambiente?

146 respostas



Fonte: Gráfico gerado pela plataforma Google, a partir de respostas ao questionário de autoria da turma.
Disponível em:

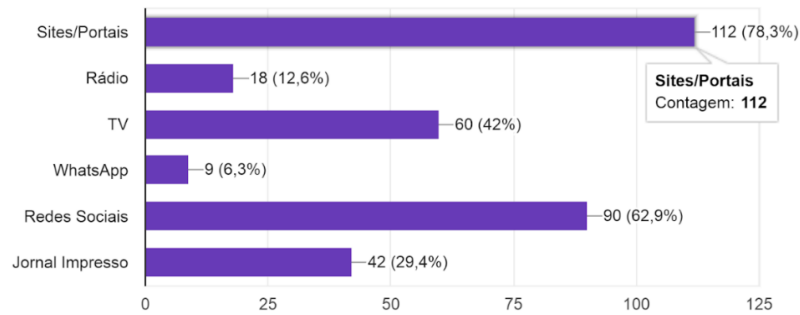
⁴ <https://www.emarketer.com/content/emarketer-unveils-latest-wordwide-social-users-estimate> Acesso em: 25 de abril de 2019

<https://docs.google.com/forms/d/1WYhH4RYEDjuYr08Qowfime64IUBQn0N5pgJK0m7mijM/edit> Acesso em: 02 de maio de 2019

Figura 2: Quarta pergunta do questionário sobre meio ambiente

Onde você busca informações sobre meio ambiente?

143 respostas

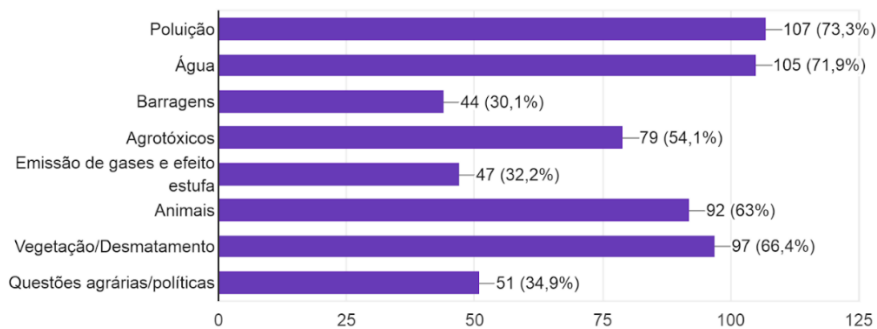


Fonte: Gráfico gerado pela plataforma Google, a partir de respostas ao questionário de autoria da turma. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1WYhH4RYEDjuYr08Qowfime64IUBQn0N5pgJK0m7mijM/edit> Acesso em: 02 de maio de 2019

Figura 3: Quinta pergunta do questionário

Quais os temas mais importantes para você?

146 respostas

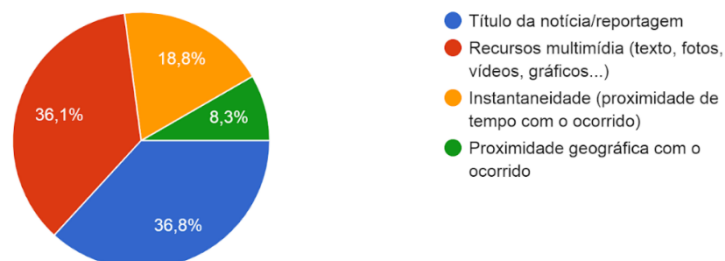


Fonte: Gráfico gerado pela plataforma Google, a partir de respostas ao questionário de autoria da turma. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1WYhH4RYEDjuYr08Qowfime64IUBQn0N5pgJK0m7mijM/edit> Acesso em: 02 de maio de 2019

Figura 4: Sexta pergunta do questionário

O que o motiva a consumir um conteúdo sobre meio ambiente?

144 respostas



Fonte: Gráfico gerado pela plataforma Google, a partir de respostas ao questionário de autoria da turma. Disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/1WYhH4RYEDjuYr08Qowfime64IUBQn0N5pgJK0m7mijM/edit> Acesso em: 02 de maio de 2019

Diante dos resultados obtidos pela pesquisa, mostrados nos gráficos acima, inferiu-se a necessidade de falar sobre o aquecimento global, pois o assunto foi pouco citado pelo público que respondeu às perguntas. O tema foi apontado só em momentos, demonstrando a precariedade de notícias e reportagens que tratam desse assunto de suma importância para o planeta, um silêncio que, conseqüentemente, resulta na não formação de opinião sobre o tema. A partir desse questionamento, analisamos as informações que foram apresentadas no seminário em aula e decidimos elaborar um artigo a respeito desse tema.

À procura de traçar um estado da arte, encontramos o artigo: “Aquecimento Global”⁵, publicado por João Marcelo Vela, Mestre em Geografia, pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), no portal de notícias InfoEscola, que explica de forma resumida e com uma linguagem de fácil compreensão o que é aquecimento global. Vela, afirma que o aquecimento global é usualmente definido como um processo de aumento das temperaturas médias nos oceanos e atmosfera. Sua principal causa seria o desenvolvimento acelerado da sociedade, que tem por consequência altíssimos índices de queima de combustíveis fósseis para obtenção de energia, além de outras atividades humanas que também ocasionam a emissão de gases de efeito estufa (GEE).

O autor cita um elemento crucial, que é a base de discussões e a necessidade sobre falar sobre esse assunto que é o desenvolvimento acelerado da sociedade, um problema que começou lá no século XVIII com o início da Revolução Industrial, quando a produção do homem deixou de ser artesanal e assumiu patamares industriais, a atmosfera passou a receber diariamente emissões de poluentes lançados por máquinas utilizadas nas indústrias. Esse problema vem se alastrando até hoje.

Em meio a muitos problemas ambientais que devastam a humanidade, o que pode ser considerado como mais ameaçador é o aquecimento global. No portal Época, uma notícia, que saiu na *web* em Junho de 2015 com a manchete de que “O Vaticano publicará uma encíclica sobre ecologia”⁶. O texto que deve orientar os fiéis – e é aguardado com grande expectativa por ambientalistas – também chamou nossa atenção

⁵ <https://www.infoescola.com/geografia/aquecimento-global/> Acesso em: 28 de abril de 2019

⁶ <https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2015/06/por-que-o-papa-decidiu-falar-sobre-aquecimento-global.html> Acesso em: 28 de abril de 2019

para a importância do tema, porque um papa, Francisco, decidiu falar sobre aquecimento global. Gonçalves (1993) diz que nos povos antigos, berços da Mesopotâmia, o homem começou a dominar a natureza para a vida tornar-se menos inconsciente e com isso, criou-se a ideia de um homem superior.

Os seres humanos, com seu modo de vida descuidado e por acharem que controlam tudo, não se dão conta podem acabar com o planeta por causa dos seus maus hábitos. A gravidade disso é denotada aqui pelo fato de um líder religioso tomar o discurso científico como norte para seu discurso de fé.

UM APANHADO GERAL SOBRE AS CONFERÊNCIAS MUNDIAIS

A questão das modificações climáticas está na pauta de acordos e conferências ambientais principalmente na Conferência das Partes (COP) que acontece todos os anos. Além desta, outras conferências e protocolos merecem destaque:

Tabela 1: Conferências e acordos ambientais

Nome	Local/Data	Características
Protocolo de Kyoto	Japão, 1997	Um tratado internacional, com compromissos mais rígidos para a redução da emissão dos gases que agravam o efeito estufa.
RIO + 10	África do Sul, 2002	Um fórum de debates sobre a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável.
RIO + 20	Brasil, 2002	Possui o mesmo objetivo do RIO + 10, discutir a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável.
COP 21	França, 2015	Definir medidas para diminuir as emissões globais de gases do efeito estufa.
COP 23	Alemanha, 2017	Houve um pedido por mais ambição dos países no combate ao aquecimento global.

Fonte: Elaboração da autora

Ambas as conferências e acordos aconteceram com o mesmo propósito: discutir e achar uma solução para reduzir a emissão de gases e o efeito estufa, que consequentemente provocam o aquecimento global. Ao observar as conferências que foram realizadas pelo mundo nos últimos anos, foi possível constatar uma grande

preocupação de países da Europa em se empenhar para atingir a metas estabelecidas nos protocolos e resolver o problema.

O Brasil vinha empenhando-se para atingir a meta estabelecida pela última conferência, que é diminuir 37% das emissões até 2025 em relação a 2005. É o que mostra na informação divulgada no portal da web Agência Brasil, em janeiro de 2018, que anuncia que o País cumprirá meta de redução de gases de efeito estufa até 2025⁷.

Na busca de informações sobre as conferências, foi possível observar a necessidade de dados que mostrassem o andamento de cada uma delas, no que estas discussões estão resultando, pois, a memória é uma ferramenta narrativa, que sinaliza as barreiras de um percurso.

Freire (2003) analisa que, através das conferências, foi possível compreender que a questão ambiental é interdisciplinar, em que se entrecruza o conhecimento técnico científico, as normas e valores. Ter um conhecimento mais aprofundado sobre o que é aquecimento global, como ele ocorre e o que está sendo feito para resolver o problema é fundamental para que possamos ter criticidade e argumentos para analisar informações a respeito do tema.

JORNALISMO AMBIENTAL: PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO NA MÍDIA DIGITAL BRASILEIRA

A mídia digital, conta com alternativas para personalizar o conteúdo, como a introdução de elementos multimídia: escrita, chave para se obter um bom texto; fotografia, elemento dos mais tradicionais da narrativa multimídia; gráficos e ilustrações, que assumem grande valor nas páginas *web*; vídeo, um elemento que se expande nas publicações digitais; animação, elaborada por um computador, muito útil para produzir informações; e a música e efeitos sonoros, que são bastante comuns nos elementos multimídia das atuais narrativas. A tabela a seguir ilustra a distribuição desses elementos:

⁷ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-01/pais-cumprira-meta-de-reducao-de-gases-de-efeito-estufa-ate-2025-diz> Acesso em: 02 de maio de 2019

Tabela 2: O uso de recursos multimídia pelo jornalismo ambiental

Elementos Multimídia Presentes e Futuros

	Presente			Futuro	
	Visão	Audição	Tacto	Olfacto	Paladar
Texto	•				
Fotografia	•				
Gráficos, iconografia e ilustração	•				
Video	•				
Animação digital	•				
Discurso oral		•			
Música e efeitos sonoros		•			
Vibração			•		
Temperatura				•	
Forma				•	
Aroma					•
Sabor					•

Fonte: Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença, p 39

Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Acesso em: 27 de abril de 2019

Salaverría (2005) explica que atualmente quem deseja explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual, propiciando assim uma experiência de leitura mais agradável para seu público. Isso tem se tornado mais fácil nas últimas décadas, pois a internet é uma plataforma que oferece a possibilidade de combinar simultaneamente múltiplos formatos comunicativos.

O hipertexto é um recurso que permite que os usuários se conectem a informações complementares. Conforme Canavilhas (2014), a palavra “hipertexto” foi utilizada pela primeira vez nos anos 1960, por Theodor Nelson, que definiu o conceito como uma escrita não sequencial, um texto com várias opções de leitura que permite ao leitor efetuar uma escolha. Trata-se, portanto, de uma espécie de obra coletiva, ou seja, apresenta textos dentro de outros, formando assim, uma grande rede de informações interativas, e funciona como estratégia para atrair o leitor para outros textos que correspondam à mesma temática.

Vale ressaltar que no meio digital os conteúdos que estão disponíveis nos portais, podem ser compartilhados nas redes sociais. Neste contexto, torna-se fundamental, usufruir das redes sociais:

Enquanto o tempo ininterrupto que os consumidores passam on-line continua a aumentar e as fronteiras entre o virtual e o real se diluem, as organizações terão cada vez mais que abordar o espaço digital como um dos principais canais de comunicação com o seu público. Se não o principal. Projetar e expandir as marcas digitalmente pode ter um valor incalculável. Nunca antes houve um meio tão democrático, tão recíproco e tão global. Nunca antes foi tão fácil chegar ao consumidor e falar-lhe diretamente. Por outro lado, em consequência do regime de total abertura e permanente escrutínio público, nunca antes foi tão delicado comunicar enquanto organização. (MONTEIRO, 2014, p. 143).

No portal do Ministério do Meio Ambiente, uma informação sobre o Efeito Estufa e o Aquecimento Global⁸ foi publicada. Ao analisá-la, percebe-se que não há entrevistados, um elemento de grande importância no texto jornalístico. Nesse caso, a entrevista poderia ter sido realizada com outro especialista da área, como por exemplo um biólogo, a fim de proporcionar mais credibilidade ao texto.

Para Lage (2003), poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente da observação direta. A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de fontes. É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas. É possível presenciar esta situação em demais publicações do portal.

Vale destacar a preocupação da página com a acessibilidade de pessoas com deficiência visual. Ela dispõe do Audima, um dispositivo que transforma em áudio, precisamente em discurso oral, a informação que está em forma de texto escrito. O som, aliás, é um componente que - quando empregado corretamente - amplia o valor da informação online. O texto é elaborado dentro da dinâmica do hipertexto, o que propicia ao leitor um consumo de informação não-linear. Elementos multimídia, poderiam ser anexados a informação, sondando ainda mais as potencialidades da *web*.

⁸<http://www.mma.gov.br/florestas/comissao-nacional-de-florestas/reuni%C3%B5es/item/195-efeito-estufa-e-aquecimento-global> Acesso em: 28 abril de 2019

O Portal Folha de São Paulo, que com a notícia “Dez anos depois, Protocolo de Kyoto falhou em reduzir as emissões mundiais”⁹ fez uso de elementos gráficos que agem como sinais inteligentes de movimento ao guiarem o usuário para mostrar o que aconteceu ao longo de dez anos, conforme mostrado no título acima. Para Sodré (2009), a história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais e a memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história uma representação do passado.

Ao localizar um fato passado e ligá-lo com a atualidade, é possível chegar a uma conclusão dos resultados pouco positivos, que é o caso do Protocolo de Kyoto, um acordo internacional entre os países integrantes da Organização das Nações Unidas (ONU), feito com a proposta de se diminuir a emissão de gases causadores do efeito estufa, uns dos fatores que favorecem aquecimento global. O conteúdo apanhado, montado e distribuído pela mídia, não fornece a realidade propriamente “bruta”, mas sim, uma construção que permite ao usuário produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade existente.

O portal G1, na notícia que tem como título “Aquecimento global: década pode ser a mais quente da história, diz agência britânica”¹⁰, usa a fotografia como elemento destaque fornecendo a percepção imediata do usuário.

Salaverría (2001) argumenta que as fotografias na internet podem assumir múltiplos formatos, sendo a mais usual a imagem estática numa caixa. Porém, também existe a possibilidade de assumirem outras formas como, por exemplo, panorâmicas de 360°, megafotografias, carrosséis, fotografias de geolocalização com efeitos de navegação especial e de zoom de alta definição. Ressalta que todas estas variantes da fotografia são modalidades que um comunicador pode aproveitar para compor conteúdos multimídia. Além de ser um site que conta com os 6 graus de personalização, que são: responsividade, alterar com base na hora do dia, interação significativa, ajuda na decisão, calibragem de algoritmos e adaptação para mudar.

Lorenz (2011) explica que a personalização de experiências informativas pode apresentar várias formas e extensões, sendo a mais habitual deixando o utilizador

⁹ <https://m.folha.uol.com.br/amp/ambiente/2015/02/1590476-dez-anos-depois-protocolo-de-kyoto-falhou-em-reduzir-emissoes-mundiais.shtml> Acesso em: 07 de março de 2019

¹⁰ <https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/02/07/aquecimento-global-decada-pode-ser-a-mais-quente-da-historia-diz-agencia-britanica.ghtml> Acesso em: 15 de março de 2019

selecionar os temas mais relevantes para a criação de uma com base em preferências pessoais, onde, por exemplo, uma editoria de natureza, pode ser criada pelo receptor, em que informações vinculadas a meio ambiente vão ser anexadas.

Apesar de as informações analisadas utilizarem de recursos que facilitam o acesso do leitor, ainda deixam a desejar em comparação com informações de outras editorias, como cultura, esporte e política que na maioria das vezes, contam com mais de um elemento multimídia para chamar a atenção o indivíduo. Para Sevich, (2005) A mídia exerce especial influência na sociedade porque nós acreditamos nela. Quando um determinado veículo de comunicação conquista a nossa credibilidade, ele passa a ter grande poder de formação sobre nós.

Ao trabalhar com factos, que na maioria das vezes, chegam a todas as redações ao mesmo tempo, as publicações jornalísticas têm nos seus jornalistas o elemento que pode fazer a diferença. É verdade que a qualidade da investigação e os exclusivos marcam diferenças entre publicações, mas é a abordagem aos factos e o estilo da escrita que verdadeiramente levam os leitores a optar por uma ou outra publicação. (CANAVILHAS, 2012, p 09).

Um exemplo é portal de notícias Ambientebrasil¹¹, que é o maior portal de notícias focado em divulgar informações ambientais em nível nacional e até mundial. Fundado em 1999, sua missão é estimular a ampliação do conhecimento ambiental e a formação de uma consciência crítica sobre os problemas e soluções para o meio ambiente. Conforme Muniz, autor da monografia “Jornalismo Ambiental: conceitos e especificidades”¹² da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o jornalismo ambiental em sua complexidade resulta em uma “revolução do pensamento, uma mudança de mentalidade, uma transformação do conhecimento e das práticas educativas, para com isso construir um novo saber que oriente a construção de um mundo sustentável, democrático e menos desigual” (2009, p. 26).

É possível perceber que os jornalistas responsáveis pelo Ambientebrasil se preocupam em divulgar de forma satisfatória o fenômeno do aquecimento global, pois são produzidas por mês entre duas a quatro notícias/reportagens sobre o tema, visto que analisamos as postagens do portal no período de um ano.

¹¹ <https://noticias.ambientebrasil.com.br/> Acesso em: 03 de março de 2019

¹² <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/22309> Acesso em: 03 de março 2019

Acreditamos que justamente por se tratar de um veículo segmentado, tornam-se possíveis as mais variadas abordagens, diferente dos veículos tradicionais, que muitas vezes não suportam a demanda de acontecimentos ambientais ou nem ao menos são tratadas com a devida relevância, resultando em menos acesso a essas informações por parte do público. É raro que a informação que envolva meio ambiente esteja na coluna dos mais acessados, e um aspecto que explica em parte este ponto negativo, é que as informações ambientais ainda são tidas como secundárias ou de menos importância pelos leitores e pela própria mídia, resultando em um seguimento precário de vários assuntos incluindo o aquecimento global.

Vale salientar que a informação ambiental é considerada secundária pelos leitores não somente pelas formas de produção, abordagem e aprofundamento que a mídia proporciona, mas também pela cultura de desvalorização do meio ambiente ainda impregnada na sociedade. No online, estamos migrando de um modelo de distribuição em que a audiência está ativamente engajada para outro em que, segundo a pesquisadora de redes sociais Danah Boyd (2010, p. 28):

[A audiência] está periféricamente consciente da informação na medida em que esta flui, agarrando-a no exato momento em que é relevante, valiosa, divertida ou perspicaz. Para estar vivendo com, em e em volta da informação. A maior parte desta informação é informação social, mas algo desta é informação de entretenimento ou notícia ou informação produtiva.

Para Vilmar Berna, autor do artigo “Desafios para a comunicação ambiental”, que compõe a obra literária “Jornalismo Ambiental - desafios e reflexões”, o jornalista ambiental não deve se sentir total responsável da conscientização humana, até porque não consegue controlar o quê, quando e onde as pessoas vão ler. O dever é expor a informação de forma isenta, ética e profissional sem a intenção de escolher o leitor do conteúdo.

Os assuntos mais abordados pelo Ambientebrasil no período citado anteriormente, são as consequências do aquecimento global, como por exemplo suicídios, altas temperaturas, impacto na economia brasileira, poluição com plástico como agravante do fenômeno, entre outros. As pautas também englobam o estágio em que se encontra o aquecimento global, que são ricas em itens multimídia, o que nos faz chegar à conclusão de que veículos especializados neste segmento possuem uma

preocupação em explorar estes elementos de uma forma mais intensa que os tradicionais.

CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo não foi explicar o que é aquecimento global, até porque como futuros profissionais na comunicação não somos especialistas na área. Mas por estar em um curso de graduação, em que é necessário obter resultados para concluir as disciplinas propostas, foi necessário mostrar o trajeto percorrido para poder analisar com profundidade, as informações de outros profissionais que estão circulando sobre o tema em portais da *web* na mídia digital.

Diante disso, a questão central foi analisada, sendo possível concluir que as informações sobre o meio ambiente, mais precisamente as que enfatizam as mudanças climáticas e o aquecimento global, não têm o tratamento que necessitam. Essas informações precisam causar mais impacto, ter mais originalidade, e argumentação, para que tornem notícias que consequentemente formarão mais público.

Recursos como a utilização de elementos multimídia, que são fundamentais para notícias da *web*, podem ser usados para que se adquiram melhores resultados. Está na hora de nós seres humanos, mudarmos nossas ações em relação ao meio ambiente, já é hora de entender que o nosso planeta precisa da gente, assim como a gente precisa dele. A mídia desempenha a função de mediadora entre os indivíduos e a realidade, um papel fundamental para que essa mudança de postura aconteça.

REFERÊNCIAS

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-01/pais-cumprira-meta-de-reducao-de-gases-de-efeito-estufa-ate-2025-diz> Acesso em: 02 de maio de 2019

BERNA, Vilmar. **Como fazer educação ambiental**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

BOYD, Danah. **Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media**. Educause Review, 2010.

CANAVILHAS, J. **Contribution to an Online Journalism Language: Multimedia Grammar**. In Eugenia Siapera and Andreas Veglis (Ed.). *The Handbook of Global Online Journalism*, pp.353-372. West Sussex: Wiley Blackwell, 2012.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João. (org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 3-24.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. J. Zahar, 2012.

<https://www.emarketer.com/content/emarketer-unveils-latest-wordwide-social-users-estimate>
Acesso em: 25 de abril de 2019

<https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2015/06/por-que-o-papa-decidiu-falar-sobre-aquecimento-global.html> Acesso em: 28 de abril de 2019

FREIRE, G. **Educação Ambiental: princípios e práticas**. São Paulo: Gaia, 2003.

GONSALVES, C.W. **Os (Des) Caminhos do Meio Ambiente**. São Paulo: Contexto, 1993.

<https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/02/07/aquecimento-global-decada-pode-ser-a-mais-quente-da-historia-diz-agencia-britanica.ghtml> Acesso em: 15 de março de 2019

<https://www.infoescola.com/geografia/aquecimento-global/> Acesso em: 28 de abril de 2019

IVANISSEVICH, Alicia. **A mídia como intérprete**. In: Sergio Vilas Boas (org.). Formação & informação científica: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Ática, 2005.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LORENZ, M.; Kayser-Bril, N.; McGhee, G. “**News Organizations must become hubs of trusted data in a market seeking and valuing trust**”, Nieman Journalism Lab, em: <http://www.niemanlab.org/2011/03/voices-newsorganizations-must-become-hubs-of-trusted-data-in-an-market-seekingand-valuing-trust/>, 2011.

<https://m.folha.uol.com.br/amp/ambiente/2015/02/1590476-dez-anos-depois-protocolo-de-kyoto-falhou-em-reduzir-emissoes-mundiais.shtml> Acesso em: 07 de março de 2019

<http://www.mma.gov.br/florestas/comissao-nacional-de-florestas/reuni%C3%B5es/item/195-efeito-estufa-e-aquecimento-global> Acesso em: 28 de abril de 2019

MONTEIRO, David. **Comunicação 2.0: como o poder da web influencia decisões e desafia modelos de negócio**. Coimbra: Conjuntura Actual Editora, 2014

MUNIZ, C. (2009) **Jornalismo ambiental: conceitos e especificidades**. 2009. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

<https://noticias.ambientebrasil.com.br/> Acesso em: 03 de março de 2019

SALAVERRÍA, R. **Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental**, Estudios sobre el mensaje periodístico, 7, 383–395, 2001.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en internet**. Pamplona: Eunsa, 2005.

SONDRÉ, M. **Tempo e Acontecimento**. In: Barbosa, M.; Fernandes, Marcio; 2009.