
O Geopark Araripe e o Impacto no Jornalismo Ambiental da Região do Cariri¹

Yanne VIEIRA Barbosa²

Ivan SATUF³

Rafael Celestino SOARES⁴

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

RESUMO

Decorrente da necessidade de um jornalismo engajado nas causas ambientais, esse trabalho apresenta a análise de notícias dos principais veículos de comunicação da região do Cariri Cearense que noticiaram o meio ambiente de modo geral entre o período de (2006-2016), remetente aos dez anos de fundação do Geopark Araripe, que é o primeiro Geoparque das Américas e único do Brasil. A partir dessa pesquisa, quali-quantitativa, buscou-se analisar a frequência e a abordagem desses temas, observando seus recortes, e principalmente a temática do Geopark Araripe. Concluiu-se a partir dos dados, que o jornalismo precisa continuar buscando novas formas de interação com a temática ambiental, assumindo a responsabilidade de incitar o debate e promover a capacitação dos jornalistas locais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; geoparque; meio ambiente; pesquisa

INTRODUÇÃO

O presente trabalho surgiu da inquietação em relação às pautas ambientais no jornalismo regional. As pautas não possuem profundidade temática, sendo vítimas do factual e das datas comemorativas. Além disso, não possuem engajamento ambiental numa região contemplada com a Chapada do Araripe e o com o primeiro Geoparque das Américas e único do Brasil.

Esse artigo promove uma análise do jornalismo ambiental na região do Cariri Cearense entre os anos de 2006-2016, a partir da implementação do Geopark Araripe, que é reconhecido como um território UNESCO e faz parte do Programa Mundial de Geoparques. Abrangendo seis municípios e contendo nove sítios de valor histórico,

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da UFCA-CE, e-mail: yanne-144@hotmail.com

³ Professor do curso de Jornalismo da UFCA, e-mail: ivan.satuf@ufca.edu.br

⁴ Orientador adjunto do trabalho. Professor do curso de biologia da URCA-CE, e coordenador do setor de geoconservação do Geopark Araripe, e-mail: rafaelcsoares@yahoo.com.br

cultural, geológico e arqueológico, o Geopark se atenta à geoeducação, geoconservação e geoturismo, concebendo a comunicação social como uma grande aliada para a propagação desses territórios, além de cessar os paradigmas do Nordeste como uma região pobre.

Para tanto, delimitaram-se três vertentes iniciais de reflexão: O Jornalismo Especializado em Meio Ambiente, Imprensa e Meio Ambiente, Geopark Araripe e Jornalismo Ambiental.

Referencial Teórico

O jornalismo especializado tem papel de orientar o indivíduo dentre as inúmeras informações dispostas na mídia. É, portanto, “uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas” (ABHIAY, 2000, p. 5) Essas especificidades também aproximam um determinado público com afinidades de interesses em uma área ou tema, contudo, essa comunicação é dificilmente encontrada fora dos cadernos especializados. O que vemos hoje é um ‘jornalista geral’ cobrindo todas as áreas de um veículo de comunicação, talvez em razão das graduações focarem em muita coisa que, no fundo, são apenas noções (ABRAMO, 1988). Por isso, o jornalista ficou com fama de ser um especialista em generalidades.

No Brasil, somente após a Conferência Rio 92, se inicia o desenvolvimento de um jornalismo com pautas voltadas ao meio ambiente juntamente com os cadernos e editoriais especializados nos assuntos globais. Segundo Arnt:

Houve uma emergência das questões ambientais no Brasil no final dos anos 80, estimulada de fora para dentro. Isso gerou da parte dos editores de jornais, dos donos dos jornais, que devem ser entendidos como agentes fundamentais da modernização do Brasil, no sentido de que a imprensa exprime o discurso dos formadores de opinião pública, fora do Estado, que carregam um sentimento de modernização nacional e tentam agendar as aspirações nacionais para tentar mudar as coisas. Houve um sentimento de contrariedade muito grande de quem ignorava esses temas (e continua a ignorar até hoje e continua tratando com má vontade), por ter sido obrigado a mexer com isso por força das pressões internacionais. (ARNT, 1994, p.73-74).

A especialização do jornalismo na área ambiental, ou jornalismo ambiental, segundo Bueno (2007), desempenha inúmeras funções, dentre as quais se destacam três: 1) a função informativa, 2) a função pedagógica, e 3) a função política. A função

informativa consiste na necessidade do conhecimento (pelos cidadãos) sobre os temas ambientais como: hábitos de consumo, poluição da água e do ar, desmatamento, queimadas e a perda da diversidade. A função pedagógica utiliza caminhos para a superação dos problemas ambientais e explana as causas e possíveis soluções para os mesmos. A função política encontra-se na mobilização dos cidadãos para denunciar a irresponsabilidade das empresas que vendem o “marketing verde”, e que na verdade são extremamente nocivas ao meio ambiente e que visam apenas o lucro, como explica Pressler (2012, p. 122): “A questão ambiental passava a fazer parte do planejamento estratégico das grandes empresas e seria uma questão de tempo, que qualquer empresário incluísse a ‘política verde’ em seus negócios”.

O Jornalismo ambiental assume uma característica de responsabilidade com o futuro do meio ambiente, e com a seguridade dos bens naturais para as futuras gerações, permitindo o diálogo com todos os membros da sociedade.

O Jornalismo Ambiental deve potencializar o diálogo entre o catedrático e o pescador, entre o agrônomo e o trabalhador rural, o mateiro e o biólogo e não deve estigmatizar a sabedoria dos pajés. As fontes no jornalismo ambiental devem ser todos nós e sua missão será sempre compatibilizar visões, experiências e conhecimentos que possam contribuir para a relação sadia e duradoura entre o homem (e suas realizações) e o meio ambiente. (BUENO, 2007, p.36)

Portanto, o jornalismo ambiental pode ter papel inovador em aproximar os conhecimentos científicos dos conhecimentos populares, demonstrando a valorização de ambos e a importância inerente a cada um.

Imprensa e Meio Ambiente

Considerando-se as reflexões de Trigueiro (2002), entende-se que os veículos de comunicação em massa cada vez mais detêm todos os conteúdos em suas programações, sendo grandes influenciadores de hábitos, padrões de consumo e comportamento. A televisão, considerada o meio mais influente de todos os veículos de comunicação, alcançou os resultados mais significativos em termos de abrangência e prestígio. Observe-se ainda que:

Em 1996, estimava-se que sete em cada dez domicílios em todo o mundo possuía um aparelho de televisão – um número muito maior que os do que possuíam telefone”. [Esse índice foi subindo conforme o número de emissoras disponíveis, programações, e canais específicos para públicos específicos.] Com isso, a televisão reforçou a sua posição como principal meio de comunicação de massa depois do rádio, que ainda é mais essencial nas áreas rurais da Ásia, África e América Latina. (BUCHT,; VON FEILITZEN, 2002, p. 20).

O termo meio ambiente ainda é uma questão complexa não só para a mídia, mas para a população no geral, por ainda ser limitado à flora/fauna e não compreender grande parte dos interesses da mídia. Desse modo, é notório a falta de preparo dos jornalistas em temas mais aprofundados. A Amazônia é alvo dessa imagem do “fazer parecer” ao invés de mostrar “aquilo que se é”. Mesmo com toda a globalização e informação rápida, ainda é possível encontrar falhas nas comunicações referentes à caracterização da floresta, principalmente relacionadas a erros interpretativos (propositais, ou não) nas abordagens sobre o misticismo das tribos, as lendas regionais, o conceito de cidade, dentre outros.

Não é de hoje que as pessoas no Brasil e no exterior possuem em seu imaginário impressões sobre a Amazônia, tanto visões que se aproximam das lendas e folclores, como as que se ajustam à complexidade socioambiental da região da atual sociedade globalizada. No entanto, há uma sensação de que os conteúdos dos meios de comunicação tendem a contribuir com um imaginário estereotipado. (FILHO; GOULART, 2011, p.17).

As empresas de comunicação sempre tiveram claros interesses apenas em notícias que dão audiência, como explicita Barbosa (2010, p. 53) “é o critério do índice de audiência que define o valor da inserção comercial, que irá garantir, ou não, se um programa terá sucesso de público ou se, em caso contrário deverá passar por reformulações ou ser tirado do ar”. Um jornalista especializado, muitas vezes, tende a ser submisso às políticas da própria redação.

Empresas têm interesses objetivos, inserem-se em articulações, dependem de financiamento, publicidade, tecnologia e aceitação social. Não é fácil sustentar organizações desse tipo sobre a individualidade de jornalistas apaixonados pela própria missão e pelas próprias carreiras. (LAGE, 2001, p.38)

Talvez a necessidade do jornalista em trazer pautas que interessem a população e, simultaneamente, dar audiência para a emissora, pode constituir uma barreira entre o conhecimento e a noticiabilidade.

Geopark Araripe e o Jornalismo Ambiental

Segundo Soares et al. (2015 p.103), “Geoparques correspondem a territórios nos quais se dispõem sítios caracterizados, sobretudo, pelos valores inerentes ao patrimônio geológico”. Contudo, os geoparques também procuram combinar o patrimônio natural com o desenvolvimento sustentável em forma de atividades econômicas locais, estratégias de geoturismo e ações de educação ambiental para fomentar a valorização e conservação desses ambientes (SOARES et. al. 2015).

O Geopark Araripe, localizado no Nordeste do Brasil, entre os estados do Ceará, Piauí e Pernambuco, é o **primeiro Geoparque** das Américas e do hemisfério sul reconhecido pela GGN (*Global Geoparks Network*).

Abrangendo um território composto por seis municípios da Região do Cariri, tem por vitrine principais 9 geossítios: Batateiras (**Crato**), Cachoeira de Missão Velha e Floresta Petrificada (**Missão Velha**), Colina do Horto (**Juazeiro do Norte**), Parque dos Pterossauros e Pontal de Santa Cruz (**Santana do Cariri**), Pedra Cariri e Ponte de Pedra (**Nova Olinda**), Riacho do Meio (**Barbalha**), totalizando uma área de 3.796 km² (Ver figura 1). Cada um destes geossítios possuem uma geodiversidade (GRAY, 2004) associada, com destaque para a existência da Bacia Sedimentar do Araripe, famosa internacionalmente pelas suas ocorrências fossilíferas, especialmente as do Período Cretáceo.

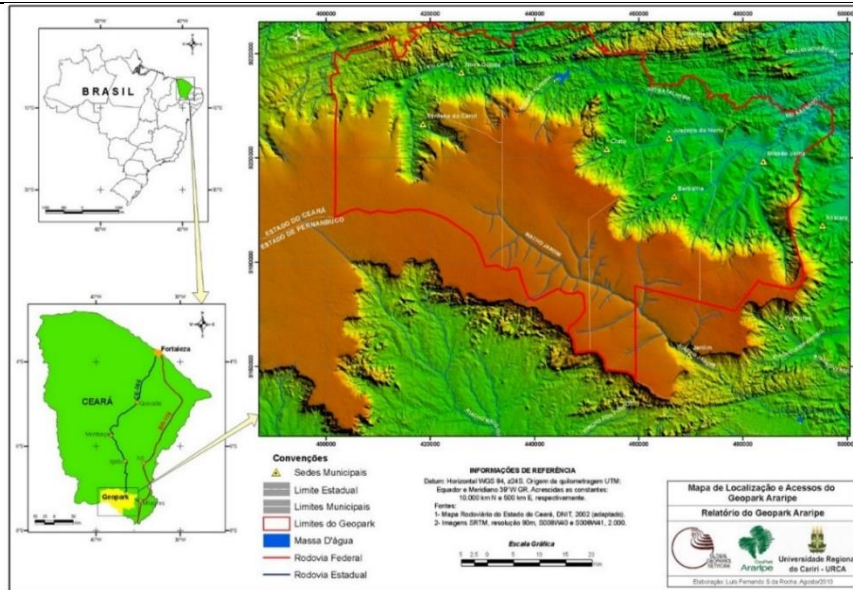


Figura 1: Mapa esquemático do território do Geopark Araripe.
Fonte: Arquivo interno do Geopark Araripe.

O Geopark Araripe é estruturado por três pilares fundamentais: geoeducação, geoconservação e geoturismo. “É nesse contexto que se apresenta o Geopark Araripe, um território vivo e dinâmico de pensamentos e projetos” (LIMA *et al.*, 2012).

Para a ciência, o Geopark é detentor de um laboratório a céu aberto, pelas riquezas paleontológicas, arqueológicas, geológicas, culturais e históricas. A comunicação na região ainda é limitada em relação à divulgação do próprio território. Em termos de televisão, existe uma empresa de comunicação local, a *TV Verde Vale*, e a *TV Verdes Mares*, filiada da Rede Globo. A respeito de conteúdo da web dispomos do *Site Miséria*, em impressos a *Cariri Revista*, e jornais como *O Estado* e o *Diário do Nordeste*, que atingem todo o Estado do Ceará.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O tratamento metodológico do tema analisado centrou-se numa busca sistemática de informações e publicações veiculadas sobre meio ambiente na região do Cariri, considerando para isso a inserção dos termos “Geopark Araripe” e “Chapada do Araripe” em sistemas de buscas online e nos acervos físicos da Revista Cariri utilizamos.

Os parâmetros adicionais da pesquisa se concentraram no intervalo de tempo a partir de 2006 (ano de reconhecimento do Geopark Araripe como geoparque global da

UNESCO) até 2016, mapeando uma década. As publicações foram separadas por temáticas no intuito de analisar os seguinte eixos: investimentos, descobertas, eventos, turismo e outros. Cada um desses eixos foi explorado para se perceber o tipo de linguagem do jornalista, o tempo da reportagem, e a abordagem dos temas, se é um tema factual, ou se existe uma atemporalidade, podendo definir-se como matéria especial.

RESULTADOS

A partir de um acesso realizado no dia vinte do mês de agosto ao site da TV Verde Vale - emissora local do Juazeiro do Norte, pertencente à Fundação XV de Agosto -, pode-se perceber que quando utilizado o mecanismo de pesquisa com a palavra-chave “Geopark”, constam apenas cinco notícias (fig.2):



Figura 2- Imagem do print screen realizado em 20 de agosto, quando da consulta sobre notícias relacionadas ao termo “Geopark”.

Fonte: Reprodução web

As notícias contêm um grande espaço de tempo entre si e grande parte delas relatam eventos importantes para a região do Cariri, envolvendo o Geopark Araripe.

Curiosamente, o que acontece nas matérias relacionadas quando se utiliza a terminologia “Chapada do Araripe” (figura 3) é que o geoparque não é mencionado, mesmo sabendo-se que a Chapada do Araripe está inserida e é componente do território do Geopark Araripe (Governo do Estado do Ceará, 2012). Possivelmente, isso aconteça

em razão da Chapada do Araripe ser uma das referências mais antigas da região, e o Geopark só aparecer em 2006.

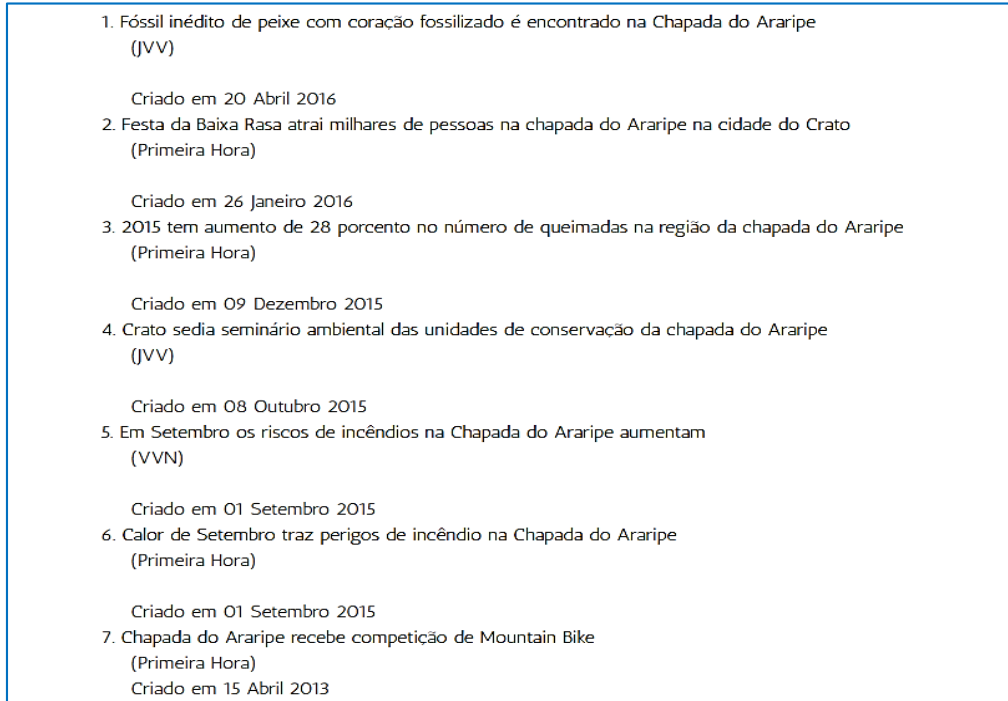


Figura 3 - Imagem do print screen realizado em 20 de agosto, quando da consulta sobre notícias relacionadas ao termo “Chapada do Araripe”.

Fonte: Reprodução web

Nota-se que as notícias não têm aprofundamento na temática do geoparque, no que tange à explicação do que caracteriza esse conceito enquanto território, mesmo em matérias mais específicas que destacam aspectos ambientais da região que, em teoria, teriam uma aproximação natural que condicionaria a menção ao Geopark Araripe. As matérias estendem-se numa média de dois minutos e trinta segundos, com uma linguagem rápida e acessível da parte dos repórteres. Já na fala dos convidados (nos casos aplicáveis) ainda se ouve um pouco do lado científico nas explicações, porém, de uma forma superficial. Isso não converge com o conceito de jornalismo ambiental que tem pelo menos quatro características comuns: a noção de risco, temas associados a processos longos, a incerteza científica e a complexidade técnica (GARCIA, 2006). Pelas experiências com reportagens em campo, relatadas pelos pesquisadores do Geopark Araripe, partiria do próprio profissional jornalista a sugestão para simplificar a parte mais acadêmica/científica, muitas vezes suprimindo detalhes importantes.

A seguir, podem ser observados diversos gráficos relacionados à compilação de notícias sobre o tema “Geopark Araripe”. Dentro dessa perspectiva, foram definidos os subtemas: investimento, turismo, descobertas, eventos e outros. Nos veículos de comunicação com maior visibilidade no Estado, pode-se perceber a seguinte distribuição de notícias em ordem nacional, estadual, regional e local.



Gráfico 1: Quantidade de notícias sobre o Geopark no G1 entre os anos 2011 e 2016.

Fonte: Elaborado pelos autores

A análise do portal G1 seguiu o padrão de descobertas científicas, com maior índice de notícias nos anos de 2014 e 2015. Considerando a pesquisa feita a partir do ano 2006, as notícias relacionadas ao Geopark Araripe só aparecem a partir de 2011.

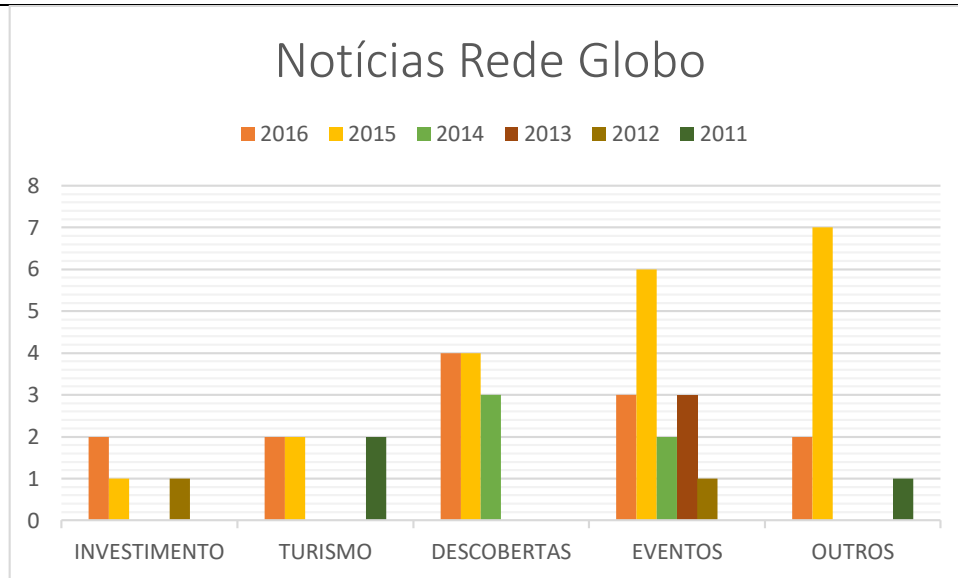


Gráfico 2: Quantidade de notícias na Rede Globo sobre o Geopark entre os anos 2011 e 2016

Fonte: Elaborado pelos autores

Nota-se que em todos os anos, com exceção de 2011, “eventos” foi a categoria mais noticiada, tendo grande parte das suas notícias concentradas em 2015.

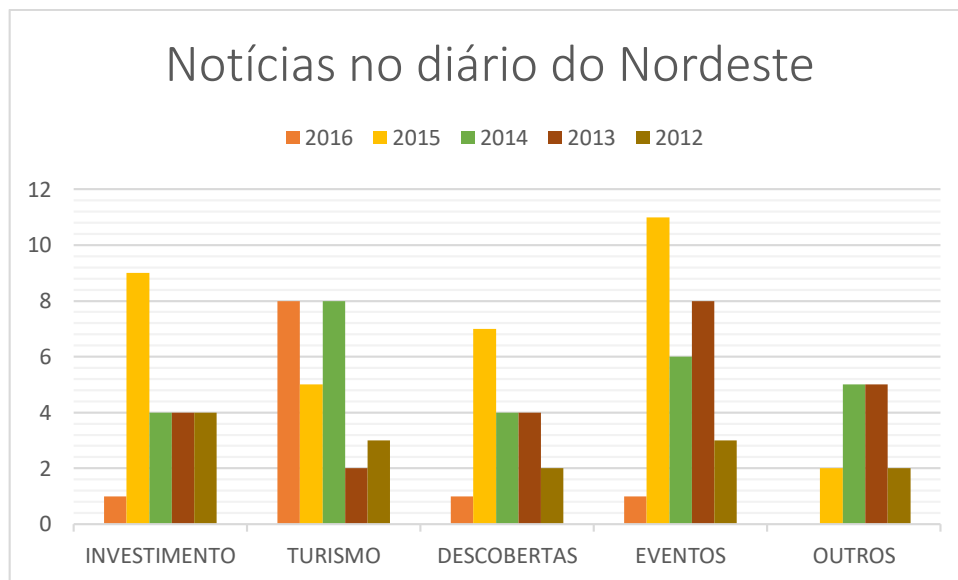


Gráfico 3: Quantidade de notícias no Diário do Nordeste sobre o Geopark entre os anos 2012 e 2016.

Fonte: Elaborado pelos autores

Nota-se que o *Diário do Nordeste* tem um fluxo grande de notícias sobre o Geopark principalmente entre os anos 2014 e 2016, que prestigiaram mais descobertas científicas e eventos, e foi o único que teve a maior quantidade de notícias.

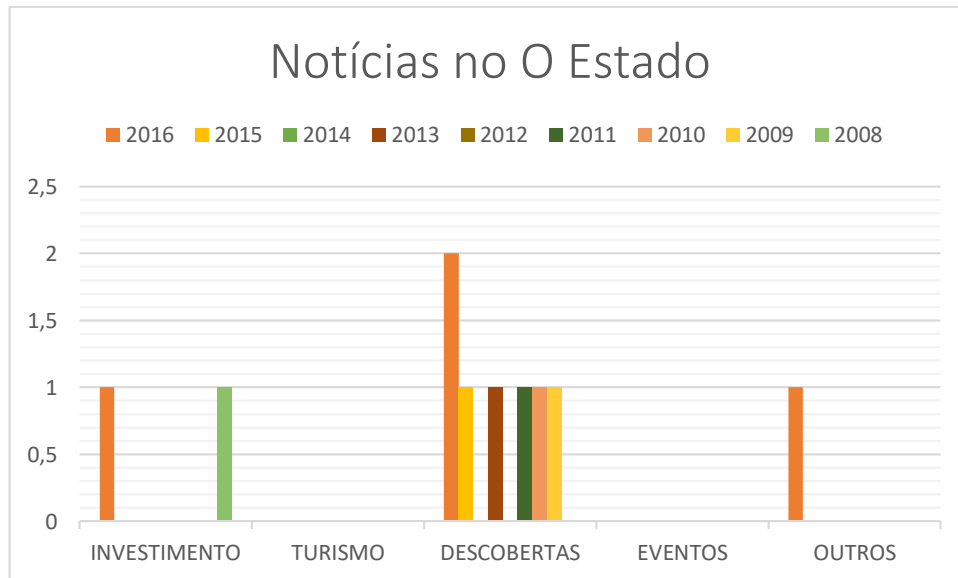


Gráfico 4: Quantidade de notícias no O Estado sobre o Geopark entre 2008 e 2016

Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se que nas categorias ‘turismo’ e ‘eventos’ não houve nenhuma notícia ou nota relacionada aos assuntos, somente a categoria ‘descobertas’ teve um espaço no jornal.

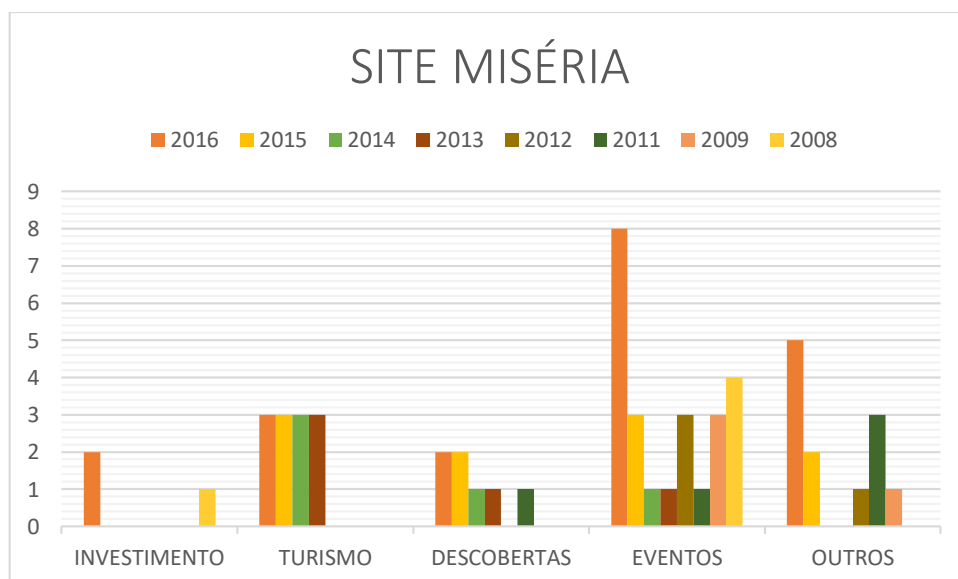


Gráfico 5: Quantidade de notícias sobre o Geopark Araripe entre os anos 2008 e 2016 publicadas no site Miséria

Fonte: Elaborado pelos autores

Um dos dados mais significativos da pesquisa foi a quantidade de notícias que surgiram no *Site Miséria* – site da região do Cariri que tem um grande fluxo de notícias policiais e notas de serviço. O veículo noticia o Geopark Araripe desde 2008, mesmo que contendo uma linguagem simples e sem aprofundamento científico. O *Miséria* possui audiência relevante em setores da população do Cariri.

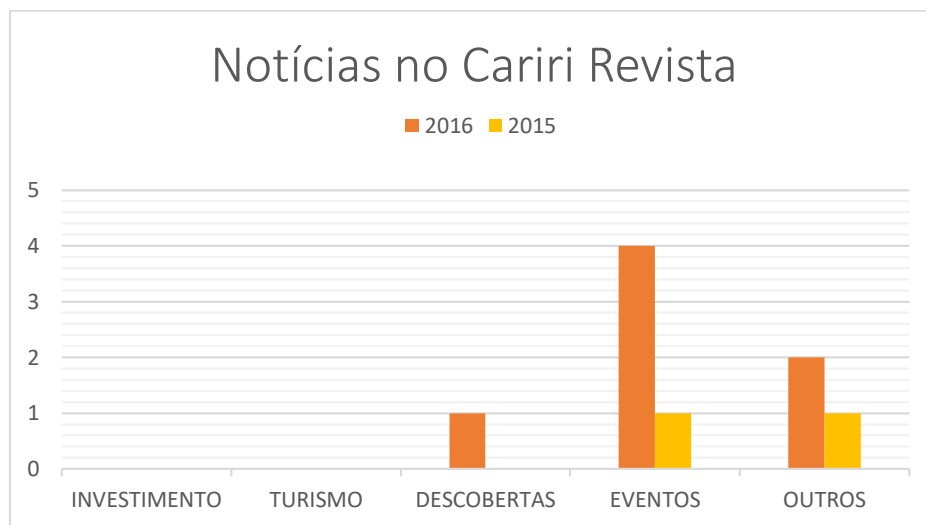


Gráfico 6: Quantidade de notícias produzidas pela Cariri Revista sobre o Geopark Araripe entre 2015 e 2016

Fonte: Elaborado pelos autores

Embora seja um veículo de comunicação novo na região do Cariri, os números apontam um grande interesse na área ambiental. A revista também conta com uma coluna denominada “Cariri Sustentável” que não possui periodicidade regular, mas conta com matérias de responsabilidade ambiental e com foco no Geopark Araripe.

CONCLUSÃO

Mesmo não possuindo jornalistas especializados na área ambiental, a criação do Geopark Araripe fez subir significativamente o número de publicações voltadas para o meio ambiente. Todos os meios de comunicação pesquisados noticiaram entre 2014 e 2016 pelo menos uma das descobertas mais importantes da região, que foram: a nova espécie de caranguejo de água doce e o fóssil da ave mais antiga do Brasil. Em relação

aos eventos, entre 2015 e 2016, todas as notícias foram voltadas para as comemorações anuais do Geopark Araripe.

O jornalismo acompanha as descobertas e eventos relevantes, mas não se aprofunda em explicá-las de modo completo e sim na superficialidade do assunto, tanto por ter seu tempo relevantemente reduzido, como a importância do factual, explicando desse modo o número de notícias factuais envolvendo o Geopark Araripe. A região do Cariri é um potencial que necessita ser explorado midiaticamente, para tanto esperamos uma mídia engajada nas causas ambientais e que incentive a preservação do patrimônio histórico, cultural e geológico.

REFERÊNCIAS

- ABIAHY, A. C. A. **O jornalismo especializado na era da informação**,. 2000. p.5.
- ARNT, R. Imprensa discrimina o meio ambiente. **Relatório do laboratório ambiental para imprensa realizado no Vale do Ribeira/SP**. Fundação SOS Mata Atlântica: São Paulo, 1994. p.73-74)
- BACCI, D.C. et al. Geoparque – estratégia de geoconservação e projetos educacionais. **Revista do Instituto de Geociências – USP**, v.5, p.7-15, 2009
- BARBOSA, S. H. V. **TV e Cidadania**. São Paulo: All Print, 2010
- GOMES, L. F. **Cinema Nacional: caminhos percorridos**. São Paulo: Ed. USP, 2007.
- BUCHT, C., VON FEILITZEN, C. **Brasília: UNESCO\Ministério da Justiça\SEDH**, p.20, 2002
- BUENO, W. C., **Comunicação empresarial e sustentabilidade**. Barueri, SP: Manole, 2015, p.19-52.
- ABRAMO, C.. **A regra do jogo**. Companhia das letras. 1993
- FARSANI, N.T.; COELHO, C.; COSTA, C. Geotourism and Geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural áreas. **International Journal os Tourism Research**, v.13, p.68-81, 2011.
- GARCIA, R. **Sobre a Terra: um guia para quem lê e escreve sobre meio ambiente**. Lisboa/Portugal: PúblicoComunicação Social, 2006.
- GIACOMINI FILHO, G.; GOULART, E.. Amazônia: comunicação no contexto da websfera. In: MALCHER, Maria A; SEIXAS, Netília S. dos A.; LIMA, Regina L. A. de: AMARAL FILHO, Otacílio. **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, 2011.
- LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. 3. Ed. Florianópolis: Insular, 2001, p.38

LIMA, F.F., FEITOA, J.R.M., SANTOS, F., PEREIRA, S.M., SARAIVA, A.A.F., RIELD, T., MELO, J.P.P. & FREITAS, F.I. **Geopark Araripe: histórias da Terra, do meio ambiente e da cultura**. Crato, CE: Universidade Regional do Cariri, 2012, 170p.

PRESSLER, N. **Comunicação e Meio Ambiente: Agências de Cooperação Internacional e Projetos Socioambientais na Amazônia**. Belém: UNAMA; Manaus: UEA, 2012.

SOARES, R. C., FREITAS, F. I, SEEMANN, J. Geopark Araripe: com K(ara) de Kariri. In: Seemann, J.; Ribeiro, S.C.; Soares, R.C.. (Orgs.). Geografias do Cariri cearense. 1ed. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2015, v. 1, p. 103-109.

TRIGUEIRO, A. **Mundo Sustentável**. São Paulo. Editora: Globo, 2015.

WWF-Brasil; IEB. **Manual de comunicação e meio ambiente**. São Paulo. Peirópolis. 2004. P.117