
Meio Ambiente e Discurso: A opinião jornalística em editoriais de A Crítica¹

Gabriel Veras Cabral de SOUZA²

Maria Sandra CAMPOS³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

Resumo

Não é possível explicar o mundo em que vivemos sem considerar os impactos crescentes de uma mídia cada vez mais onipresente, sofisticada e instantânea. Os jornais impressos, por sua vez, tiveram papel relevante nesse processo de massificação da informação. No jornalismo, a opinião é a chave para entender o alcance da atuação dos meios de comunicação no campo argumentativo e tem relevante participação no processo de formação e consolidação da opinião pública. A questão ambiental, por sua vez, adquire um papel central na nossa sociedade e, nesse contexto, a abordagem ambientalista assume uma significação político-econômica, um conflito de interesses entre as grandes camadas sociais e o Poder instituído. A imprensa, no que lhe diz respeito, desempenha um papel primordial na mediação desse conflito, uma vez que carrega consigo um poder de mobilização das massas. Como periódico de maior circulação e um dos mais tradicionais da região Norte, o jornal A Crítica, de Manaus, é também um dos mais influentes do país. O presente trabalho busca, portanto, analisar editoriais jornalísticos que abordam questões ambientais e foram veiculados em 2016 pelo jornal A Crítica, examinando em que proporção o senso comum se contrapõe à discursividade estabelecida nesses editoriais. Neste artigo, nos concentraremos nos seguintes editoriais: “Respeito ao meio ambiente”, de 12 de abril de 2016 e “Respeito à natureza e às pessoas”, de 04 de agosto de 2016.

Palavras-chave: Jornalismo Opinativo; Editorial; Meio Ambiente; Análise do Discurso; Jornal Impresso.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 24 a 26 de junho de 2019.

² Estudante do sétimo período da Graduação em Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFAM. E-mail: <mailto:gavcabral@live.com>

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFAM. E-mail: <mailto:mariasandracampos@gmail.com>

Sobre as estruturas do jornal impresso

O jornal impresso, embora tardio na Amazônia, é um veículo de comunicação consolidado e de forte repercussão popular (LUFT, 2005). Da mesma forma, o meio ambiente entrou na pauta das grandes discussões globais, principalmente em relação à Amazônia (TRIGUEIRO, 2003). Assim, se faz evidente a relevância da abordagem dos periódicos acerca das temáticas ambientais e do debate sobre essa abordagem, a fim de medir de que forma a opinião do jornal reflete a opinião pública e em que proporção o ponto de vista do jornal contribui para a consolidação de conceitos socialmente aceitos sobre o meio ambiente e temáticas afins.

Tal como qualquer outro empreendimento comercial, o jornal impresso também depende das margens de lucro para manter a viabilidade financeira do negócio. Por outro lado, tem por dever jornalístico noticiar os fatos relevantes de forma imparcial. Segundo Charaudeau (2006), o plano econômico interfere diretamente na produção informacional que as mídias produzem. Assim, há grande probabilidade de que esse conflito de interesses também afete pautas relacionadas ao meio ambiente, de forma que a opinião expressa pela imprensa reflita, em alguma medida, os interesses privados de seus anunciantes, autoridades regionais e do próprio veículo, além de legitimar uma visão estereotipada sobre a ambiência.

A opinião como gênero jornalístico

Há uma confusão geral quanto ao conceito de jornalismo (LAGE, 2014). O teórico português Nelson Traquina admite: “definir o que seja jornalismo é missão que exige muito tempo e amplas abordagens” (2004). Grande parte das definições amplamente aceitas de jornalismo, no entanto, relacionam a prática do jornalismo à notícia. Essa relação, como apontado por Marques de Melo (2003), não contempla a amplitude de produções jornalísticas contemporâneas. Para além da notícia, os gêneros jornalísticos estão cada vez mais consolidados.

Lia Seixas, no livro “Redefinindo os gêneros jornalísticos”, defende que os estudos dos gêneros jornalísticos refletem as preocupações das teorias do jornalismo, sendo divididos por um critério-chave: função ou finalidade, que pontuariam exatamente o elemento de definição de cada unidade discursiva produzida pela indústria jornalística.

“A grande diferença que existe entre as noções de função, finalidade, fim comunicativo, atitude e propósito é o grau de coletividade e cultura profissional embutida na ação discursiva do jornalista. Enquanto as linhas sociológicas vêm a função como organizacional, as linhas mais próximas da Retórica trabalham com a noção de intencionalidade reconhecida intersubjetivamente”. (SEIXAS, 2009, p. 42)

Dessa forma, pode-se afirmar que há uma variedade de gêneros que extrapolam o simples caráter informativo conferido ao jornalismo. Dentre eles, apresenta-se o gênero opinativo, alvo da presente pesquisa. Por mais que sempre se usem notícias como gancho, nos textos opinativos a notícia não é a prioridade, mas sim o convencimento, “no sentido de obter adeptos para uma ideia, impondo-se como expressão de uma verdade” (MARTINS, 2009).

O editorial é o gênero jornalístico que “expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão do momento” (MELO, 2003). Para Juarez Bahia, o editorial “pode ser uma notícia, como defendem pesquisadores, mas é uma notícia qualificada, com conteúdo oposto ao da informação, ou além dela, e sendo crítica, emissora de ideias e de juízos de valores”. Apesar de apresentar estrutura informativa, o editorial tem estilo persuasivo e linguagem direta, o que leva Bahia a classificá-lo como notícia engajada, “porque geralmente se envolve em busca de definição e escolha” (1990).

Editoriais e opinião líquida

Bahia também ressalta que o editorial surge em um momento em que os veículos passam a reservar “um espaço próprio à apresentação, formulação e sustentação de suas posições de princípios” (1990). À isso, Maria Angélica Seabra Rodrigues Martins acrescenta que os editoriais seriam, portanto, “uma visão política, doutrinária e crítica que se firma na manifestação de um partidarismo ideológico, mantendo-se até que a notícia, conquistando seu papel nos meios de comunicação de massa, sobrepôs a informação à opinião” (2009).

Sendo representação da “opinião da empresa”, o editorial reflete, segundo Raúl Rivadeneira Prada (1977), os jogos de interesses caracterizados pelas “relações de propriedade” das instituições jornalísticas:

“Além dos acionistas majoritários, há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os

cofres da organização através da compra de espaço, além de braços do aparelho burocrático do Estado que exerce influência sobre o processo jornalístico pelos controles que exerce no âmbito fiscal, previdenciário, financeiro”. (MELO, 2003, p. 135)

Dessa forma, Marques de Melo apresenta o editorial como um espaço de contradições, dadas as articulações no sentido de conciliar os diferentes interesses por trás do cotidiano das redações jornalísticas. Além disso, com base no ensaio de Carlos Eduardo Lins da Silva⁴ sobre a flacidez das sociedades civis na América Latina, Marques de Melo conclui que “embora se dirijam formalmente à ‘opinião pública’”, os editoriais veiculados nas mídias e grandes empresas jornalísticas, na verdade, “encerram uma relação de diálogo com o Estado” (2003).

Se levarmos em consideração o caráter conjuntural da opinião jornalística presente nos editoriais, podemos classificá-la como opinião líquida, fazendo referência aos estudos do sociólogo polonês Zygmunt Bauman sobre a modernidade líquida. Para Bauman, os tempos são “líquidos” porque tudo muda muito rapidamente e nada é feito para durar, para ser “sólido”. Para o professor David Harvey, há uma falta de profundidade intencional na sociedade pós-moderna:

“A fragmentação, a indeterminação e a intensa desconfiança de todos os discursos universais ou (para usar um termo favorito) ‘totalizantes’ são o marco do pensamento pós-moderno. [...] O pós-moderno assinala a morte dessas ‘metanarrativas’, cuja função terrorista secreta era fundamentar e legitimar a ilusão de uma história humana ‘universal’. Estamos agora no processo de despertar do pesadelo da modernidade para o pluralismo retornado do pós-moderno, essa gama heterogênea de estilos de vida e jogos de linguagem que renunciou ao impulso nostálgico de totalizar e legitimar a si mesmo”. (HARVEY, 2007, p. 19-20)

A opinião expressa por um veículo, o que Marques de Melo destaca como representação de um conchavo, um consenso informal entre as forças de influência nos veículos, pode ser altamente variável conforme mudem essas forças de influência. O que se defende institucionalmente hoje pode, sem escrúpulos, ser o que se repudia no dia seguinte, bastando apenas que se mude a pressão exercida por um dos poderes que exerce influência sobre a linha editorial de um veículo.

⁴ SILVA, Carlos Eduardo Lins da. América Latina: Estado, sociedade civil e meios de comunicação de massa. in. Cadernos Intercom. n. 3. São Paulo: Cortez, 1982.

Influência sobre a opinião pública

Mesmo dirigindo-se à opinião pública, nos anos 1970 José Nabantino Ramos apontava que “os editoriais são lidos por menos de 10% dos leitores”. Alan Viggiano⁵ apontou, então, algumas razões para tal despreço por parte do público, das quais, algumas delas persistem, segundo Marques de Melo: os temas abordados não provocam interesse no leitor, tomando posicionamentos sobre política, economia e administração e deixando à margem problemas que correspondam aos interesses cotidianos dos leitores, como trabalho, saúde e educação. E por mais que eventualmente se trate desses temas nos editoriais, “nunca são tratados na sua essência” (2003). Luiz Beltrão (1980) acrescenta “o anacronismo ou a superação das páginas onde os editoriais se localizam”⁶. Segregar o conteúdo opinativo em uma única página constitui, segundo Beltrão, num erro de concepção no modo de “expressar a opinião do editor”.

Este, todavia, não é problema exclusivo dos editoriais, mas sim dos jornais diários brasileiros, que assumem uma postura elitista e não se preocupam com as questões fundamentais do público, mas tratam de despistá-las (MELO, 2003). O próprio Viggiano (1970) revelou que a eliminação dos editoriais não é uma medida que conta com a aprovação dos leitores, que encontram no editorial uma janela que oferece “melhor ideia dos fatos nacionais e internacionais”. Afinal, os editoriais são parte relevante dos jornais, que ainda figuram como o meio “mais completo” e de “maior credibilidade”, como apontou Lourival Sant’Anna:

“O jornal dá sentido à informação de uma maneira que a maioria dos outros meios – a exceção é a revista semanal – não dá. E isso é considerado importante, sob o pano de fundo do bombardeio cotidiano de informações fragmentadas. Em alguma medida, graças à sua periodicidade de 24 horas, o jornal parece ocupar uma posição privilegiada na cesta de opções de meios de que o público dispõe. O jornal não é “quente” demais, como o rádio, a televisão e a Internet, identificados como superficiais e fragmentários. Também não é ‘frio’ demais, como as revistas, de que muitos se queixam por darem voltas demais antes de chegarem ao ‘x’ da questão. Ele é objetivo sem ser raso e reflexivo sem ser evasivo”. (SANT’ANNA, 2008, p. 21)

⁵ VIGGIANO, Alan. Crise do editorial gera desinteresse entre os leitores. in. Cadernos de jornalismo e comunicação. n. 24. Rio de Janeiro: Jornal do Brasil, 1970.

⁶ In MELO, José Marques de. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

Assim sendo, os editoriais jornalísticos atuam, para o público geral, como referência pública das opiniões defendidas pelas empresas de jornais e para a esfera governamental como pauta demandada por um *stakeholder* (grupo de pressão), influenciando a tomada de decisões político-administrativas.

Mídia e meio ambiente

É importante ressaltar que o debate em torno dos problemas ambientais nem sempre esteve atrelado à opinião pública. A pauta ambiental só começou a ganhar importância na década de 1990, com a realização, no Rio de Janeiro, da Conferência do Clima das Nações Unidas, popularmente conhecida como Rio 92. Nesse contexto, ganha-se também espaço nos meios de comunicação, que começam a produzir matérias e reportagens sobre a ambiência. Estes materiais, no entanto, ganham um caráter cada vez mais sensacionalista e alarmista. Os próprios grupos ambientalistas começam a adotar estratégias e atividades cada vez mais midiáticas.

Celso Campos denuncia que ao se consolidar quanto ao público, o discurso ambientalista foi apropriado e desvirtuado pelos meios capitalistas:

“Assim, a expressão ‘sustentabilidade’, que simbolizava todo esse mega projeto ambiental, ganhou escala nos meios de comunicação, tornando-se conhecida no mundo inteiro. Por isto mesmo, percebendo que, no fundo, o que se pretendia era reduzir os grandes lucros da operação capitalista responsável pela destruição da vida no planeta nos últimos 300 anos, e percebendo que o termo caíra no gosto popular, os paladinos do neoliberalismo trataram de ‘unir-se ao inimigo’ porque não ficava bem combatê-lo. Afinal, não existe capitalismo sem consumo e não existe consumo sem clientes que ‘acolham’ não só os produtos, mas, principalmente, a marca que os representa no mercado mundial. Por isto a ideia de ‘sustentabilidade’ foi rapidamente incorporada à própria ideia de exploração capitalista, voltada para a exploração da natureza até os seus últimos suspiros desde que o lucro da empresa seja ‘sustentável’”. (CAMPOS, 2012, p. 06)

O pesquisador canadense Robert Cox, estudioso da comunicação ambiental, traz uma importante abordagem relacionando os discursos e a ideologia ambiental. Cox reconhece as crenças sobre a natureza - como o discurso bíblico, por exemplo - como princípio gerador da comunicação ambiental, reconhecendo que cada mensagem ambiental é percebida de pontos de vista distintos e, logo, recebe uma significação diferente.

A comunicação ambiental se traduz em um viés teórico e outro prático. “Deve ser entendida como um campo de conhecimento acadêmico específico, que propõe a análise das mensagens da mídia relativas ao meio ambiente e seus efeitos na sociedade”. Deve-se, a fim de realizar um estudo adequado, levar em consideração aspectos políticos, econômicos e culturais, os quais são intrínsecos à mídia e constroem os mais diversos ‘tons’ que se conferem ao mesmo assunto em diferentes abordagens. Sendo a técnica aplicada, fica claro ao receptor as informações que se quer passar (ANDREONI et. al., 2008).

Cox acredita que a habilidade da sociedade de responder apropriadamente às mensagens ambientais relevantes ao bem estar tanto da civilização humana quanto dos sistemas naturais biológicos é desenvolvida justamente pela comunicação ambiental, não podendo ser descartada, portanto, a influência e a confluência midiática manifesta sobre a ambiência (COX, 2010). De acordo com ele, somente a partir de uma análise crítica do discurso midiático quanto ao meio ambiente se é possível observar a atuação do Poder por trás dos discursos relacionados à ambiência, além das distorções causadas pelo conflito de interesses.

Tendo isso em vista, podemos partir para a análise dos editoriais publicados.

Respeito ao Meio Ambiente

O primeiro editorial a ser analisado, “Respeito ao Meio Ambiente”, publicado no dia 12 de abril de 2016, aclama uma iniciativa da empresa Rio Limpo, instalada na Zona Franca de Manaus (ZFM), que “compra material reciclável recolhido por associações de catadores que atuam na capital”. O texto usa o exemplo da Rio Limpo para criticar a falta de “consciência” da população, motivo pelo qual, segundo o jornal, a indústria da reciclagem não consegue se estabelecer em Manaus.

O editorial afirma que:

“Mais importante que programas oficiais, a cidade precisa desenvolver consciência ambiental, de forma que os cidadãos tenham plena consciência da importância de reciclar e dar ao lixo uma destinação adequada. Mas, para chegar a esse ponto, um longo caminho precisa ser percorrido. O nível de consciência da população quanto ao meio ambiente se reflete nos altos gastos da prefeitura com a limpeza dos igarapés que cortam a cidade, por exemplo. A Secretaria Municipal de Limpeza Urbana (Semulsp) gasta até R\$ 1 milhão

mensalmente para tentar manter os igarapés limpos, o que, sabemos, não consegue”.

Apesar de pesquisas comprovarem a baixa adesão à reciclagem em Manaus (somente 03% de todos os resíduos descartados na cidade são reciclados, segundo a Semulsp), esse não é um fenômeno isolado. O relatório Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil aponta que apenas 03% de todo o lixo produzido no país é reciclado. Apesar do texto insistir na falta de “consciência” da população manauara, ainda há uma insensibilidade geral quanto à reciclagem no Brasil.

Milton Santos defendeu em “A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção” que a “natureza sofre, antes de mais nada, um processo de instrumentalização, tornando-se um processo social e, com isso, desnaturalizada” (CUNHA, 2009). O texto do editorial, ao defender que “mais importante que programas oficiais”, os cidadãos são os maiores responsáveis pelos índices mínimos de reciclagem cria uma sensação de *mea culpa* estatal, mitigando a responsabilidade das autoridades públicas no tratamento responsável dos rejeitos urbanos.

Ao reproduzir a ideia de que, não importando os investimentos públicos na coleta seletiva do lixo, há uma falta de interesse da população, o jornal ignora o fato de que, segundo a própria Semulsp, o serviço de coleta seletiva atende apenas 12 dos 63 bairros de Manaus. Por mais que houvesse interesse, o que o periódico nega, não há atendimento à grande maioria da população manauara.

Respeito à Natureza e às Pessoas

O segundo editorial, “Respeito à natureza e às pessoas”, do dia 04 de agosto de 2016, por sua vez, retoma o “jornalismo preventivo” atribuído ao jornal por Schirley Luft em sua dissertação de mestrado. Luft (2005) defende que o jornal A Crítica tende a se manifestar “de forma mais preventiva e menos conflituosa” sobre meio ambiente e a Amazônia.

No texto, o periódico critica o sistema deficitário de energia na Amazônia, mas destaca que a construção da hidrelétrica no rio Tapajós ocorreria a um custo “dos mais altos”.

A lógica do texto parece bem simples. Primeiro, apresenta-se um problema:

“A Amazônia precisa de energia proveniente de fontes limpas. Desde sempre a região vive um eterno apagão, com municípios sendo atendidos precariamente

por usinas térmicas altamente poluidoras. É preciso encontrar uma solução para isso. Trata-se de um pré-requisito para o progresso”.

Em seguida, apresenta-se uma possível solução:

“Se é um fato que a região precisa de energia, outro fato é que não precisamos de uma hidrelétrica no rio Tapajós, no Pará. O Amazonas se beneficiaria diretamente do projeto, uma vez que o empreendimento seria integrado ao Linhão de Tucuruí, e aumentaria a disponibilidade energética no sistema.

Seria energia abundante, com potência de 8 mil megawatts, capacidade suficiente para atender mais de 20 milhões de domicílios, o que colocaria a usina entre as maiores do País”.

Note-se que mesmo afirmando que “não precisamos de uma hidrelétrica no rio Tapajós”, o editorial lista todos os benefícios que a construção de uma hidrelétrica traria. Logo em seguida, o texto lista os porquês de uma eventual hidrelétrica no Tapajós ser considerada um “desastre ambiental” pelo jornal.

“Mas o custo disso seria dos mais altos. A primeira vítima seria a própria Constituição Federal, que proíbe a remoção de povos indígenas. Está lá no artigo 231 da Carga Magna. Uma determinação clara que foi ignorada por vários anos, enquanto o projeto esteve em discussão, causando protestos de indígenas, ambientalistas e da sociedade em geral. Outras vítimas seriam os próprios índios.

A usina seria erguida na terra indígena Sawré Maybu, dos índios Mundurucu, localizada entre os municípios de Itaituba e Trairão. Eles teriam que ser realocados em outra área, pois a terra que ocupam desde antes da chegada de Cabral seria inundada para construção do reservatório da usina. E 729 quilômetros quadrados em uma das regiões mais sensíveis e preservadas de toda a Amazônia se perderiam para sempre”.

Essa abordagem retoma constantemente a ideia de que precisa-se preservar não só os 729 quilômetros quadrados afetados pelo projeto “em uma das regiões mais sensíveis e preservadas de toda a Amazônia” que se perderia para sempre, mas o povo indígena munduruku, “pois a terra que ocupam desde antes da chegada de Cabral seria inundada para construção do reservatório da usina”.

O jornal contrapõe “progresso” e “desenvolvimento” à preservação do ambiente e aos povos indígenas. Isso causa um efeito de distanciamento entre a problemática apresentada e o público leitor do jornal, além de ressaltar a ideia de um antagonismo entre a sociedade urbana e a sociedade indígena. Há, afinal, uma imagem estereotipada

e amplamente reproduzida de que a sociedade indígena seria um atraso para o desenvolvimento do país. Seriam os índios, nesse estereótipo, preguiçosos e à procura de dinheiro fácil e, por isso, lutariam pela posse de terras.

O jornal, portanto, ao reproduzir esse discurso, mesmo que defendendo que a construção de hidrelétricas na Amazônia seria um “desastre”, o apresenta tão somente como um desastre ambiental, ignorando a faceta social, política e econômica, igualmente presentes. Mesmo retomando o jornalismo preventivo de Luft, A Crítica acaba por apresentar o meio ambiente como um entrave ao progresso nacional e, mais especificamente, da região Norte.

Considerações Finais

O jornal A Crítica ainda é o veículo impresso de maior circulação e impacto na região Norte, com projeção nacional. Sob a ótica da opinião líquida e conjuntural dos editoriais jornalísticos, os elementos persuasivos dispostos ao longo dos textos exercem influência direta sobre o poder público, o empresariado e organizações da sociedade civil. No entanto, a influência pode ser indireta sobre uma grande massa, haja visto a mínima adesão à sua leitura por parte do público geral.

Ao falar de meio ambiente, especialmente numa região marcada por conflitos ambientais desde sua invasão pelos colonizadores, o periodismo parece atenuar as responsabilidades do Estado e das grandes empresas. Ironicamente, mesmo não sendo esse o grande público alvo, é no “leitor comum” que o editorial busca responsabilizar quanto aos efeitos negativos da poluição, do desmatamento, do consumo inconsciente.

Os editoriais em análise, apesar de reforçarem um papel “preventivo” também demonstraram incentivar um conflito retórico entre ambiental e o desenvolvimento. Os recursos linguísticos adotados mascaram uma opinião que defende o capital de se adequar às conjunturas dramáticas de um ambiente cada vez mais escasso após séculos de exploração descontrolada e culpam os cidadãos comuns, que não fazem parte dos grandes poderes, pelo descaso com a Terra.

Mesmo sem influência direta nesse público, o perigo desse discurso está na sua reprodução, uma vez que os editoriais atuam como referenciais de opinião para os 10% de leitores, sejam eles atores públicos ou não, que têm influência direta, seja a nível programático (como na formulação de políticas públicas) ou a nível midiático (como nomes de influência social).

Referências bibliográficas

- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. São Paulo: Ática, 1990.
- CAMPOS, P. Celso. **Jornalismo e meio ambiente: a contribuição dos meios de comunicação e o conceito de sustentabilidade**. In. **Rumores**, São Paulo, 11, p. 04-25, jan-jun. 2012.
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2005.
- CUNHA, Sandra Baptista; GUERRA, Antonio José Teixeira (orgs.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 2007.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- LUFT, Schirley. **Jornalismo, meio ambiente e Amazônia: os desmatamentos nos jornais O Liberal do Pará e A Crítica do Amazonas**. São Paulo: Annablume, 2005.
- MARTINS, Maria Angélica S. R. **Discurso, ideologia e persuasão no jornalismo opinativo**. In. **Estudos linguísticos**, São Paulo, 38, p. 493-507, set-dez. 2009.
- MELO, J. Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- RESPEITO à Natureza e às pessoas. **A Crítica**, Manaus, 04 ago 2016. Opinião, A3.
- RESPEITO ao Meio Ambiente. **A Crítica**, Manaus, 12 abr 2016. Opinião, A3.
- SANT'ANNA, Lourival. **O destino do jornal**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação**. Covilhã: LabCom Book, 2009.
- SOUSA, Socorro C. **A argumentação em editoriais de jornais**. São Paulo: Blucher, 2012.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: por que as coisas são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.
- TRIGUEIRO, André (org.). **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.