
Síndromes e funções segundo Wilson Bueno no portal de notícias Um Só Planeta¹

Isabelle Souza SILVA²

Stella VICENTE³

Karol Natasha CASTANHEIRA⁴

Universidade do Estado de Minas Gerais, Frutal, MG

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise das matérias do portal de notícias brasileiros Um Só Planeta no período da Semana do Meio Ambiente do dia 05 de junho a 09 de junho, de acordo com as funções do jornalismo ambiental apresentadas por Wilson Bueno (2008): informativa, pedagógica e política, entendendo se o portal consegue produzir informações que transpõe as cinco síndromes: do zoom, do muro alto, da lattelização, das indulgências verdes e da baleia encalhada, descritas por Bueno como equívocos formidáveis que têm impedido o cumprimento das funções anteriormente apontadas.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo ambiental; jornalismo online; meio ambiente.

1. Introdução

Este artigo apresenta uma análise de matérias do portal de notícia brasileiro Um Só Planeta que reúne jornalistas de 19 marcas das empresas Globo, sendo estes o Valor Econômico, O Globo, Extra, Época, Época NEGÓCIOS, Galileu, Marie Claire, Quem, Crescer, Casa e Jardim, Globo Rural, Pequenas Empresas & Grandes Negócios, AutoEsporte, TechTudo, Vogue, Casa Vogue, GQ, Glamour e CBN, as matérias foram escolhidas pelas editorias divididas pelo site: Clima, Energia, Finanças, Sociedade e Biodiversidade, em destaque as matérias publicadas na Semana do Meio Ambiente, no período de 05 de junho a 09 de junho.

O período definido se deu por conta da relevância da data comemorativa criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) para chamar atenção a todas as da camadas

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do curso de Jornalismo da UEMG – Unidade Frutal, e-mail: isabellesouzasilva1@gmail.com

³ Graduanda do curso de Jornalismo da UEMG – Unidade Frutal, e-mail: stella.vic31@gmail.com.

⁴ Karol Natasha Castanheira. Professora do Curso de Jornalismo da UEMG – Unidade Frutal, e-mail: karol.castanheira@uemg.br

da população para os problemas ambientais e importância de se preservar os recursos ambientais. Assim, escolheu-se essa demarcação em vista de analisar as matérias divulgadas pelo portal em uma data histórica de grande destaque que se relaciona com a proposta do Portal de Notícias.

A relevância da pesquisa se encontra em analisar as notícias divulgadas por um portal que se propõe a “escrever um novo futuro para a Terra” e publicar apenas matérias de cunho ambiental. Dessa forma é importante identificar o discurso que esse portal leva a população já que este se configura com o objetivo de ser “o maior movimento editorial brasileiro para promover práticas sustentáveis e enfrentar a crise climática⁵”. Sendo assim, propõe avaliar nesse estudo se eles atingem as funções do jornalismo ambiental defendidas por Bueno (2008): informativa, pedagógica e política.

Outro ponto a ser analisado por esse artigo é como a narrativa jornalística é abordada, já que o meio ambiente é pauta, mas não ocupa espaços de grande destaque como aponta Dornelles e Grimberg (2012, p. 69):

O meio ambiente é pauta, mas em geral ocupa espaços periféricos e recebe uma abordagem com base nos critérios de raridade, espetáculo, beleza física, o inusitado, o inesperado e ações criminosas, principal tema da editoria de polícia. Entretanto, outros acontecimentos são noticiados sem que haja uma ligação visível com o meio ambiente, como é frequente nas editorias de economia ou política.

Sendo assim, será analisado um veículo que se propõe a dar o enfoque à diferentes editorias de modo que o destaque principal seja o meio ambiente, já que o Portal de Notícias visa tirar do foco daquela narrativa dramática, alarmista ou que reduz a cobertura ambiental a um olhar econômico, científico, político.

2. Fundamentação teórica

Esse estudo tem como base utilizar das funções do jornalismo ambiental abordadas por Bueno (2008), com relevância três delas: a função informativa que vem para explicar e informar as pessoas do ponto de vista da importância e relevância do impacto que seus hábitos de consumo têm. Isto é, diz respeito às informações que afetam diretamente a sociedade. Outra função abordada pelo autor é a pedagógica, “diz respeito à explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos (que incluem necessariamente a participação dos cidadãos) para a

⁵ ÉPOCA Negócios, fev. 2021.

superação dos problemas ambientais” (BUENO, 2008, p. 165-166) ou seja, a função que vai produzir códigos para explicar para a população sobre aqueles hábitos de consumo. Por último, ele elenca a função política descrita pelo autor como algo que seria capaz de promover uma mobilização por parte da população às questões de agravamento ambiental, principalmente aos impactos que empresas causam e que são ocultadas por parte dos governantes que tem interesses próprios, pois estes “não elaboram e põem em prática políticas públicas que contribuem efetivamente para reduzir a degradação ambiental” (BUENO, 2008, p. 36)

Para cumprir essas funções, Wilson Bueno vai afirmar que o jornalismo ambiental precisaria evitar algumas síndromes que tem impedido o cumprimento delas. A primeira delas é a síndrome do zoom que “tem a ver com o fechamento do foco da cobertura, a fragmentação que retira das notícias e reportagens ambientais a sua perspectiva inter e multidisciplinar” (BUENO, 2007a, p. 37), isto é, o foco da cobertura se desloca na narrativa ambiental e se reduz a cobertura ambiental a um olhar econômico, científico, político, entre outros.

A segunda delas é a síndrome do muro alto que “diz respeito à tentativa de despolitização do debate ambiental pela desvinculação entre a vertente técnica (comprometida com a perspectiva empresarial) e as demais vertentes (econômica, política e sociocultural), sendo assim, essa síndrome acaba dando respaldo para o discurso das elites, tornando o debate privativo a determinados grupos e excluindo os cidadãos comuns e determinados segmentos da sociedade civil nesse processo de tomada de decisões. Uma síndrome que dialoga com essa é a síndrome da lattelização, sendo esta, que reduz as fontes a apenas a produtores de conhecimento especializado, não abordando os afetados por aquela situação. Bueno (2008, p. 37) ainda diz que essas fontes “por viés do olhar ou em muitos casos por má índole, se tornado cúmplices de corporações multinacionais que pregam o monopólio das sementes ou fazem a apologia dos insumos químicos ou agrotóxicos, cinicamente chamados de defensivos agrícolas”

Por fim, outras duas síndromes citadas pelo autor são a das indulgências verdes, onde as empresas se autopromovem por meio do marketing verde, sendo ou para limpar as suas imagens, com slogans e campanhas publicitárias destinadas à manipulação da opinião pública ou então para propor soluções simples para a dramática questão ambiental e também a síndrome da “baleia encalhada” onde à “espetacularização da

tragédia ambiental, com a procura do inusitado e do esotérico e o recurso ao sensacionalismo” (BUENO, 2007a, p. 37).

4. Metodologia

A análise pretende comparar as matérias: todas publicadas na semana do meio ambiente, de 05 de junho de 2021 a 09 de junho de 2021 com as funções levantadas por Wilson Bueno (2007) em seu artigo *Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito*. Serão nove matérias na editoria de clima, uma matéria de Energia, sete matérias de Finanças, 13 matérias de Sociedade e por fim três matérias de Biodiversidade, totalizando 33 matérias a serem analisadas.

Para isso, a metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, que se mostrou pertinente para amostra de materiais coletados. A disposição desse tipo de análise se caracteriza por três fases: pré análise, exploração do material e análise e interpretação dos resultados. Portanto, será feita com base em uma amostragem de matérias retirada do site Um Só Planeta em um período de tempo previamente determinado. Em seguida, foi realizada uma organização e a classificação do material coletado na amostra e uma vez organizadas, todas as matérias foram submetidas a uma análise detalhada de seu conteúdo. A análise de conteúdo é definida como uma técnica para se realizar o tratamento de dados em uma pesquisa que por sua vez é voltada para uma descrição feita de modo quantitativo e qualitativo ao mesmo tempo, sistemático e objetivo de um conteúdo do âmbito das comunicações.

Aqui, essa análise foi feita utilizando-se da chamada “leitura flutuante” que para Bardin (2004) é o primeiro contato do analista com os documentos em estudo, que visa a obter “impressões e orientações” a respeito dos mesmos. Também segundo Bardin (2004), a análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplicam a discursos diversificados. O objetivo desse tipo de análise consiste na manipulação de mensagens, para que se possa enxergar mais além do que, aparentemente, está dito no texto.

Desse modo, essa pesquisa tem como objetivo identificar se o jornalismo ambiental realmente está reproduzindo conteúdo de relevância para o meio e de uma forma objetiva e correta. Assim, pretende-se mostrar se este conteúdo do site contempla as funções de Bueno: informativa, pedagógica e política. Além de apontar possíveis

falhas, isto é, as síndromes descritas pelo mesmo autor. Para isso, será feita a análise minuciosa de cada uma das 38 matérias selecionadas durante o período de amostragem dito anteriormente e através de procedimentos qualitativos deve-se chegar a uma conclusão sobre cada uma delas.

5. Análise

Foram selecionadas 33 matérias do site Um Só Planeta durante a Semana do Meio Ambiente de 2021 das editorias, dentre elas analisamos as categorias: Energia, Finanças, Sociedade e Biodiversidade. Concluímos que dentre a Semana do Meio Ambiente, analisada do dia 05 de junho a 09 de junho, havia nove matérias na categoria de Clima, uma matéria de Energia, sete matérias de Finanças, 13 matérias de Sociedade e três matérias de Biodiversidade.



Gráfico 1: Matérias Distribuídas no site

Fonte: Elaboração própria

A editoria intitulada “Clima” contava com nove matérias publicadas neste período. Destas, 66,6% contemplavam a função informativa e 33,3% a pedagógica. Ademais, foram observadas alguma das cinco síndromes apontadas por Bueno (2008) em 90% das publicações da editoria neste determinado recorte de tempo.

A primeira matéria da editoria é intitulada “Cidades dos EUA contratam especialistas no combate às mudanças climáticas”, a notícia de caráter pedagógico, vem para a explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais, aqui no caso a solução é plantar árvores para resolver o problema do calor em alguns lugares dos

Estados Unidos. A matéria citada apresenta a síndrome do zoom, pois a narrativa ambiental é até abordada, mas o foco da cobertura acaba se deslocando da narrativa ambiental e se reduz a cobertura ambiental política. A matéria propõe soluções simples para a problemática apresentada, sendo assim, a plantação de árvores e sombreamento das áreas dos pontos de ônibus, parece uma autopromoção dos condados de Miami Dade, na Flórida, promovendo a síndrome das indulgências verdes. Na matéria também não há fontes de pessoas da cidade que são vítimas daquela situação, focando apenas no discurso do especialista, promovendo a lattelização e o enfraquecimento da pluralidade de perspectivas tão necessária para o jornalismo ambiental

Com o título “Amazon, Disney, Google, Microsoft, Netflix, Salesforce, Unilever e Workday se juntam para combater a crise climática”, à primeira vista a matéria já traz em seu título uma economia afetiva, de caráter informativo, é bem rasa e não traz quase nenhuma informação profunda. A matéria perde seu foco narrativo e se desloca para o caráter mais econômico de forma a perder sua narrativa ambiental (síndrome do zoom) e engrandecer a empresa por suas medidas em combater a crise climática (indulgências verdes), em momento nenhum na matéria é explicado com detalhes o que é feito para combater essas mudanças e não tem profundidade em contextualizar o leitor.

Na terceira matéria da editoria “Incêndio em área úmida da Amazônia provoca perda de 27% das árvores em até três anos, aponta estudo”, encontramos a síndrome da lattelização e a síndrome do muro alto, a matéria informativa tem diversas fontes, mas nenhuma dialoga com pessoas que vivem naquela região e sentem o impacto, apenas pesquisadores, por conta desse mesmo fato, a matéria tem muitos dados que acabam tornando a matéria tecnicista, dificultando a leitura de um público mais diversos, trazendo conceitos que não são de fácil acesso.

Em “Transparência na cadeia: *startup* usa inteligência artificial para monitorar projetos que vendem créditos de carbono” verifica-se a presença de uma função mais informativa, nessa matéria que também está presente na editoria de Finanças, a síndrome que pode ser notada é a das indulgências verdes, mas de forma bem sutil, já que algumas empresas são destacadas em ser aptas ao projeto na frase do entrevistado. Assim, como o próprio destaque dado a empresa citada na matéria.

“Países da UE aprovam fundo bilionário para transição verde” é uma matéria presente tanto na editoria Clima quanto na editoria Finanças, de caráter novamente informativo, não traz nenhuma mobilização, a narrativa traz a síndrome das

indulgências verdes, pois exalta e propõe soluções simples demais para a problemática apresentada, colocando em pauta uma meta para o ano de 2050, como um dos planos de menor emissão de gases.

Na matéria “UFRJ lança plataforma para monitorar áreas queimadas no Pantanal, no Cerrado e na Amazônia”. É uma publicação bem curta, mas que não traz nenhuma das síndromes abordadas, com função pedagógica. Não foi vista a síndrome do zoom, já que a matéria tem foco na narrativa ambiental. A matéria tem fontes precisas e informa o cidadão de forma clara, não faz autopromoção de nenhuma empresa e não apresenta a baleia encalhada, visto que não há a espetacularização da situação do Pantanal.

“No Dia Mundial dos Oceanos, ONU alerta sobre importância dos recursos marinhos para a economia e a cultura”, a matéria que deveria ter um enfoque mais pedagógico, acaba sendo informativa, apresentando a síndrome do zoom, onde a perspectiva da narrativa se desloca do ambiental para tratar de um aspecto mais econômico, há uma preocupação e uma abordagem muito maior nesse aspecto, do que no aspecto cultural, por exemplo.

A matéria “Países precisarão superar impasses diplomáticos na Conferência do Clima para evitar eventos extremos” apresenta a síndrome do zoom, tirando o foco da narrativa para abordar um âmbito mais político, trazendo no fim da sua abordagem trechos como “Após quatro anos sob a batuta do negociante Donald Trump, os EUA, agora capitaneados pelo presidente Joe Biden”. Essa matéria tem um caráter pedagógico.

Novamente em uma das suas matérias, o portal parece propor um tema, dessa forma identifica-se a narrativa informativa em “Mesmo com pandemia, taxa de CO₂ na atmosfera atinge nível mais alto em 4 milhões de anos”, mas a matéria informa sobre o assunto, mas não o faz de forma crítica, não trazendo medidas que parecem mobilizar ou alterar hábitos de consumo (indulgências verdes). A matéria em diversos pontos traz termos e uma escrita que não a torna de fácil acesso para qualquer público, abordando a síndrome da lattelização.

Nomeada “Energia” a editoria conta com apenas uma matéria publicada neste determinado período. Desta forma, na matéria informativa “Fiat vai vender só carros elétricos a partir de 2030, mas filial brasileira não comenta os planos.”, apresenta a síndrome das indulgências verdes, por destacar o feito da marca fiat em só vender carros

elétricos. A narrativa ambiental é pouco vista, já que apenas destaca os feitos da marca apresentando a síndrome do zoom.

Na editoria de Finanças, o esperado é que a categoria de análise ambiental se mescle com a parte financeira, de modo a mostrar os impactos que isso pode causar no leitor. Conta com oito matérias publicadas no período escolhido. Sendo duas destas matérias, já tendo sido debatidas na editoria de Clima. Desse jeito, 87,5% contemplavam a função informativa, 12,5% a pedagógica e política. Analisando, foram observadas alguma das cinco síndromes apontadas por Bueno (2008) em 80% das publicações da editoria.

A primeira matéria da categoria “GM vai triplicar número de concessionárias para carros elétricos no Brasil” traz a mesma temática que foi vista na editoria de energia, sobre carros elétricos com a mesma abordagem informativa. A matéria é bem simples e traz quase as mesmas informações que a matéria vista em Energia, também apresenta a síndrome das indulgências verdes.

A segunda matéria “Setor de óleo e gás lança campanha contra a marca de roupas e acessórios The North Face”, novamente de narrativa informativa, a matéria traz a síndrome do zoom, pois não tem enfoque ambiental, mas sim, um enfoque bem mais econômico, sendo que este deveria estar em segundo plano. Não traz o impasse que ocorreu entre as duas empresas e nem demonstra porque é importante debater esse assunto e nem a mobilização que eles querem atingir com isso. Essa matéria também traz a síndrome do muro alto, pois torna o debate privativo a determinados grupos.

A terceira matéria “Amigos criam Vale Alimentação para orgânicos e movimentam R\$ 1,3 milhão”, a matéria traz a finança durante sua narrativa, mas sempre abordando o impacto ambiental e a importância de se promover um projeto, além disso, sempre explica sobre a proposta. A matéria por mais simples e objetiva tem um caráter político e pedagógico, mostrando de que forma o nosso consumo ser capaz de promover uma mobilização por parte da população as questões de agravamento ambiental.

Na quarta matéria “Gigante do petróleo BP está investindo US\$ 220 milhões em projetos solares nos EUA”, a matéria informativa, traz a síndrome do muro alto e das indulgências verdes, novamente usa-se desse espaço para discorrer mais sobre a imagem da empresa, do que sobre os impactos ambientais, além disso não abre o debate para outros grupos e só traz o ponto de vista da empresa (lateralização).

Já no dia 8 de junho de 2021, o portal publicou a matéria para a editoria Finanças e Sociedade. “Com programa de redução de resíduos, Arcos Dorados já eliminou 40% de plástico nos restaurantes”. A princípio pode-se pensar imediatamente na síndrome das indulgências verdes, que diz respeito à empresas que buscam promover o marketing verde para limpar suas imagens e propor soluções simples para o drama da catástrofe ambiental, conforme Bueno (2008) já ressaltava. O que realmente ocorre, ao afirmar que as iniciativas usadas foram a substituição de canudos e copos de plástico, eliminação das tampas de bebidas e a reformulação dos talheres, que podem ser vistas como simples demais para uma empresa desse tamanho e renome. Além dessa, há novamente a presença da síndrome da lattelização, que reduziu as fontes somente para o diretor corporativo da companhia, não ouvindo a opinião daqueles afetados por essa problemática, como, por exemplo, os clientes. As demais síndromes não foram notadas. Quanto às funções observadas temos que foi informada a relevância do problema abordado, com informações que afetam diretamente a sociedade, tanto quanto a questão da reformulação de embalagens, quanto seus impactos ambientais. Logo, confirma-se a função informativa.

A última matéria da editoria no período determinado foi “Desenhar algo que não será reinserido na cadeia ao ser descartado não faz mais sentido”, diz Ellen MacArthur em evento promovido pela sua organização”, as funções informativa e pedagógica são notadas na matéria, trazendo um conteúdo explicativo sobre um evento promovido pela fundação Ellen MacArthur. Mesmo sendo sobre um evento, a matéria traz em suas narrativas caminhos para a mudança, trazendo soluções para as problemáticas apontadas.

A editoria intitulada “Sociedade” contava com 13 matérias publicadas neste período. Destas, 61% contemplavam a função informativa, 76% a pedagógica e 46% a política. Ademais, foram observadas alguma das cinco síndromes apontadas por Bueno (2008) em 53% das publicações da editoria neste determinado recorte de tempo. Abaixo analisaremos mais profundamente como cada uma delas podem ser notadas nas matérias.

Em ordem de publicação, a matéria intitulada “Artigo da ‘Nature’ traz soluções de povos indígenas para a Antártida”. A matéria em questão conta com as funções informativa, ao trazer à tona a problemática de enxergar a Antártida como um local de exploração e fontes de recursos em vez de uma entidade com direitos e proteções;

política, ao insinuar a necessidade de políticas como a imposição de limites à caça, fechamentos de espaços de forma sazonal e proteção de habitats importantes para o manejo pesqueiro e uma melhor fiscalização para a preservação deste meio; e pedagógica, pois assim como indicou as políticas públicas necessárias também demonstra meios de incluir nações e povos com economias e perspectivas diversas para a proteção do continente.

Em seguida temos a matéria intitulada “Ilhas Seychelles convidam turistas a promoverem impactos positivos na natureza e na sociedade local”. Logo no início da publicação, no olho da matéria, é possível notar que o foco será convencer a população comum a ajudar em ações de fiscalização, limpeza de praias, compra de produtos locais e plantio de árvores no local em questão. Pode-se observar que a notícia visa promover de forma exagerada o turismo, usando ações simples demais tidas como soluções para grandes problemáticas ambientais, características das síndromes do zoom e das indulgências verdes, respectivamente, explicitadas por Bueno (2008). As demais síndromes não foram observadas.

Conta com as funções informativa, ao trazer à tona a problemática dos problemas ambientais enfrentados pelo local turístico e de que maneira eles afetam diretamente a sociedade; e pedagógica, pois busca indicar os meios pelos quais turistas podem ajudar na solução destes problemas, ainda que de forma simplista demais, como observado anteriormente.

A terceira publicação da editoria foi “Dossiê da beleza sustentável”. Ao longo da matéria são apontadas soluções simples que, mesmo sendo importantes, terão impacto mínimo para a problemática maior que eles representam, caracterizando assim a síndrome das indulgências verdes. Também pode ser observada a síndrome do zoom, pois a matéria retira o foco do debate ambiental para algo mais relacionado à beleza, ainda que perceptivelmente esse tenha sido o desejo desde o início. A matéria em questão conta com a função pedagógica, pois busca indicar produtos e rotinas de beleza como sendo pequenas e simples soluções para estas problemáticas.

Seguindo, há a matéria “Cientistas da USP criam índice para medir dietas saudáveis às populações e ao planeta”. Por se tratar de um debate científico há grandes chances de que cidadãos comuns não consigam entender a problemática de fato. Também pode ser observada a síndrome do zoom, pois o foco da notícia se volta mais para o âmbito nutricional e científico da problemática do que ambiental, de fato.

A matéria em questão conta com as funções informativa, visto que se trata de algo de interesse público, ao passo que o artigo noticiado observa hábitos da população; política e pedagógica, pois há a exposição de meios pelo qual essa população, com a ajuda da ciência, da mudança de hábitos e do índice estudado pelo pesquisador, pode se mobilizar para mudar o cenário da problemática ambiental, como por exemplo a emissão de Gases de Efeito Estufa.

A quinta publicação analisada é “Seis práticas para aproximar a sua rotina de beleza da causa ambiental”. A intenção novamente é dar dicas para ajudar a população comum a ajudar a transformar a rotina de beleza em uma ação mais sustentável. A partir disso podemos observar o modo o qual as práticas sustentáveis serão abordadas: de modo simples. Logo, é possível apontar a síndrome das indulgências verdes, visto que em nenhum momento da matéria são citadas maneiras realmente impactantes na mudança ambiental do planeta, apenas soluções simplistas para tamanhas catástrofes ambientais. Outra síndrome que se destaca nesta matéria é a lattelização, visto que a única fonte da publicação é uma especialista em beleza sustentável, que ao propor várias dicas sobre o assunto em nenhum momento consultou a população comum afetada pelo problema e que, segundo ela, deveria ser a responsável por praticar tais hábitos a fim de colaborar com a preservação do meio ambiente. Vale ressaltar que muitas das proposições da especialista são de certo modo elitistas, pois promovem o uso de produtos que muitas vezes são mais caros e fogem do orçamento de grande parte da população brasileira, o que caracteriza, portanto, outra síndrome, a do muro alto.

A matéria em questão não conta com as funções informativa e política, visto que não aprofunda as questões ambientais que visa evitar por meio do consumo consciente de produtos de beleza; há, no entanto, a função pedagógica, pois busca indicar produtos e rotinas de beleza como sendo pequenas e simples soluções para estas problemáticas.

Continuando, a matéria intitulada “Em live do Um Só Planeta, Trigueiro comenta desafios e soluções sobre a crise hídrica no Brasil”. Logo no olho da matéria é visto que o jornalista irá apresentar o problema da escassez hídrica e apontar soluções, o que de fato é mostrado ao longo da notícia. Além disso, também foram trazidas ao debate mostrado na matéria, as opiniões de leitores do portal Um Só Planeta. Desse modo, nenhuma síndrome foi observada.

Ademais, foram observadas todas as funções citadas por Bueno (2008), ao passo que a matéria informa os leitores da relevância e do impacto da problemática da crise

hídrica, algo que os afeta diretamente; explicita causas e possíveis soluções para o problema de modo a indicar caminhos pelo qual o cidadão possa participar; e é capaz de promover uma mobilização da sociedade perante esta temática. Fazendo válida, assim, as funções informativa, pedagógica e política, respectivamente.

A próxima matéria a ser analisada é intitulada “Quem somos” e trata de uma apresentação da equipe do Um Só Planeta. Dessa maneira, ainda que tenha sido publicada durante a Semana do Meio Ambiente, por não trazer um assunto de relevância ambiental, apenas institucional, para o portal, a publicação não pôde ser analisada dentro dos mesmos critérios abordados até agora.

No mesmo dia houve a publicação de “Horta em casa: dicas para criar a sua de maneira fácil e eficiente”. Seguindo os moldes das matérias com esse encaminhamento de dicas para ajudar na transformação do meio ambiente, há a presença das síndromes do zoom, pois desvia-se o foco da problemática ambiental, e das indulgências verdes, pois busca situações simples demais para resolver uma problemática muito maior, como é o caso do uso de agrotóxicos na indústria. O mesmo ocorre com as funções, pois há somente a presença da função pedagógica, que explicita, ainda que de maneira rápida, as causas, e propõe caminhos para a solução incluindo o cidadão comum.

Na matéria seguinte “Eficiência, governança e tecnologia: livro aponta caminhos para metrópoles mais sustentáveis” serão cientistas defendendo políticas mais eficientes e soluções com maior participação da população para lidar com as mudanças climáticas. A matéria conta com uma entrevista com pesquisadores, dando voz apenas a especialistas, o que caracteriza a síndrome da lattelização, mas como eles incentivam a participação do cidadão, não foi observada a presença da síndrome do muro alto, assim como as demais.

Há a presença marcante da função informativa, com dados relevantes que afetam diretamente a sociedade. Também há a presença da função pedagógica e política, ao passo que explicitam soluções que, como dito anteriormente, envolvem o cidadão, e podem promover uma mobilização social sobre o agravamento dessa questão ambiental do clima.

A última matéria publicada neste dia foi “Lixo orgânico é o alvo da vez na reciclagem” não foi observada nenhuma síndrome, ainda que desse indícios das indulgências verdes, pois cita uma empresa que realiza a coleta para 140 famílias da Tijuca. No entanto, a ação não é feita de modo a promover o chamado marketing verde,

mas sim seguindo o modelo de negócios promovido por um projeto desenvolvido pela comunidade Chico Mendes.

As funções informativa, pedagógica e política são notadas na matéria que traz conteúdo relevante e explicativo sobre a problemática do lixo orgânico, assim como mostra caminhos para a mudança por parte do cidadão comum e é algo capaz de promover mobilização da população em geral.

No dia 9 de junho a primeira matéria da editoria foi “Menina de 4 anos é a mais nova "agente verde" da Comlurb por limpar praias do Rio” foi notada a síndrome das indulgências verdes, ao passo que promove órgãos que praticam o marketing verde, propondo soluções simples para problemas ambientais catastróficos. Ademais, cumpre com as duas das três funções ao informar a sociedade sobre o problema do descarte de lixo, mostrar de que maneira podem ajudar, ainda que minimamente. No entanto, deixa de cumprir a função política pois não demonstra de que maneira grandes empresas são responsáveis por esses impactos no meio ambiente.

A matéria “Homem recria Mount Rushmore com lixo eletrônico para chamar atenção de líderes do G7 para problema” é uma notícia simples sobre um fato marcante. Não foi observada a presença de nenhuma das síndromes. Já quanto as funções é notada a informativa, pois tratava-se de um fato relevante sendo abordado, e política, pois demonstrou claramente os impactos causados pela problemática em questão e que geralmente são ignorados por líderes mundiais, além de ser um ato de mobilização. Não há a presença da função pedagógica por não incitar a participação do público indicando causas e soluções.

A última matéria da editoria “Biodiversidade” neste presente recorte é “Não existe Planeta B: o papel das organizações na construção de um mundo sustentável”. Tratava-se da divulgação de uma live a ser realizada pelo portal, onde apontaria soluções para reconstruir o planeta de um jeito melhor. Por esse motivo, não pôde ser analisada dentro dos critérios aqui propostos.

Já a editoria denominada “Biodiversidade” contava com 3 matérias publicadas neste período de tempo. Destas, todas contemplavam a função informativa, porém nenhuma delas a pedagógica e política. Ademais, foram observadas pelo menos uma das cinco síndromes apontadas por Bueno (2008) em todas as publicações da editoria neste determinado recorte de tempo, em especial a síndrome da lattelização. Abaixo analisaremos como cada uma delas podem ser notadas nas matérias.

Com o título “Manada de elefantes selvagens descansa na China após viajar mais de 500km” a publicação apresenta a síndrome da lattelização, pois mesmo citando que há uma parte da população sendo prejudicada por este problema, não os traz como fontes. Já quanto as funções, pode-se notar a presença da informativa, ao informar as pessoas sobre o ponto de vista e sobre a relevância do impacto que esta problemática terá na sociedade.

Seguindo, temos a publicação “Exploração marinha aumentou proliferação de algas nocivas no planeta”. A matéria sofre com a síndrome da lattelização ao trazer somente a opinião de especialistas e cientistas, sem ter como fontes aqueles que sofreram com o problema em questão. Isso influencia diretamente na síndrome do muro alto, que também pode ser observada pois exclui o cidadão comum do debate. Por não se propor meio de mobilização da população sobre o agravamento dessa questão ambiental, nem explicitar causas e soluções para a mesma, a matéria não possui as funções política e pedagógica, somente informativa.

Por fim, temos a matéria “Canadá investe recorde de US\$ 535 milhões para recuperar salmão selvagem do Pacífico” peca na questão de não ouvir fontes que são afetadas diretamente com este problema, caracterizando a síndrome da lattelização. Quanto as funções, somente é identificada a informativa, pois mostra a relevância da problemática do aquecimento global na sociedade que depende dessa cultura.

6. Considerações finais

No levantamento realizado foi constatado que 75% das 33 matérias contavam com a função informativa, 42% com a pedagógica e 21% com a política. Quanto as síndromes, 100% possuíam algum tipo. Dentre elas, em 30% das publicações foram constatadas a síndrome do zoom, em 18% a do muro alto, 36% tinham a síndrome da lattelização, 45% a das indulgências verdes nenhuma delas a da baleia encalhada. Apenas não foi encontrada nenhuma das funções ou síndromes em duas ocasiões específicas.

Desse modo, entende-se que na editoria “Clima”, foram abordadas temáticas importantes, mas não fomentavam a participação e mobilização por parte da população, da mesma forma, ocorreu na categoria de “Energia” que meramente foi abordada e na de “Finanças” que na maioria das matérias trouxe um enfoque muito mais econômico do que ambiental. Na editoria “Sociedade” nem todas as matérias cumpriam com

funções que envolvessem aquilo que a nomeia, fechando os olhos para o cidadão e de que maneira ele poderia participar da mudança. Já na editoria “Biodiversidade” percebeu-se uma tendência do uso recorrente da função informativa em detrimento das outras duas, ao passo que todas as matérias também não ouviram as opiniões daqueles afetados pelas problemáticas abordadas.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além dos conceitos**. Desenvolvimento e Meio Ambiente. n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007a.

CANDEÓ, Monica. **Jornalismo Ambiental: reflexões sobre as funções e características da produção textual**. Centro Universitário Santa Amélia. 2019.

EDITORA Globo, Globo Condé Nast e CBN lançam movimento editorial para enfrentar a crise climática. **Época Negócios**, cidade de publicação, 01, fev, 2021. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Um-So-Planeta/noticia/2021/02/editora-globo-globo-conde-nast-e-cbn-lancam-movimento-editorial-para-enfrentar-crise-climatica.html>>. Acesso em: dia, mês e ano.