

## **Jornalismo e Meio Ambiente: compreender para apoiar<sup>1</sup>**

João Vicente SILVA<sup>2</sup>

Joyce Carelli FREITAS<sup>3</sup>

Macarena MAIRATA<sup>4</sup>

Carlos Fábio Morais GUIMARÃES<sup>5</sup>

Faculdade Martha Falcão, Manaus, AM

### **RESUMO**

Este paper tem como objetivo apresentar os processos que levaram a equipe à produção laboratorial em videojornalismo sobre a temática ambiental. O produto fez parte da avaliação parcial da disciplina Jornalismo e Meio Ambiente, ministrada no segundo semestre de 2014, no qual se buscou refletir acerca da função do jornalismo e como a área da comunicação pode auxiliar na divulgação eficaz sobre este tema tão importante na atualidade. Por meio da produção de vídeo sobre a arborização na cidade de Manaus, procurou-se ampliar a consciência da sociedade sobre o meio ambiente com a ideia de que para apoiar é necessário, antes de tudo, compreender.

**PALAVRAS-CHAVE:** vídeo; meio ambiente; jornalismo; divulgação científica.

### **1 INTRODUÇÃO**

Os meios de comunicação de massa, conhecidos como meio de comunicação tradicionais, desempenham um papel relevante na formação da opinião pública no que tange à temática ambiental. Eles são responsáveis pela ampla difusão de informações e, de certa forma, possuem uma obrigação de contribuir para uma sociedade mais compreensiva da realidade.

Entretanto, esta temática ainda não conseguiu se consolidar na sociedade e, muitas das vezes, é retratada na mídia, pelo jornalismo, somente por aspectos como tragédias, catástrofes ou algum fenômeno natural que interfira no desenvolvimento humano. Ou seja, o Meio Ambiente ainda não é “pauta” jornalística, sendo caracterizado, quando não nos itens citados anteriormente, apenas nos megaeventos ambientais como Rio-92, Kyoto no Japão e, mais recentemente, no Rio+20.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, na modalidade JO-06 Produção Laboratorial em videojornalismo e telejornalismo (avulso, conjunto ou série)

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da FMF/DeVry, email: [jvicentesilva@gmail.com](mailto:jvicentesilva@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da FMF/DeVry, email: [jcfreitas@gmail.com](mailto:jcfreitas@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 7º período do Curso de Comunicação Social da FMF/DeVry, email: [macarenamairata@gmail.com](mailto:macarenamairata@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da FMF/DeVry, email: [cfguima@gmail.com](mailto:cfguima@gmail.com)

Conforme afirma Bueno (2009) o jornalismo brasileiro se ressentido de várias síndromes que penalizam a qualidade cobertura ambiental, como o sensacionalismo, o uso quase exclusivo de autoridades como fontes ou mesmo a fragmentação do olhar em virtude da sua segmentação em editoriais.

Ao direcionarmos nosso foco para TV, por trabalhar com imagens, afirmamos ser um poderoso instrumento de comunicação. Como afirma Paternostro (2006, p.67), “estamos num mundo comandado por imagens, que por causa das tecnologias estão cada vez mais presentes em nossas vidas”. Entretanto, também é comum verificarmos que o espaço destinado à pauta ambiental é ínfimo se observarmos a grade da programação e, quando se abre, geralmente são em horários de pouca audiência, como nas madrugadas ou no início das manhas.

Nesse sentido, a disciplina Jornalismo e Meio Ambiente buscou a reflexão sobre o papel do jornalismo no Meio Ambiente. Como se pode fazer com que a sociedade compreenda melhor os conceitos de Meio Ambiente, além do senso comum ao afirmar que se trata apenas de floresta e animais? Procurou encontrar formas de fazer compreender para apoiar.

Buscamos, então, por meio da produção do vídeo, ampliar a consciência da sociedade sobre o meio ambiente com a ideia de que para apoiar é necessário, antes de tudo, compreender.

## **2 OBJETIVO**

Produzir um vídeo sobre a problemática da arborização. Manaus é a capital do Estado do Amazonas e denominada pela cientista Berta Becker como o coração da Amazônia. A vegetação da capital é coberta pela floresta Amazônica. Com uma flora diversificada, abriga vários tipos de plantas. A cidade é tida como a "Capital Ambiental do Brasil", pelo seu notável recurso natural, no entanto, cerca de 9,6 mil hectares de área verde, nos limites urbanos do município, estão desmatados ou em estado de degradação ambiental, correspondendo a 22% da área urbana manauense, segundo pesquisas do Sistema de Proteção da Amazônia (Sipam).

### **3 JUSTIFICATIVA**

A mídia emprega uma linguagem adequada ao nível de compreensão das massas. Para Bueno (2009), a divulgação sobre meio ambiente passa também pelo conceito de divulgação científica quando afirma que:

Por divulgação científica entende-se aqui o trabalho de comunicar ao público, em linguagem acessível, os fatos, os princípios da ciência, dentro de uma filosofia que permita aproveitar os fatos jornalisticamente relevantes para explicar os princípios científicos (...) Cabe ao divulgador torna-los interessante (REIS apud BUENO, 2009, p.163)

Por isso a comunicação assume um papel relevante, tendo uma obrigação de contribuir para uma sociedade mais integrada com seu meio ambiente e comprometida no intuito de compreender a realidade para construir um ambiente mais equilibrado. Capra (1996) destaca que há a necessidade de uma educação ampla e profunda, promotora de sensibilização, para melhorar as atitudes humanas que se ligam à complexidade do planeta.

Reconectar-se com a teia da vida significa construir, nutrir e educar comunidades sustentáveis, nas quais podemos satisfazer nossas aspirações e nossas necessidades sem diminuir as chances das gerações futuras (CAPRA, 1996, p. 231).

Daí a justificativa deste produto, ou seja, o desafio de aumentar o número de pessoas “ecologicamente alfabetizadas” e fazer do espaço social, um local adequado de viver em harmônico com todos os sistemas de vida. Entender isso e a participação da TV na construção desse perfil é de grandiosa importância, dado a fragilidade da vida, na comunidade da Terra.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a produção do vídeo em videojornalismo “Jornalismo e Meio Ambiente: compreender para apoiar” utilizou-se como base teórica os conceitos de Bueno nos artigos: “Jornalismo Ambiental: explorando além do conceitos”; outro artigo do autor foi o Jornalismo Científico: revisando conceitos, no livro jornalismo científico e desenvolvimento sustentável, de Victor (2009), indicados pela professor mestre Carlos Fábio Guimarães, durante o sexto período do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade Marta Falcão/Devry (FMF).

O referencial teórico citado baseou as discussões iniciais sobre a escolha do tema. Foi necessário cada integrante do grupo fazer pesquisas sobre a temática, além das visitas na biblioteca da faculdade para obter outras pesquisas bibliográficas para melhor compreensão sobre a reportagem.

A partir da busca bibliográfica, a equipe foi a campo aplicar a técnica de entrevistas para a elaboração do produto.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A equipe se reuniu por três vezes para realizar o trabalho. Na primeira reunião acertamos o tema, o assunto, dias de filmagens, quais as pessoas que seriam entrevistadas, os locais onde iríamos filmar.

O tema ARBORIZAÇÃO surgiu das discussões em torno da preservação da natureza e a responsabilidade ambiental, questão muito debatida informalmente em Manaus. Para comentar sobre o assunto decidimos ouvir pessoas que não estavam na mídia todos os dias, elaboramos um roteiro para facilitar na captação de imagens praças, ruas e avenidas, o trânsito e o centro de produção de mudas da Secretaria Municipal de Meio Ambiente.

Dividimos a equipe em pauteiro, editor e cinegrafista. Fomos a campo para a segunda fase, entramos em contato com a assessoria de comunicação da Secretaria de Meio Ambiente da Prefeitura de Manaus, órgão responsável pela arborização das ruas, praças e logradouros públicos da cidade. Três dias depois tivemos a resposta positiva para as filmagens nas dependências do órgão e uma entrevista com a senhora Rosimeire Bianco, diretora de arborização e paisagismo. No mesmo dia fomos ao centro da cidade captar imagens e entrevistas para cobrir o *off*. Conseguimos cinco sonoras e boas cenas, isso levou quase todo o dia.

O resultado foi o a produção de um vídeo com 3' e 20'' (três minutos e vinte segundos) sobre a arborização. A câmera utilizada foi a DSLR Nikon D3200, pois, proporciona imagens de boa qualidade e em alta definição.

A edição foi feita no adobe CS6. A intenção da matéria foi mostrar para a população que, não é só plantando árvores aleatoriamente que se resolve os problemas climáticos de uma cidade ou um país. É necessário planejamento, um espaço para as árvores crescerem

num ambiente adequado, que o apoio da comunidade é um grande aliado para a preservação do meio ambiente e uma cidade mais arejada e, acima de tudo, qualidade de vida.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Observando, ainda de forma superficial, a produção de informações sobre o meio ambiente, verificamos que a cobertura na TV é realizada de forma fragmentada. Por achar que não “dá” audiência, este meio de comunicação não prioriza a temática ambiental. Entretanto, para iniciar uma ação de consolidação do tema na sociedade é preciso, antes de tudo, que a sociedade compreenda a importância da temática, para, em seguida, buscar apoiá-la. Não tomar conhecimento apenas por tragédias, mas sim, de forma mais educativa e esclarecedora para que se possa consolidar os conceitos ambientais, não apenas relacionando com floresta ou animais, mas sim com tudo que vive ou situa em nosso entorno.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**BUENO, W. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito.** São Paulo, 2009

**CAPRA, Fritjof. A teia da vida.** São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

**PATERNOSTRO, V. O texto da TV: manual de telejornalismo.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

**VICTOR, C; CALDAS, G. Jornalismo Científico e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: All print editora, 2009

**WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.