

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
CENTRO DE ESTUDOS GERAIS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE ANÁLISE GEOAMBIENTAL
PÓS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA AMBIENTAL

FABRÍCIO FONSECA ÂNGELO

O JORNALISMO AMBIENTAL COMO FERRAMENTA
PARA A SUSTENTABILIDADE

Niterói
2008

A584 Ângelo, Fabrício Fonseca
O jornalismo ambiental como ferramenta para a sustentabilidade / Fabrício Fonseca Ângelo. – Niterói : [s.n.], 2008.
134 f.
Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) –
Universidade Federal Fluminense, 2008.

1.Jornalismo científico. 2.Informação científica. 3.Meio ambiente. I.Título.

CDD 070.4495

FABRÍCIO FONSECA ÂNGELO

O JORNALISMO AMBIENTAL COMO FERRAMENTA
PARA A SUSTENTABILIDADE

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência Ambiental da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre.

Área de Concentração: Análise de processos socioambientais.

Orientador: Profa. DRA. CACILDA NASCIMENTO DE CARVALHO

Niterói

2008

FABRÍCIO FONSECA ÂNGELO

O JORNALISMO AMBIENTAL COMO FERRAMENTA
PARA A SUSTENTABILIDADE

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em
Ciência Ambiental da Universidade Federal Fluminense,
como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre.
Área de Concentração: Análise de processos socioambientais.

Aprovada em abril de 2008

BANCA EXAMINADORA

PROFA. DRA. CACILDA NASCIMENTO DE CARVALHO – Orientadora

UFF

Prof. Dr. IVAN DE OLIVEIRA PIRES

UFF

Profa. Dra. MARIA CRISTINA SOARES GUIMARÃES

FIOCRUZ

Niterói

2008

AGRADECIMENTOS

A meus pais , Ronaldo e Heloisa – por seu amor e carinho durante todas as fases de minha vida.

A minhas irmãs Daniele e Fabíola por sempre me apoiarem.

Aos meus sobrinhos Matheus e Gabriel por me fazerem feliz.

A professora Cacilda – por sua dedicação e cobranças sempre incansáveis, por me ensinar a vencer todos os obstáculos que surgiram para que pudesse concluir o mestrado.

As amigas Rachel e Thais que sempre estiveram ao meu lado durante os dias de saudades e de estresse.

Ao PGCA e professores por toda sua ajuda e convívio.

A Capes pela bolsa de estudos a mim concedida.

A Universidade Federal Fluminense pela grande oportunidade.

A toda a turma PGCA 2006 por me confiarem a representação da classe e por sua amizade.

E a todos que contribuíram de alguma forma na execução desse trabalho.

SUMÁRIO

Listas das Figuras	ix
Lista de Tabelas	x
Resumo	xi
Abstract	xii
Capítulo 1 - Introdução	10
Capítulo 2 - Bases Conceituais	13
2.1 O Jornalismo e o Meio Ambiente	13
2.1.1 O Jornalismo Científico	13
2.1.2 O Jornalismo Ambiental	21
2.2 A responsabilidade social da imprensa: informação e educação ambiental	31
2.3 Os temas candentes da comunicação sobre desenvolvimento sustentável	36
2.3.1 Biodiversidade	36
2.3.2 Mudanças Globais	37
2.3.3 Relações Sócioambientais	40
Capítulo 3:- Materiais e Métodos	43
3.1 As revistas semanais e os critérios de sua escolha	46
3.1.1 A revista <i>VEJA</i>	46
3.1.2 A revista <i>ÉPOCA</i>	49
3.1.3 A revista <i>ISTOÉ</i>	49
3.2 Os quesitos analisados por matéria	50
3.2.1 Qualidade da matéria	50
3.2.1.1 Conhecimento do assunto	50
3.2.1.2 Interpretação Científica	50
3.2.1.3 Intenção de Conscientizar	50
3.2.2 Qualidade das Ilustrações	51
3.2.2.1 Fotos	51
3.2.2.2 Infográficos	51
3.2.2.3 Legendas	52
3.2.2.4 Charges	52
3.2.3 Fontes	52
3.2.4 Tratamento Geral	52

3.2.4.1 Título	52
3.2.4.2 Boxes	52
3.2.4.3 <i>Lead</i>	53
3.3 A avaliação das matérias	53
Capítulo 4 - Apresentação e Discussão dos Resultados	56
4.1 Comparação entre revistas	58
4.2 Frequência dos temas ambientais	59
4.2.1 Análise da frequência por Temas Candentes	62
4.3 Qualidade dos temas ambientais	67
Conclusões e Considerações Finais	71
Referências Bibliográficas	73
Apêndice I – Matérias ambientais avaliadas	82
Apêndice II - Comentários sobre os textos analisados	85
Apêndice III – Lista bibliográfica das matérias pesquisadas	121

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1	Fluxograma das etapas da pesquisa
Figura 4.1	Seqüência temporal do número de matérias por revista e temas
Figura 4.2	Número mensal de matérias ambientais
Figura 4.3	Proporção de matérias ambientais publicadas no período de outubro 2006 a outubro 2007 nas três revistas
Figura 4.4	Distribuição mensal de cada um dos temas candentes
Figura 4.5	Proporção de matérias ambientais em entrevistas
Figura 4.6	Proporção de cada tema candente publicado no período de outubro 2006 a outubro 2007 nas três revistas.
Figura 4.7	Notas de todos os quesitos para cada um dos Temas Candentes

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1	Classificação operacional de Temas Candentes para escolha de matérias nas revistas em análise
Tabela 3.3.1 a 3.3.5	Metodologia de conceituação
Tabela 3.3.6	Relação Conceitos X Notas
Tabela 4.1	Resumo geral de matérias por revista
Tabela 4.2	Médias por quesito e finais para cada revista

Resumo

O presente trabalho teve como objetivo criar uma metodologia de avaliação de matérias relacionadas à questão ambiental veiculadas por mídia impressa. Para isso, pesquisaram-se matérias publicadas por três revistas de informação geral e circulação nacional, *VEJA*, *ISTOÉ* e *ÉPOCA* no período de outubro de 2006 a outubro de 2007 (treze meses).

As matérias analisadas foram classificadas em três temas denominados, *candentes*: Biodiversidade, Mudanças Globais e Relações Sócioambientais.

Foram feitas análises sobre a frequência e a qualidade das matérias publicadas. Cada matéria foi qualificada em quatro graus de conceitos, através dos seguintes quesitos: qualidade do texto, qualidade da ilustração, fontes e tratamento geral e ao final cada revista recebeu uma nota de avaliação geral

Paralelamente, para que outros pesquisadores interessados no assunto possam interagir, foi criada uma ferramenta virtual (um fotolog), onde foram disponibilizadas as matérias analisadas, suas fichas de avaliação e os comentários do pesquisador sobre essas matérias.

Foram analisadas 192 matérias em 57 edições de *VEJA* e *ÉPOCA* e 56 de *ISTOÉ*, das quais 169 foram avaliadas.

Pudemos observar que durante o período proposto *ÉPOCA* foi a que mais publicou matérias ambientais com 44%, seguida de *ISTOÉ* com 33% e *VEJA* com 23%.

Nos temas pesquisados a que mais publicou sobre Biodiversidade foi a *ISTOÉ* com 41%, seguida de *VEJA* com 31% e *ÉPOCA* com 28%. Com a temática Mudanças Globais, *ÉPOCA* se destacou com 39% das publicações sobre o tema, seguida de *ISTOÉ* com 35% e *VEJA* com 26%. Já a temática Relações Sócioambientais foi a que mais aparece nas três revistas., *ÉPOCA* publicou mais com 48% quase a metade do total, seguida de *ISTOÉ* com 33% e *VEJA* com 19%.

ÉPOCA foi também a que mais publicou Entrevistas, com 61%, seguida de *VEJA* com 28% e *ISTOÉ* com 11%.

Os resultados analisados mostram que houve um aumento no número de matérias ambientais publicadas, especialmente após fevereiro de 2007, sendo que as relações entre homem e ambiente, aqui chamada de relações sócioambientais foram muito explorados por estas revistas aparecendo em quase todos os meses do período pesquisado. Também nota-se que as matérias são de boa qualidade e conseguiram atingir o objetivo de informar sobre o tema.

Palavras chave: divulgação científica, meio ambiente, jornalismo ambiental, informação.

Abstract

The purpose of this study was creating an evaluation method for the publications involving the environmental matters issued by printed media. Therefore, a thirteen month research (October, 2006 – October, 2007) was made among three of the most popular Brazilian magazines: *Veja*, *Istoé* and *Época*.

The analyzed publications were classified and arranged in three hot topics: Biodiversity, Global Changes and Socio-Environmental Relations.

The frequency and quality of the publications were analyzed. Each publication was qualified in four concept degrees, according to the issues: text quality, illustrations quality, information sources and general treatment. At the end of the research, each magazine has received a general evaluation grade.

At the same time, in order to promote the interaction between the researchers in the environmental field, a virtual tool was used (a *weblog*), where every analyzed publication was made available, attached to its evaluation records and personal researcher's comments.

The amount of 192 publications were analyzed, issued in 57 *Veja* and *Época* Magazines and 56 *Istoé* Magazines. From the whole amount of publications, 169 were submitted to evaluation.

It was noticed that, during the analysis period, the *Época* Magazine has issued 44% of the publications, the *Istoé* Magazine has issued 33% and the *Veja* Magazine, 23%.

In the *Biodiversity* issue, the *Istoé* Magazine had 41% of the publications, *Veja* Magazine had 31% and *Época* Magazine 28%. From the publications about *Global Changes*, the *Época* Magazine has issued 39%, the *Istoé* Magazine has issued 35% and *Veja* 26%. On the Socio-Environmental Relations field, the most frequent issue noticed, the *Época* Magazine has issued 48% of them, followed by 33% from the *Istoé* Magazine and 19% issued by the *Veja* Magazine.

The *Época* Magazine has also issued the biggest Interviews amount (61%), while *Veja* has issued 28% and the *Istoé* Magazine only 11%.

The analyzed results show that the amount of Environmental publications has increased, particularly after February, 2007. The Socio-Environmental Relations issue was noticed in almost every month of every researched Magazine impression. It was also noticed that the publications have shown great quality and have achieved the goal of providing information about the theme.

Key words: Scientific divulging, Environment, Environmental journalism, information.

CAPÍTULO 1 - Introdução

Nos últimos anos as questões ambientais têm sido amplamente discutidas pela sociedade. O desmatamento da Amazônia, a extinção de espécies de flora e fauna, o aumento dos gases de efeito estufa e outros temas são cada vez mais comentados. Cabe aos meios de comunicação a tarefa de divulgar e questionar estes acontecimentos junto à população. Por serem veículos de massa, atingem grande número de pessoas, e vem trazendo as mais variadas informações a respeito de fatos científicos, inclusive os ambientais.

Ao jornalismo, considerado o ponto de debate e informação da mídia, vem sendo dada a tarefa de popularizar esse tipo de informação, cujos termos técnicos e jargões profissionais ainda impedem que o cidadão carente de educação compreenda a importância e impacto das inovações e descobertas científicas no seu cotidiano.

Infelizmente, devido à falta de experiência de alguns jornalistas, no ramo científico, ocorrem erros e omissões muitas vezes contestadas pelos pesquisadores. Nesta pesquisa tentamos, além de levantar alguns desses equívocos, também mostrar os acertos. Ao mesmo tempo foi criada na *web* uma ferramenta de interatividade entre o pesquisador e os interessados no assunto.

Essa pesquisa tem como objetivo geral pesquisar e avaliar como três importantes revistas nacionais de veiculação comercial (*VEJA*, *ÉPOCA* e *ISTOÉ*) lidam com a informação sobre a questão ambiental.

Dentro deste trabalho podemos identificar como objetivos específicos:

- 1) Análise sistemática de todas as matérias ambientais publicadas entre outubro de 2006 e outubro de 2007;
- 2) Análise da frequência de temas escolhidos como indicadores do desempenho das revistas
- 3) Criação de uma metodologia para qualificação das matérias analisadas através de conceituação de quesitos;
- 4) Avaliação de cada revista quanto aos temas propostos
- 5) Criação de uma *webpage* (*Blog ou site*) para divulgação dos resultados e troca de informações entre pessoas interessadas pelo tema.

Essa pesquisa está organizada em cinco capítulos. Neste primeiro capítulo, apresentamos de uma maneira geral o assunto, os objetivos da dissertação, as hipóteses a serem testadas e como a dissertação foi desenvolvida.

O segundo capítulo traz as bases conceituais do trabalho. Fala sobre o Jornalismo Científico, mostra um histórico do processo que culminou na tentativa dos meios de comunicação de levar aos cidadãos a informação científica de forma mais simplificada. Dentro deste capítulo inclui-se o jornalismo ambiental, um novo ramo do jornalismo que trata especificamente das questões ambientais. O jornalismo ambiental, apesar de já ser objeto de estudo há algum tempo, vem se fortalecendo juntamente com as novas preocupações referentes aos problemas ambientais. Dentro desse objetivo o capítulo também discute a formação do jornalista para a área, que possui suas especificidades, e mostra como esse tipo de veiculação vem fazendo a diferença e auxiliando a luta ambiental.

O jornalismo de revista também é parte do capítulo com uma revisão da história desse ramo da comunicação que ainda segue os padrões remanescentes das primeiras escolas de jornalismo. Uma outra vertente da discussão é o entendimento de como a comunicação deve servir de suporte para a educação e formação ambiental. É importante salientar que os veículos de informação podem e devem ser utilizados como ferramentas pedagógicas, pois são instrumentos de longo alcance.

Este capítulo ainda mostra o que são os três temas escolhidos para a seleção do material pesquisado. Nele são definidos cada tema que chamamos de “candentes”, Biodiversidade, Mudanças Globais e Relações Sócioambientais e todas as suas ramificações.

No capítulo 3, descrevemos a metodologia utilizada para a realização da pesquisa. Desde a escolha das revistas com seus respectivos históricos, as análises das matérias, como foram divididas dentro dos temas candentes, os conceitos dados a cada uma, a criação dos “fotologs”. comentados. Cada quesito avaliado e estudado é descrito nessa parte da dissertação, assim como a parte conceitual. Também serão mostrados todos os comentários feitos ao material analisado. No final do capítulo mostrar-se-á um quadro geral com a avaliação final de cada revista, de acordo com média adquirida dentro das matrizes. Foram utilizados gráficos e planilhas para destacar o desempenho de cada revista, em diversos períodos.

O capítulo 4 apresenta os resultados obtidos e uma discussão sobre os mesmos.

O capítulo cinco traz as conclusões sobre as matérias pesquisadas, assim como sugestões para que possam atingir seus objetivos de forma mais eficaz

CAPÍTULO 2 – Bases Conceituais

2.1 O Jornalismo e o Meio Ambiente

2.1.1 O Jornalismo Científico

No apogeu da revolução científica, a Inglaterra despontou como berço da divulgação e do jornalismo científico e a partir de meados do século XVII começou uma intensa circulação de cartas, expedidas por cientistas, sobre suas idéias e novas descobertas. Coube ao alemão Henry Oldenburg (1618- 1677), a combinação do caráter informal e fragmentado dessas cartas com o potencial de alcance do texto impresso, surgindo assim a função de jornalista científico, que abriu espaço para a divulgação científica. Em 1665, Henry criou o periódico científico *Philosophical Transactions* que durante mais de dois séculos permaneceu como modelo para as modernas publicações científicas.

Na segunda metade do século XIX, o jornalismo científico recebeu um grande impulso, muito disso devido às duas guerras mundiais. Após a I Guerra (1914-1919), jornalistas americanos e europeus, ávidos por informações sobre as novas armas utilizadas, criaram as primeiras associações de jornalismo científico. Em 1945 foi fundada a Associação Britânica de Jornalismo dos Escritores da Ciência e em 1971 a União Européia das Associações de Jornalismo Científico (European Union of Science Journalism Association's – EUSJA).

Nos EUA, os jornalistas científicos, ou escritores da ciência, desde o início da década de 20 já trabalhavam em estreita colaboração com a comunidade científica. Lá também a I Guerra resultou no aumento significativo da cobertura jornalística da área. O primeiro serviço de notícias dos Estados Unidos foi o *Science Service*, que foi fundado em 1921 pelo jornalista E.W.Scripps.

Segundo a professora e jornalista Fabíola de Oliveira,

Scripps dizia que “é somente por meio da imprensa, especialmente a que se faz diariamente, que a grande maioria da população deste país pode receber educação, informação e ser instruída com qualidade e rapidez nos assuntos de seu interesse”. (OLIVEIRA, 2005)

Em 1934, doze jornalistas científicos reunidos em Washington criaram a Associação Nacional de Escritores da Ciência (National Association of Science Writers – NASW) “com o objetivo de promover a disseminação de informações precisas sobre a ciência em todos os meios normalmente dedicados à informação pública, bem como estimular a interpretação da ciência e de seu significado para a sociedade, com os mais elevados padrões do jornalismo”. Hoje a NASW congrega cerca de três mil escritores de ciência em todos os Estados Unidos.

Já no Brasil, até a chegada da corte portuguesa, era proibido imprimir livros e jornais, sendo a leitura e os estudos privilégio dos filhos da nobreza, que podiam se dar ao luxo de estudar na Europa. Em 10 de setembro de 1808 surgiu a *Gazeta do Rio de Janeiro* pertencente à corte, nada tendo de atrativo para o público. Também em 1808 foi fundado em Londres o *Correio Braziliense*, jornal de oposição à nobreza.

A pesquisa científica no Brasil era incipiente até o século XIX e só começou a mostrar alguma força a partir do século XX, quando a comunidade científica começou a organizar-se. O Jornalismo Científico foi uma das primeiras formas de jornalismo especializado que chegou ao Brasil. Nesse período foram publicados alguns periódicos sobre divulgação científica, como a *Revista Brasileira* (1857), e a *Revista do Rio de Janeiro* (1876).

Em 1931 foi publicado, no Rio de Janeiro, o primeiro livro brasileiro sobre divulgação científica, intitulado *A vulgarização do saber* de Miguel Ozório de Almeida, e na década de 20 ocorreram muitas iniciativas em divulgação e jornalismo científico no Rio de Janeiro, capital do país. A partir da década de 40 a ciência brasileira entrou na agenda do governo, influenciada principalmente pela II Guerra. Um nome de destaque do período é o do médico, pesquisador, educador e jornalista José Reis (1930-2002), considerado o patrono do Jornalismo Científico no Brasil. Reis ficou conhecido pela coluna científica *Periscópio* que escrevia semanalmente na Folha de São Paulo desde 1947 até 2002. Em 1948, juntamente com outros cientistas, fundou a SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência), entidade preocupada em discutir a função social da ciência, que se tornou respeitada e conhecida ao longo dos anos.

A criação do CNPQ (Conselho Nacional de Pesquisas) em 1951, representou o primeiro esforço significativo nacional de regulamentar a ciência e a tecnologia no país, tendo status de ministério, até a criação do Ministério da Ciência e Tecnologia em 1985. Em 1979 o órgão criou o Prêmio José Reis de Divulgação Científica.

O regime militar também deu grande impulso ao desenvolvimento científico e tecnológico brasileiro articulando grandes projetos como o programa nuclear, a indústria aeronáutica e o programa espacial. Devido ao cerceamento da liberdade de expressão daquele período, os jornalistas eram obrigados a seguir à risca os ditames dos censores, divulgando, com ufanismo, os grandiosos projetos da época – a Transamazônica, as grandes hidrelétricas e outros.

Durante a década de 70, surgiram as associações de jornalismo científico na América Latina. Em 1971, o venezuelano Aristides Ramón Bastidas Gómez e o colombiano Manuel Calvo Hernandez criaram a Associação Ibero Americana de Jornalismo Científico. Já no Brasil, um pequeno grupo de jornalistas dedicados à ciência reuniu-se em 19 de setembro de 1977 na cidade de São Paulo para fundar a ABJC (Associação Brasileira de Jornalismo Científico) que teve como seu primeiro presidente, José Reis.

Na década de 80, a divulgação e o jornalismo científico no Brasil, com o surgimento de novas revistas, como *Ciência Hoje* e *Ciência Ilustrada*, cresceram significativamente, para Flávia Bruno e Luisa Vercellesi

Com o progresso da ciência acelerando nos anos 80, a audiência expressou uma clara demanda por informação científica, especialmente as que tratavam de saúde e bem-estar, interessados pelos novos remédios de doenças até antes intratáveis. Esse crescimento no interesse corresponde com a era do aumento da população em geral e suas demandas por cuidados com a saúde. Nesse meio tempo, agências de notícias e a mídia continuavam a usar fontes secundárias, produzindo notícias que não eram checadas, dando ênfase excessiva a algumas partes e dando opiniões pessoais, que em nada contribuíam para as matérias. (BRUNO *et al.*, 2001)

Em 1990, a Editora Globo lançou a revista *Globo Ciência* hoje *Galileu* e a Abril, no mesmo ano, lançou a *Superinteressante*. Programas de Televisão voltados à ciência começaram a ser criados, como o *Globo Ciência* (TV Globo) e *Estação Ciência* (extinta TV Manchete). Grandes eventos como a passagem do Cometa Halley (1986), as viagens espaciais e a Rio 92 influenciaram esse *boom* de jornalismo científico. Ainda segundo Oliveira (2005),

“Em 1992 quando foi realizada no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, já era grande o número de jornais e revistas especializadas e programas de rádio e TV. Fomos a reboque da tendência internacional, apesar de ainda faltar aos jornalistas ou escritores de ciência fundamentos capazes de integrar áreas

como a economia e a política a temas ligados a C&T, além disso, a produção jornalística para o setor científico sofria algumas deficiências o que refletia em pouca qualidade de informação”.

A importância do jornalismo científico vem crescendo nas últimas décadas. A globalização da mídia tem dado à imprensa função primordial na difusão das informações sobre ciência. São editorias, matérias jornalísticas, agências especializadas que vêm crescendo em número. Segundo Wilson da Costa Bueno.

“Um país como o Brasil, que se caracteriza por um índice elevado de analfabetismo científico, não pode prescindir da contribuição de cientistas, professores e comunicadores sociais no processo de democratização do conhecimento”. (BUENO, 2002)

No nosso país, ainda se busca uma fórmula eficaz de comunicação científica: as duas pontas do processo, pesquisadores e jornalistas, apesar de alguns avanços, ainda estão longe de se entender. O cientista já compreende que é importante dar ao público uma satisfação sobre o trabalho que realiza, mas alguns ainda temem abrir seus arquivos à imprensa. Para o médico e jornalista José Reis, “Em alguns centros se cavou um profundo fosso entre ciência e jornalismo, como se a notícia científica se apequenasse ou prostituísse quando veiculada na imprensa” (REIS, 2002). O pesquisador ainda tem certas desconfianças quanto à capacidade de entendimento do jornalista sobre as questões científicas, podendo cometer erros na hora de escrever a matéria. De acordo com Holly Stocking, “a falta de conhecimento ou treinamento científico dos jornalistas é uma das razões mais citadas para os modelos de reportagem que os críticos da mídia definem como problemáticos” (STOCKING, 1999). Há críticas mais ferrenhas sobre o papel da mídia na difusão dos fatos científicos como as do físico Arthur Meadows que afirma que,

... reportagens sobre ciência na mídia agravam ainda mais a exposição de trabalhos bizarros. Os princípios de seleção que se aplicam à mídia não são apenas diferentes dos adotados pelos cientistas, mas podem realmente contradizê-los. Por exemplo, a mídia tem particular interesse quando as coisas dão erradas ou por idéias altamente especulativas. Nada disso goza de alto apreço dos cientistas. Apesar disso, os cientistas normalmente sentem-se ávidos por ter seu trabalho noticiado pela mídia. Agências de financiamento, administradores de universidades e colegas de outras áreas todos podem ter a atenção despertada por reportagens científicas na mídia. (MEADOWS, 1999)

Os cientistas costumam criticar a freqüente veiculação de informações erradas na mídia, e o uso exagerado de temas pautados por revistas estrangeiras, sem conexão com

a realidade brasileira. Além disso, mencionam a escassa abordagem sobre política científica.

Outro problema apontado pelos pesquisadores em relação às matérias científicas é a exploração do sensacionalismo, com a divulgação de futuras tragédias através da apuração de dados preliminares.

Claudia Juberg diz que,

A questão do sensacionalismo na mídia e no caso específico do jornalismo científico é conhecida de longa data. No final do século XIX, os jornais que estavam rapidamente se transformando em veículos de massa, davam aos leigos a impressão de que a ciência se centrava no bizarro. Histórias sobre o estranho, o incomum e o impossível enchiam a imprensa popular após a virada do século.

Hoje o jornalismo científico tem a pretensão de dirigir-se a um público mais interessado em notícias de Ciência e Tecnologia. Neste caso as matérias pecam pelo sensacionalismo quando se precipitam a divulgar resultados não comprovados de pesquisa científica; quando atribuem a desenvolvimentos de C&T resultados que vão muito além do possível e resvalam na ficção científica, quando demonizam a ciência transformando-a em causa de inúmeros problemas e quando atribui à ciência poderes divinos". (JUBERG, 2005).

Mas mesmo com essas críticas, o jornalismo científico tem sua importância quanto à função de difusor e também crítico da informação científica. Segundo a jornalista especializada em Ciência, Alicia Ivanissevich,

Grandes pesquisas de opinião feitas na década de 1990 sobre as atividades dos europeus com relação à ciência e à tecnologia e seu nível de entendimento do assunto revelaram um resultado comum: a principal fonte de informação pública na área é a mídia – a televisão em primeiro lugar, e os jornais, em segundo. (IVANISSEVICH, 2005)

Portanto, pode-se considerar a mídia a principal fonte de esclarecimento sobre assuntos relativos à ciência no mundo moderno. Pesquisa similar feita no Brasil em 2007 e divulgada pelo Ministério da Ciência e Tecnologia intitulada “A percepção pública da ciência” confirmou essa tendência (MCT, 2007). A maioria dos entrevistados se interessa por temas de C&T, e tem na mídia seu principal canal de informação, além de verem o jornalista como fonte primária de credibilidade quando o assunto trata de ciência.

Chega-se à conclusão de que os meios de comunicação são o caminho mais imediato e abrangente de intensificar a divulgação científica para o grande público. Cresce então a responsabilidade desses profissionais em cada passo da produção de suas matérias.

De acordo com Martha França, jornalista e doutoranda em História da Ciência,

Da parte dos jornalistas que escrevem sobre ciência houve uma sensível melhora na década de 90. Aos poucos o jornalismo científico ganhou características próprias e mão de obra específica. Com o tempo, formou-se uma geração de profissionais interessados em ciência e disposta a investir sua carreira nessa área. Em alguns dos maiores meios de comunicação, repórteres e editores ganharam bolsas para se aperfeiçoar em universidades européias e americanas, cursos de especialização e estágios na imprensa internacional. (FRANÇA, 2005)

Com o crescimento do interesse jornalístico por ciência vem também o aumento do espaço dado a esse tema nos meios de comunicação. Todos os grandes jornais impressos têm editorias de ciência, e os telejornais sempre reservam um espaço para alguma notícia sobre o tema. Não é tarefa trivial responder à questão sobre qual seria o papel ou contribuição do jornalismo científico no desenvolvimento científico e tecnológico do Brasil ou de qualquer outro país, mas nem por isso pode-se diminuir o mérito dos jornalistas de ciência. A divulgação da informação científica encontra diversos obstáculos, alguns criados pelos próprios profissionais e outros, externos.

Um deles é a pouca preocupação dos pesquisadores em divulgar seus trabalhos para o público, pois.

Há pesquisadores que por receio de serem mal interpretados pelo jornalista ou por mero desinteresse em formas de divulgação para o grande público simplesmente se negam a conceder entrevistas. Muitos desses têm uma produção científica que lhes assegura espaço nos melhores periódicos científicos considerando desnecessária a popularização do seu conhecimento. Outros evitam expor na mídia suas idéias ou têm falta de segurança em relação aos seus resultados ou medo de serem avaliados por milhares, e até milhões de pessoas, dependendo do meio de comunicação, em vez do público restrito das revistas científicas. (FALCÃO, 2005)

Isto faz com que surja outro problema, o relacionamento e a falta de fontes. É muito comum nos depararmos com um mesmo pesquisador em dois ou três telejornais diferentes e isso não é bom para a matéria, pois simplifica a visão do assunto, geralmente daquele cuja pesquisa está sendo divulgada. É importante que o jornalista diversifique suas fontes, facilitando assim a compreensão da pesquisa, além de obter outras opiniões sobre o assunto. Um fato que chama a atenção em relação às fontes é a

falta de visão crítica e certa subserviência do jornalista com relação aos pesquisadores, o medo de admitir aos cientistas que não sabe do que estão falando, e de fazer perguntas simples e até o receio de pedir ao pesquisador que dê exemplos. O jornalista deve ouvir os dois lados da história, tentando sempre manter um bom número de fontes das mais diversas áreas do conhecimento e sempre manter alertas o senso crítico e a capacidade de questionamento. Stocking (1999) diz que,

Os pesquisadores descobriram que há também uma tendência dominante dos jornalistas a se limitar ao uso de uma única fonte quando escrevem reportagens sobre a cobertura feita pela mídia nas ciências. Uma grande maioria dos jornalistas que escreveram sobre as descobertas dos cientistas aceitou de boa fé a palavra deles, apenas um pouco número de profissionais procura a reação de outros cientistas...

Ai surge mais uma problemática do Jornalismo Científico, a especialização do profissional. Apesar da grande demanda existente, hoje, nessa área, e do aumento no número de faculdades que oferecem qualificação em comunicação científica¹, o profissional de comunicação ainda não despertou para a necessidade de se qualificar. O que acontece é que os graduandos ou profissionais em jornalismo não conseguem enxergar uma boa oportunidade profissional e temem ser rejeitados pelo mercado de trabalho por ter uma especialização. Para Fabíola de Oliveira,

atrair a atenção de um número crescente de novos jornalistas sobre a importância da divulgação científica é missão que pode ser assumida pelas escolas de jornalismo, pelos cursos de pós-graduação e pelas associações de jornalistas. É no nível universitário que os futuros jornalistas têm a melhor chance para conscientizar-se da relevância da ciência e da tecnologia. É na universidade que se pode dar início à visão crítica da ciência e seus processos.(OLIVEIRA, 2005)

A vida moderna está cada vez mais dependente da ciência e cada vez mais impregnada dela. Não só as pessoas cujas profissões reconhecidamente têm uma base científica, como a medicina ou a engenharia, tem interesse em estar em permanente contato com diferentes ciências. Hoje, todas as indústrias, a agricultura e um grande número de outras profissões sofrem uma evolução rápida, devido à introdução dos

¹ Exemplos da Universidade de Campinas que oferece uma Especialização *lato sensu* na área, a Universidade Metodista de São Paulo que possui linhas de pesquisa em seu *stricto sensu*, a Universidade Federal Fluminense e a Universidade de São Paulo, que possuem em sua grade uma disciplina eletiva da temática.

métodos e processos científicos. A técnica moderna evolui para um estudo racional muito mais preciso e de rendimento muito maior. A difusão científica traz como resultado a familiaridade de todos com as coisas da ciência e, sobretudo, uma confiança proveitosa nos métodos científicos, uma consciência esclarecida dos serviços que estes podem prestar.

E, no meio de todo este processo, está a população, esperando que as novas descobertas e o avanço das pesquisas sejam mostrados de forma simples ou pelo menos inteligível. O cidadão, principalmente o de menor poder aquisitivo, ainda se mantém distante dos assuntos ligados às ciências, por achar que são conceitos complicados. É preciso entender que inserir o indivíduo dentro do processo de conhecimento científico é uma questão de cidadania, pois, hoje, a Ciência e a Tecnologia são partes fundamentais do cotidiano da sociedade. Para Manuel Calvo Hernando, presidente da Associação Iberoamericana de jornalismo científico e professor da Universidad de Madrid, “nosso dia a dia, nosso presente e futuro dependem da ciência e da tecnologia. Noventa por cento das inovações tecnológicas têm menos de 20 anos. Nas economias modernas, conhecimento e informação estão substituindo os recursos tradicionais e multiplicando a produtividade de suas sociedades”. (HERNANDO, 1999)

Hoje se reconhece, nas ciências políticas e de comunicação, que existe uma dependência mútua entre ciência e democracia. Fala-se em “democracia tecnológica”, e numa consciência daí originada. Uma democracia sempre estará incompleta se os cidadãos continuarem à parte do conhecimento e informação que a sociedade moderna requer. Em seu discurso, ao receber o prêmio de Príncipe das Astúrias, o físico Stephen Hawking (HAWKING, 2000) citou que “em uma sociedade democrática os cidadãos precisam ter conhecimentos básicos sobre as questões científicas, para poderem obter suas próprias conclusões sem dependerem exclusivamente dos especialistas”.

A ciência só tem a ganhar com a difusão da informação científica, pois suas necessidades são cada vez maiores e se, na maioria dos países, elas são desprezadas e a cultura da ciência sofre um atraso considerável, isso é bem um indício de que as classes dirigentes e os povos, em geral, estão longe de priorizá-la como a solução de seus problemas. A informação científica pode também exercer um papel importante no despertar de novas vocações, aguçando a curiosidade e revelando tendências. É a forma mais democrática de preparar a população para julgar a importância e os rumos do desenvolvimento humano.

Manuel Calvo (apud Hernando) explica que,

“O jornalismo está se tornando uma ferramenta para a democratização de diferentes tipos de conhecimento”:

- introduzindo ciência na sociedade, em outras palavras, informando e preparando os cidadãos para uma participação mais efetiva na vida política;
- contribuindo para que um indivíduo médio possa fazer parte de tomadas de decisões no que se refere as matérias de ciência e tecnologia;
- estimulando o espírito de análise crítica que revela os limites da ciência mais do que as suas prodigiosas realizações e a essência de decisões políticas importantes;
- alertando contra as ameaças à democracia colocadas pelas novas tecnologias e especialmente aquelas que atacam a intimidade do ser humano, a descentralização e a liberdade individual. Hoje, essas combinações de tecnologias estão centradas em novas tecnologias de informação e avanços em biologia;
- lutando contra a perpetuação dos sistemas de desigualdades e assimetrias. Esta é uma missão para o jornalismo em geral, mas especialmente o jornalismo científico no que diz respeito à ciência e tecnologia. Em suma, o objetivo final do jornalismo científico está impedindo que a falta de conhecimento seja um fator de desigualdade entre as pessoas na política, cultura e economia, e prevenindo as sociedades e os indivíduos restantes, em uma grande parte do mundo, sobre as bordas dos avanços no conhecimento;
- uma das tarefas fundamentais do jornalismo científico nos países em desenvolvimento é a luta contra a dependência tecnológica. O público deve ser informado sobre os riscos associados a essa dependência e sobre a necessidade de desenvolvimento”.(HERNANDO, 1999)

O jornalismo científico, através de sua função de difusor e divulgador de conhecimento, traz ao indivíduo a compreensão pública da ciência, levando cientistas, jornalistas e sociedade a uma mistura de entusiasmo e preocupação, sendo varridos por uma cruzada para garantir que todos bebam a mesma água límpida das conquistas científicas e inebriem-se de seus benefícios – ou assim é o que parece aos aficionados da compreensão pública da ciência.

2.1.2 O Jornalismo Ambiental

O jornalismo ambiental surgiu juntamente com o movimento ambientalista no fim da década de 60. A primeira entidade reunindo jornalistas preocupados com a questão ambiental surgiu na França durante a Conferência da Biosfera, em 1968. No mesmo período o jornalista Randau Marques, considerado o primeiro profissional da imprensa brasileira especializado em meio ambiente, foi preso pela Operação Bandeirantes por ser considerado subversivo após duas reportagens, uma sobre a contaminação de trabalhadores de gráficas e sapatarias por chumbo em Franca no estado de São Paulo, e

a outra que denunciava os males transmitidos por defensivos agrícolas às pessoas e ao ambiente.

Porém ainda no século XIX destaca-se o engenheiro, jornalista e escritor Euclides da Cunha (1866-1909) em seu livro *Os sertões*, que traz a história da guerra de Canudos, já descrevendo a importância da relação entre o homem e o meio ambiente, mostrando as alterações do solo, da vegetação e o clima.

Essa parte do sertão, na orla dos tabuleiros que se dilatam até Jeremoabo, diverge muito das que temos rapidamente bosquejados. É menos revolto é mais árida. Rareiam os cerros de flancos abruptos e estiram-se chapadas grandes. O aspecto menos revolto da terra, porém, encobre empeços porventura mais sérios. O solo arenoso e chato, sem depressões em que se mantenham reagindo aos estios, as cacimbas salvadoras, é absolutamente estéril. E como as maiores chuvas ao caírem, longamente intervaladas, mal o embebem, prestes desaparecendo sorvidas pelos areais, cobre-o flora mais rarefeita, transmutando-se as caatingas em catanduvás. (CUNHA, 1979)

Euclides da Cunha é considerado por muitos profissionais do jornalismo especializado o “pai” do jornalismo ambiental brasileiro.

Outro marco para o jornalismo ambiental foi a Conferência de Estocolmo em 1972. Mas é em 1992, durante a Conferência da ONU (Organização das Nações Unidas) para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, que o jornalismo ambiental ganha força e adeptos, principalmente no Brasil. Estiveram presentes mais de 100 chefes-de-estado entre presidentes, reis e primeiros-ministros, além de representantes de 170 países, 11 mil membros de entidades internacionais, três mil Ongs (Organização Não Governamental) e mais de seis mil jornalistas de todas as partes do mundo, que trouxeram o debate sobre a questão ambiental. Era preciso se preparar para pautas que ainda se mantinham distantes das redações. Temas como biodiversidade, desenvolvimento sustentável, mudanças climáticas ainda não faziam parte do cotidiano de um país que acabara de eleger pelo voto seu presidente após 26 anos de regime militar. Segundo a jornalista e pesquisadora Eliana Lima ,

na Rio 92 foram dados passos decisivos para o que hoje poderia ser chamado de globalização dos problemas ambientais. Neste momento a imprensa começou a noticiar mais sobre meio ambiente, com reportagens e artigos sobre os mais variados assuntos dentro da pauta ambiental sendo objeto de investigação constante desde então. (LIMA, 2004)

Durante o evento, jornalistas receberam aulas sobre os temas que seriam discutidos, entidades de classe como a Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas) realizaram workshops, publicações de guias, reuniões e boletins. As empresas de comunicação

contrataram especialistas para auxiliar na produção das matérias que foram veiculadas. As mídias em geral criaram editorias específicas para as pautas ambientais, principalmente jornais e revistas, vivemos o auge da “febre ecológica”, redações de todos os grandes jornais do Brasil mantinham repórteres de plantão em frente ao Ibama (Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) para saciar a ânsia por notícias ambientais”. (ROSA, 2005).

Infelizmente, após a conferência, toda essa euforia e interesse foram desaparecendo, alguns cadernos e programas televisivos² foram enfraquecidos e tiveram sua frequência, tiragem e horários alterados e a maioria foi encerrada.

O Jornalismo Ambiental é considerado um ramo do Jornalismo Científico, pois lida com a ciência e busca difundir a relação sociedade – meio ambiente.

a comunicação é essencial para a conscientização pública de segmentos da sociedade sobre como agir para a promoção do desenvolvimento sustentável. Ele enfatiza também, que todos têm direito à informação e que a imprensa é a forma de democratizar a informação científica e tecnológica embutida nas questões ambientais. (ZIGGIATTI, 1998)

É possível afirmar que a mídia contribui muito para o aumento da consciência e atos dos indivíduos no combate aos problemas ambientais, juntamente com as de ONG's ambientalistas e órgãos de governo. O movimento ecológico e o jornalismo ambiental – desde o início dos anos 70 – têm dado um bom exemplo de compromisso com a cidadania na medida em que foram os primeiros a colocar na ordem do dia conceitos e discussões que ficavam até então restritos às instituições de pesquisa e universidades. Com o tempo as pessoas começaram a entender o que é poluição, o que é agrotóxico, qual o problema da camada de ozônio, para ficar só nestes exemplos, e a se somarem aos grupos que reivindicam melhoria da qualidade da água, do ar, do solo, enfim, da vida.

O jornalismo ambiental deve buscar mudanças conceituais e práticas na própria concepção da comunicação e da ciência ecológica. Se antigamente homem e natureza eram estudados de formas separadas, hoje isso não é mais possível. É notório que um não vive sem o outro, então a forma de se divulgar a questão ambiental também deve mudar.

De acordo com Alfredo Pena Vega,

² Podemos citar o caderno JB Ecológico do Jornal do Brasil e o Globo Ecologia da TV Globo que, apesar de ainda existirem, sofreram drásticas alterações.

a degradação crescente do meio ambiente nos leva a pensar sobre a emergência de uma *nova ecologia* particularmente por meio de uma visão paradigmática que associa num todo único e sob a forma de múltiplas curvas os elementos: organização viva, natureza, homem e sociedade. (VEGA, 2005)

O jornalismo ambiental, diferente de outras especialidades como o econômico, o esportivo ou o político, ainda carece de profissionais que vejam nele uma oportunidade real para produção de boas matérias e um novo nicho de mercado de trabalho. Segundo o professor uruguaio Victor Bacchetta,

Si consideramos al medio ambiente como el conjunto de sistemas naturales y sociales habitados por el humano y los demás seres vivos existentes em el planeta y de los cuales obtienen su sustento, el periodismo ambiental es uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo. (BACCHETTA, 2000)

A International Federation of Environmental Journalists (IFEJ)³, criou um "Código de Ética para Jornalistas Ambientais" que estabelece os seguintes princípios :

1. O jornalista deve informar o público sobre as ameaças ao ambiente;
2. O jornalista deve esforçar-se para relatar diversos aspectos e assuntos
3. relacionados com o meio-ambiente;
4. O jornalista desempenha um papel vital, permitindo às pessoas recorrer à ação para proteger o meio-ambiente;
5. O dever do jornalista está, não somente em alertar as pessoas sobre os perigos que a cercam, mas também em acompanhar tais ameaças e em mantê-las informadas sobre as ações tomadas para resolver os problemas;
6. O jornalista deve também tentar realizar reportagens que apresentem soluções possíveis aos problemas ambientais.
7. O jornalista não deve ser influenciado por interesses comerciais, políticos, governamentais ou não governamentais, dando espaço para todos os lados envolvidos em todas as controvérsias ambientais que estiver cobrindo;
8. O jornalista deve manter o máximo de isenção possível, citar as fontes da informação e evitar o comentário especulativo ou alarmista, bem como a reportagem tendenciosa.
9. O jornalista deve promover a igualdade no acesso à informação e ajudar organizações e indivíduos a recebê-la.
10. O jornalista deve respeitar o direito à privacidade dos indivíduos que foram afetados por catástrofes ambientais, por desastres naturais e também quando assim desejarem, em qualquer caso.
11. O jornalista não deve hesitar em corrigir uma informação que acreditava estar correta e na verdade estava errada, ou tentar mudar a opinião pública através de análises à luz de acontecimentos futuros. (URBAN, 2005)

³ Federação Internacional de Jornalistas Ambientais sediada em Washington D.C ,nos Estados Unidos.

Os veículos de comunicação possuem certo receio quanto à publicação de matérias ambientais, principalmente por serem em sua maioria denúncias políticas ou empresariais, o que pode atrapalhar futuras negociações comerciais desses veículos. É comum vermos matérias ambientais em editoriais específicas, como ciência e tecnologia, ou ambiente, o que não agrada aos pesquisadores da área, pois o conceito de visão holística e sistêmica tem por finalidade demonstrar que as matérias relacionadas às questões ambientais podem fazer parte de qualquer tipo de notícia, da econômica até a esportiva.

os jornalistas deverão mudar, e seu modo de pensar, fragmentário, deverá tornar-se holístico, desenvolvendo uma nova ética profissional baseada na consciência social e ecológica. Em vez de se concentrar em apresentações sensacionalistas de acontecimentos aberrantes, violentos e destrutivos, repórteres e editores terão de analisar os padrões sociais e culturais complexos que formam o contexto desses acontecimentos, assim como noticiar as atividades pacíficas, construtivas e integrativas que ocorrem em nossa cultura. (GIRARDI, 2002)

A cobertura do meio ambiente mostra que é necessário se contemplar realidades e instâncias distintas no processo de comunicação que se orienta para esta temática.

Segundo o professor Wilson da Costa Bueno,

A cobertura apresenta singularidades quando se considera a imprensa de informação geral ou de negócios, a imprensa segmentada ou especializada em meio ambiente, a publicidade, os canais de marketing, ou ainda quando se focaliza especificamente as diversas mídias ou ambientes midiáticos, como o rádio, a TV e a Internet. Em virtude das peculiaridades de cada mídia e do perfil de sua audiência, o discurso varia assim como sua capacidade de influência. (BUENO, 2002)

Recentemente, polêmicas travadas em virtude de temas candentes, como a Biodiversidade (que engloba subtemas como biopirataria, extinção de espécies), as Relações Sócioambientais (como os transgênicos, o Protocolo de Kioto, os desmatamentos para a criação de pastos), e as Mudanças Climáticas Globais, trouxeram novo impulso ao jornalismo ambiental. Para Mario Erbolato,

A desapropriação de áreas onde existam espécimes raros da flora e da fauna, o desaparecimento de animais em consequência da alteração de seu habitat e o uso de defensivos agrícolas têm preocupado bastante os cientistas, e também os jornalistas. Toneladas de peixes que vêm a tona, mortos, em rios, quando alguma indústria neles despeja seus resíduos, são notícias não muito raras. Jornalisticamente, devem ser feitos levantamentos e denúncias de tudo quanto prejudique a vida humana, seja na cidade, seja nos campos, e ser impedida a fabricação de produtos que possam causar a destruição de animais. Talvez seja essa hoje, uma das mais prioritárias missões que se possa atribuir à imprensa, pois se tudo caminhar como atualmente, é difícil saber o que acontecerá dentro de um ou dois decênios. (ERBOLATO, 1981)

Em 1987, o conceito de Desenvolvimento Sustentável aparece no relatório chamado de Nosso Futuro Comum, baseado no relatório da Comissão Brundtland, presidida pela ex - ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland para a ONU, dizendo que é um tipo de desenvolvimento que permite utilizar os recursos naturais para satisfazer as necessidades do presente, sem extingui-los para que possam também ser utilizados pelas próximas gerações.

Para o pesquisador Enrique Leff,

os desafios do desenvolvimento sustentável implicam a necessidade de formar capacidades para orientar um desenvolvimento fundado em bases ecológicas de equidade social, diversidade cultural e democracia participativa. Isto estabelece o direito à educação, a capacitação e a formação ambiental como fundamentos da sustentabilidade, que permita a cada pessoa e cada sociedade produzir e apropriar-se de saberes, técnicas e conhecimentos para participar na gestão de seus processos de produção, decidir sobre suas condições de existência e definir a sua qualidade de vida. (LEFF, 2001)

A busca pela sustentabilidade é dever de todos, temos que estar informados de como nossas ações cotidianas podem influenciar em um sistema tão complexo e frágil como o ambiente. Há anos estamos adaptando a biosfera as nossas necessidades essenciais ou supérfluas, e isso a informação ambiental pode mostrar. Apesar da temática ambiental estar cada vez mais em evidência, como veremos nesse estudo, ainda são poucas as matérias que interrelacionam a tríade sociedade, desenvolvimento e meio ambiente. Alguns marcos científicos, como a já citada Rio 92, e atualmente o anúncio da Unep (United Nations Environmental Program), órgão das Nações Unidas para o Meio Ambiente, através do IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) em fevereiro de 2007, divulgando um relatório com relação aos efeitos já ocasionados pelas mudanças climáticas e suas principais causas, demonstrando claramente que o homem é o grande responsável pelas drásticas mudanças globais que vêm ocorrendo nos últimos séculos, através principalmente da emissão de CO₂, auxiliam na pesquisa e difusão das pautas ambientais. Também é importante uma maior profundidade das reportagens divulgadas. Para o apresentador do programa Cidade e Soluções do canal GNT, o escritor André Trigueiro,

Na era da informação, na idade média, onde os profissionais da comunicação pertencem ao que se convencionou chamar de Quarto Poder, meio ambiente ainda é uma questão periférica, porque não alcançou esse sentido mais amplo, que extrapola a flora e fauna. O interessante é que esse

sentido mais amplo está na origem da expressão meio ambiente, que reúne dois substantivos redundantes: meio (do latim *mediu*) significa tudo aquilo que nos cerca, um espaço onde nós também estamos inseridos; e ambiente portanto, seria tudo o que vai à volta. Mas dizer que meio ambiente é tudo seria simplificar demais a questão. (TRIGUEIRO, 2005)

A Comunicação Ambiental tem áreas de intersecção importantes, referindo-se a temas como a questão do lixo urbano, a poluição industrial, e assim por diante. É importante que estas questões sejam vistas sempre sob uma perspectiva crítica, os meios de comunicação se interessam por superficialidades da luta ambiental. E não pelas questões de base, que são questões, digamos, transformadoras.

Essa comunicação tem uma atuação fundamental buscando desta forma trazer à sociedade em geral, de forma leve e facilmente compreensível, histórias e opiniões sobre causas e efeitos da proteção e degradação ao meio ambiente. Segundo a professora da Universidade Federal do Rio do Sul e jornalista Ilza Maria Tourinho Girardi.

Paralelamente à avalanche de notícias que são passadas pela mídia existe um crescente grau de desinformação na nossa sociedade. Isto nos impede de tomar decisões que dizem respeito ao tipo de sociedade que queremos para viver, ou que estamos construindo para nossos filhos. Outras vezes decidimos de forma equivocada ou simplesmente ficamos imobilizados frente a tantos horrores que chegam em nossa casa através da mídia ou via Internet. (GIRARDI, 2002)

Temos a convicção de que alguns equívocos que podemos observar nessa área derivam da tentativa recorrente de reduzir este campo a dimensões e perspectivas específicas como, por exemplo, as que privilegiam os aspectos técnico-científicos e econômicos. Este reducionismo conceitual esvazia o campo do jornalismo ambiental exatamente porque compromete a sua condição de disciplina e prática inter e multidisciplinares e tem servido para atender a interesses que penalizam a sociedade.

Para Souza e Fernandes.

Na sociedade atual, quando as Ciências Humanas estão voltadas para os valores do meio ambiente, o fenômeno da globalização padroniza os interesses dos habitantes do planeta, torna-se necessário que se busque analisar criticamente os fatos comunicacionais na sua interface com a economia, com a ecologia, uma vez que a mídia perpassa tudo, desde o contexto sócio-histórico em que ocorrem os fatos, até os processos de produção, transmissão e recepção das formas simbólicas que têm o poder de manipular os seres humanos (SOUZA *et al.*, 2005).

É dever da mídia não deixar que este conceito de sustentabilidade se torne um clichê ou que entre no rol das palavras utilizadas apenas para promover empresas ou pessoas. O chamado marketing verde está em alta entre as empresas, devido ao populismo dos fatos preservacionistas .

Conforme o jornalista e ambientalista Vilmar Berna

a comunicação ambiental não é neutra é um instrumento que tanto pode estar a serviço de grupos e pessoas empenhadas sinceramente na defesa do meio ambiente, quanto movidas por interesses individuais ou corporativos que contratam profissionais para tentar passar uma imagem de ambientalmente responsáveis, sem ser, para se apossarem de recursos naturais ameaçados antes que se tornem indisponíveis ou caros demais tirar de onde está. Diante da impossibilidade de neutralidade, o profissional de comunicação ambiental precisa balizar sua conduta por um código de ética ambiental (BERNA, 2003).

A informação ambiental deve ser de fácil entendimento pelo leitor e também conter os aspectos científicos citados pela fonte. É o que o meio acadêmico chama de “vulgarização do saber”. Uma boa reportagem ambiental deve estar profundamente embasada em conceitos técnicos, mas com uma tradução simples e objetiva. A comunicação é essencial para a conscientização pública de segmentos da sociedade sobre como agir para a promoção do desenvolvimento sustentável, além do que todos têm direito à informação e que a imprensa é a forma de democratizar a informação científica e tecnológica embutida nas questões ambientais, pois “tamanho responsabilidade certamente obriga cada jornalista ambiental a refletir sobre a qualidade da informação diariamente levada ao público. Trabalhar com consciência no lugar que o jornalismo ocupa na agenda ambiental é se preocupar muito mais com a precisão, o rigor científico, as opiniões embutidas nos textos e a educação do leitor. É trilhar o caminho sem volta do compromisso” (JOHN, 2001).

Para que uma reportagem sobre meio ambiente atinja seus objetivos, que são a informação, a divulgação e a facilitação ao entendimento dos acontecimentos, o jornalista Peter Nelson descreve em seu livro as características que devem nortear uma boa matéria ambiental:

1. Escreva reportagens originais, com frases simples e claras evitando misturar várias idéias complexas em um só parágrafo, assegurando que o leitor está acompanhando seu raciocínio. Acrescente contexto e informações suficientes para que o leitor compreenda claramente a reportagem. Reformule ou elimine as informações técnicas que poderiam confundir ao invés de instruir. Use muitas descrições. Faça o leitor sentir o gosto e o cheiro da história, faça-o ver.

2. Crie e preserve as boas fontes, sendo gentil, deixando a pergunta mais difícil para o final.
3. Prepare-se com antecedência. Faça perguntas que o ajudem a expandir seus conhecimentos sobre as questões em geral. Peça às fontes que lhe recomendem livros, glossários ou material informativo básico.
4. Traduza o jargão ambiental. Verifique se está usando linguagem cifrada, se o texto não vai confundir o leitor. Se explicou de maneira precisa e apropriada o jargão e os termos científicos e se o texto ajuda a aumentar o conhecimento dos leitores ou telespectadores.
5. Torne a reportagem viva e atraente.
6. Repense as estatísticas. Ao usar números pense em termos de analogia. Ao citá-las, assegure-se de que são fáceis de entender.
7. Cuidado com os conceitos científicos, criando seus próprios arquivos sobre assuntos de interesse; guarde artigos de revistas, recortes de jornais e dicas.
8. Examine as informações com espírito crítico, procurando evitar frases longas, parágrafos desconexos e longas citações.
9. Procure o equilíbrio, pedindo exemplos, especificando soluções para os problemas
10. Não esqueça a repercussão. (NELSON, 1994)

A maioria dos jornalistas que trabalham com as questões sobre meio ambiente se posicionam a favor das causas ambientais, mas apesar disso eles têm a função de informar ao público, com material preciso e imparcial, deixando que o leitor avalie e tome suas decisões. Também é importante frisar que os meios de comunicação podem e devem servir de ferramenta para a educação ambiental, mas não cabe a eles essa função, que pertence a professores e pedagogos. (BORTOLOZZI, 1999) revela que boa parte das informações que os professores de escolas públicas recebem sobre meio ambiente vem da mídia, especialmente da televisão.

Conforme Jane Rocha Alves,

Acredita-se que o jornalismo ambiental deva contextualizar o homem dentro da natureza, apresentando os problemas, suas causas e conseqüências, sugerindo soluções, estimulando ações para que possam enfrentá-los. Contribuindo para a formação da cidadania ambiental. Portanto, estimular a solidariedade, justiça social, valorização da vida, debater segurança e exclusão social, esses temas se relacionam com a vida pessoal e coletiva do homem, estimulam a formação de atitudes humanizadoras na preservação e na defesa do homem. Incentivando relações sociais de respeito à natureza, a si próprios e aos demais seres humanos. (ALVES, 2002)

O jornalismo ambiental está se constituindo em uma especialidade na qual a formação de profissionais capacitados se torna imprescindível, do mesmo modo como ocorreu no caso dos cronistas esportivos na década de 1940 e dos jornalistas especializados em economia e política nos últimos vinte anos. (ALVES, 2002).

Não bastasse o dever social intrínseco da mídia e da área acadêmica, resta ainda a própria legislação a requerer dos meios de comunicação uma participação cívica no esclarecimento da população sobre meio ambiente e sustentabilidade, o que é um direito de todos, democraticamente, como se pode aferir da Lei 9.795/99, em seu artigo 3º combinado com o parágrafo IV (CAMPOS, 2006): Como parte de processo educativo mais amplo, todos têm direito à educação ambiental, incumbindo: IV – Aos meios de comunicação de massa colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação. (BRASIL, 1999)

2.2 A responsabilidade social da imprensa: informação e educação ambiental

A mídia é hoje a principal fonte de informação para grande parte da população. No Brasil 162,9 milhões de pessoas moram em domicílios com TV; isso significa que nove em cada dez moradias têm um aparelho, “32,3% a mais do que os 123,2 milhões de domicílios com rede coletora de esgoto ou fossa séptica” (IBGE, 2005).

Há municípios sem agência dos correios, posto bancário ou unidade básica de saúde, mas não há uma única cidade no Brasil que não receba a programação de uma emissora de TV. Segundo dados do IBGE, o brasileiro passa quase cinco horas diárias na frente da televisão, a criança, em média, de 3 a 4 horas; “depois da escola, é a atividade que mais ocupa o tempo dos jovens, muitas vezes servindo como principal fonte de lazer” (PNUD, 2006). Isto tudo nos mostra a importância dos veículos de comunicação, principalmente a televisão e o rádio, na transmissão da informação e no processo educativo do indivíduo; muitos que os acompanham não têm outro canal de informação, nunca frequentaram uma escola e não têm acesso a livros.

Para Prada, *“la educación se funda em procesos comunicacionales y se desarrolla em sistemas de información”*. E continua: *“La comunicación humana, em todo clima, bajo cualquier circunstancia y modalidad, como base de interacciones e interrelacionaes sociales, contiene elementos de aprendizaje y de educación”* (PRADA, 1990).

Já Paulo Freire pensa em uma “Pedagogia da Comunicação”, que objetiva o diálogo para a compreensão do mundo pelo ser humano. Logo, o diálogo entre a educação e o homem é o que significa a comunicação (FREIRE, 1980).

O jornalista Roberto Villar Bellmonte debate a função dos meios de comunicação em relação à importância da discussão dessa temática. De acordo com o autor, os meios de comunicação desempenham sua função primordial, que é informar, embora, por vezes, assustem a população. Mas, frente à crise ecológica, a imprensa também deve assumir o papel de educar e transformar. (BELLMONTE *et al.*, 2001)

Para alguns pesquisadores não é função do jornalismo, educar; no entanto, ele pode e deve servir como ferramenta para esse intento. Existe um campo pedagógico chamado de Educomunicação ambiental que busca utilizar veículos de comunicação como jornais, reportagens de televisão e de rádio como ferramentas pedagógicas, fazendo essa relação entre comunicação e educação.

Segundo o professor Ismar de Oliveira Soares,

a educomunicação é um campo de convergência de todas as áreas das ciências humanas. É um conceito novo, mas que é originário de experiências como as de Paulo Freire junto às ligas camponesas de Pernambuco nos anos 50, os “círculos de cultura”. Essas experiências de educação popular com forte interface na comunicação foram fundamentais a toda concepção pedagógica de Freire e ganham força de novo a partir dos anos 70. Atualmente, produzem resultados extraordinários em projetos culturais, sócioeducativos e ambientais por todo o Brasil e em outros países. (SOARES, 2004)

O educador francês, Celestin Freinet destacava como a mídia poderia participar do processo educacional e o usava com dinâmica e participação. De acordo com Marisa Del Gioppo Elias (ELIAS, 2001) “Freinet explica que a imprensa é um dos recursos mais ricos e produtivos no processo de construção da narrativa, momento em que a criança pode explicar a experiência vivida. Desta forma, pode ser usada para a construção do conhecimento científico de forma lúdica e cooperativa”. Para Pedro Celso Campos,

em virtude da responsabilidade social que lhe é inerente, o jornalismo deve voltar-se para a educação ambiental permanente. Para tanto é necessário que os estudantes travem contato, na Universidade, com uma abordagem sistêmica indispensável à compreensão das relações entre os fenômenos, não só que se referem ao meio ambiente, mas em relação ao próprio ensino, como instância de educação libertadora, para vencer os preconceitos, romper os paradigmas do racionalismo estabelecido, refundar a ética e rever o conceito de objetividade. (CAMPOS, 2006)

A Conferência Internacional de Tbilisi em 1977 definiu que “a educação ambiental é um processo de reconhecimento de valores e clarificação de conceitos, objetivando o desenvolvimento das habilidades e modificando as atitudes em relação ao meio ambiente, para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos. A educação ambiental também está relacionada com a prática das tomadas de decisão e a ética, que conduzem para a melhoria da qualidade de vida” (SATO, 2003).

Mas, para que o jornalismo possa ser utilizado com frequência no processo de educação ambiental, é necessário que os profissionais da área busquem aprofundar seus conhecimentos sobre os temas a serem difundidos e discutidos. É imprescindível que a informação não contenha erros científicos ou de conhecimento. Para Luis Fernando Angerami Ramos “os meios de comunicação influenciam a humanidade na discussão dos temas ambientais com vistas à remodelação dos exemplos de desenvolvimento e da degradação ao meio ambiente” (RAMOS, 1995).

O jornalismo em meio ambiente pode auxiliar o debate ambiental, demonstrando a interdisciplinaridade dos eventos ecológicos. Uma matéria que fale de lixo pode ser incrementada com populações que vivem nos bolsões de pobreza, incluindo os lixões e também famílias que conseguem sobreviver graças aos materiais recicláveis. Se academicamente é mais difícil para um educador trabalhar de maneira holística o meio ambiente e qualquer outra ciência ou evento social, para o jornalismo isto é fundamental. De acordo com a Lei de Política Nacional de Meio Ambiente (lei 6.938 de 31/08/81) em seu capítulo X no artigo 135,

A educação ambiental é um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, no processo educativo formal e não formal.

Parágrafo único: Entendem-se por educação ambiental os processos mediante os quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a proteção ambiental e o uso sustentável dos recursos naturais. (ARAÚJO, 2006)

Ainda em seu artigo 137, a lei diz que:

São princípios básicos da educação ambiental:

1. o enfoque humanista, democrático e participativo;
 2. a concepção do meio ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o socioeconômico e o cultural, sob o enfoque da sustentabilidade;
 3. o pluralismo de idéias e concepções pedagógicas, na perspectiva da interdisciplinaridade;
 4. a vinculação entre a ética, o trabalho e as práticas sociais;
 5. a garantia de continuidade e permanência do processo educativo;
 6. a permanente avaliação crítica do processo educativo;
- (ARAÚJO, 2006)

Infelizmente, o que ainda se vê nos meios de comunicação são matérias poucos profundas e sensacionalistas. Muito se fala sobre extinção, ou mudanças globais, mas, na maioria dos casos, exploram-se seus efeitos, e muito pouco se informa sobre suas causas. A matéria ambiental, por ser científica, deve ser mais informativa, realizar um trabalho de divulgação científica. A fragmentação dos temas ambientais pela imprensa é vista como o grande problema comunicacional da informação ambiental, pois leva o leitor a pensar que ele não faz parte da temática e está distante das resoluções dos problemas que venham a ocorrer nas geleiras da Groenlândia ou com o massacre de cangurus, se estamos tão distantes desses lugares. O despreparo de profissionais da Comunicação nas questões ambientais, e muito mais em relação à educação ambiental,

leva à transmissão de conceitos ambientais equivocados, de teor principalmente naturalista, priorizando problemáticas globais, o que induz a população a pensar a realidade ambiental a partir de temas e vocabulários distanciados de seu próprio cotidiano. (AMBIENTAL, 1997)

O engenheiro Edson Luiz Pizzigatti Correa cita alguns problemas das informações ambientais divulgadas pelos veículos de comunicação

...pode-se constatar a ausência de matérias que contribuam para a formação de uma sociedade com poder crítico em relação à manutenção da qualidade ambiental pelas constatações de que há um pequeno número de fontes consultadas, superficialidade e fragmentação da informação na abordagem dos temas, interesses editoriais divergentes da perspectiva ambiental, assim como a falta de iniciativas efetivas de divulgação institucional que tenham por finalidade a educação ambiental. (CORREA, 2007)

Mas existem alguns veículos chamados alternativos, como revistas especializadas e agências de notícias ambientais que divulgam a informação ambiental de maneira sistêmica e conjunta, como são os casos das revistas ECO 21, Revista do Meio Ambiente, Consciência ambiental e as agências de notícias Envolverde, Ecoagência, Planeta Sustentável, além de *blogs* particulares que buscam levar aos leitores uma informação de qualidade e compreensível. Entretanto, por serem voltadas a uma temática específica, não têm um alcance que possa ser considerado ideal, além de viverem com dificuldades, devido à falta de apoio de agências de publicidade.

Segundo Vilmar Berna, editor e fundador da Revista do Meio Ambiente,

os recursos para publicidade em matérias ambientais, quando existem, são desviados, primeiro para a mídia de massa das capitais, depois, para as mídias de massa do interior, e só por último, e eventualmente, para as mídias especializadas, como a do segmento ambiental. O que parece uma simples questão econômica, na verdade tem sido uma forma de impedir o crescimento e até a manutenção de veículos de meio ambiente, que são estratégicos para a democratização da informação ambiental no Brasil". (BERNA, 2002)

Também podemos citar como boas fontes de material ambiental os *webgroups* formados por internautas que se preocupam com a questão, como a Rede Brasileira de Jornalistas Ambientais (RBJA), a Rede Caribenha e Latino Americana de Jornalismo Ambiental (RedCalc), a Rede Brasileira de Educação Ambiental (Rebea) e a Rede Brasileira de Informação Ambiental (Rebia), todos com mais de 200 membros, que interagem de todas as partes do hemisfério sul, trocando informações.

O alcance de um futuro sustentável está no fomento, entre a população, da importância do meio ambiente. A incorporação dessa consciência permite que os membros de uma comunidade se identifiquem na busca de um propósito de mudança “aprendendo com seus próprios erros e tentativas, a desenvolver suas capacidades de organizarem-se, integrarem-se e se auto-ajudarem para dobrar os obstáculos que se opõem a seus processos particulares de desenvolvimento. Uma das formas das pessoas adquirirem essa consciência e serem capazes de acessar e assimilar informações necessárias à tomada de decisões e à melhoria de sua qualidade de vida é, como foi ressaltado, por meio da Educação Ambiental”. (BARROS, 2004)

O jornalista, através dos veículos de comunicação, muitas vezes é a única e mais confiável, fonte de informação. Ele deve estar sempre em busca da matéria mais verossímil, indo atrás de boas fontes, estudando, questionando e sempre trabalhando com ética. Isto porque, antes de auxiliar na formulação de uma consciência crítico pedagógica, é necessário refletir com equilíbrio e responsabilidade. Além disso, precisamos saber se já estamos preparados para lidar com os novos tipos de linguagem que possam advir das exigências de uma população mais conhecedora de seus direitos e preocupada com o futuro que está por vir.

Segundo a jornalista e mestre em Educação, Claudia Jawsnicker (2007), é função de veículos que trabalham com a informação possibilitar que cidadãos, através dos mais diversos olhares do campo jornalístico, percebam, entendam e intervenham no mundo que os cerca. Canela (2006) complementa, argumentando que, em sociedades complexas, o acesso à informação contextualizada é ferramenta de poder para cidadãos, permitindo que venham a conhecer e exigir seus direitos, exercendo, desta maneira, a própria independência e cidadania..Martins e Paulino resumem que a mídia faz parte de uma esfera pública, e como tal, não pode estar dissociada dos ideais de justiça e de interesse público (SILVA *et al.*, 2005).

2.3 Os temas candentes da comunicação sobre desenvolvimento sustentável

Ultimamente, as matérias sobre assuntos ambientais têm sido constantes nos veículos de comunicação. Os temas abrangidos por esses veículos têm-se diversificado a partir do momento que novas espécies e relações ecológicas têm sido descobertas. Observando essas matérias é possível selecionar três grandes temas: Biodiversidade, Mudanças Globais, e Relações Sócioambientais, e vários subtemas, que têm grande relevância e são abundantemente citados pela mídia em geral.

2.3.1 Biodiversidade

Para Sarita Albagli (1998), “a questão da biodiversidade desponta dentre os temas ambientais planetários nos anos 80, juntamente com outras questões ambientais de alcance transfronteira, tais como a destruição da camada de ozônio, a mudança climática global associada ao efeito estufa, a poluição dos ambientes marítimos e a devastação das florestas”. (ALBAGLI, 1998)

No jornalismo, a Biodiversidade trabalha com os temas relacionados a diversidade ecossistêmica como a Mata Atlântica, os manguezais, o Cerrado, a Caatinga, restingas, floresta Amazônica, Pantanal, extinção e descoberta de novas espécies da fauna e flora, conceitos de preservação, entre outros.

No discurso da mídia existe certa concorrência entre um discurso de perda e um discurso de ganho, ou seja, a floresta como fonte de benefícios e os métodos de valorá-los: “A destruição das florestas tropicais do mundo, no montante exorbitante de cerca 25 a 30 milhões de hectares por ano, pode privar as futuras gerações de uma variedade de valiosos recursos monetizáveis de medicina natural, incluindo alguns que poderiam curar o câncer”. (DUTRA, 2003)

De acordo com o texto da Convenção da Biodiversidade:

“Biodiversidade é a variabilidade entre os organismos vivos de qualquer fonte incluindo, entre outras coisas, os ecossistemas terrestres e marinhos e outros ecossistemas aquáticos e complexos ecológicos dos quais fazem parte, compreende a diversidade dentro de cada espécie, entre as espécies e dos ecossistemas. (PNUMA, 1992) .

Para o biólogo David Tilman,

O desenvolvimento dos últimos anos é uma das causas da perda de biodiversidade e diminuição de *habitat*. As espécies são resultado de três bilhões de anos de seleção natural que melhorou sua eficiência, produtividade e especialização e por isso estes organismos foram o catalisador do processo que os transformou em comida, remédios, energia e outros.

A perda da biodiversidade irá diminuir a capacidade dos ecossistemas de prover a sociedade com um suprimento sustentável e estável de bens e serviços essenciais.⁴ (TILMAN, 2000)

No Brasil a biodiversidade poderia constituir importante fonte de riqueza. No entanto, seu impacto para a garantia do bem-estar e da saúde do povo somente será atingido por meio do conhecimento das interações recíprocas dos organismos. Essa meta exige o discernimento da linguagem da natureza, a fim de que se possa entender, participar e interferir no seu funcionamento. Que não haja dúvida a respeito: a maior parte dessa forma de comunicação é constituída por vocábulos científicos. (GOTTLIEB *et al.*, 1998), e é dever da imprensa codificar essa linguagem para a população. Mas, a divulgação da biodiversidade também é utilizada política e economicamente, tanto com matérias “plantadas” quanto com material publicitário. Em seu livro *Geopolítica da Biodiversidade*, Sarita Albagli diz que o que está em jogo também é o próprio destino das estratégias de conservação da biodiversidade, uma vez que o pragmatismo econômico pode revelar-se frágil, à medida que depende da nossa habilidade em demonstrar os benefícios econômicos da biodiversidade para a humanidade. Em última análise, expõe a visão utilitarista em sua total crueza, pois possibilita perguntas como “afinal, para que serve a biodiversidade”? (ALBAGLI, 1998). A Convenção da Diversidade Biológica está assentada sobre três pilares: a conservação da biodiversidade; seu uso sustentável; e a distribuição justa e equitativa dos benefícios oriundos desse uso sustentável, e é nesses pilares que os veículos de comunicação devem focar suas pautas e matérias. É importante fazer uma reflexão sobre a riqueza e a importância da biodiversidade para a economia nacional e mundial. É necessário que nossos cientistas se envolvam cada vez mais na luta pela preservação da natureza e que façam programas de utilização da biodiversidade, os quais sejam ecológica e economicamente viáveis e estejam amplamente associados às questões sociais de nosso país. (GARCIA, 1995)

⁴ Livre tradução do autor

2.3.2 Mudanças Globais

Este é outro grande tema de preocupação sobre o desenvolvimento sustentável que dispõe de grande espaço na mídia, principalmente após o relatório de fevereiro de 2007 do IPCC (International Panel of Climate Change) órgão da ONU. Ele alertou sobre como as conseqüências das mudanças causadas pelas interferências antropocêntricas no sistema climático envolvem um risco iminente no processo de gerenciamento da vida, que inclui tanto a mitigação quanto a adaptação, levando em conta os danos causados por essas mudanças climáticas, a sustentabilidade e equidade (IPCC, 2007).

As Mudanças Globais abrangem subtemas como aquecimento global, mudanças climáticas, efeito estufa, diminuição da camada de ozônio, eventos extremos, colapsos naturais, corrente termohalina, desertificação. Segundo NOBRE “*Mudanças Globais são mudanças em escala global que afetam o funcionamento do Sistema Terrestre, são muito mais do que mudança climática, também são mudanças sócio-econômicas e também biofísicas*”. (NOBRE, 2006).

Odum e Barrett afirmam que,

... a mudança é um atributo natural dos ecossistemas da terra, com organismos respondendo e se adaptando aos padrões espacial e temporal do clima e outras características físicas, incluindo eventos tectônicos, à circulação atmosférica e oceânica, e aos ajustes do solo. Tais mudanças biológicas e ecológicas são frequentemente o resultado de atributos individuais, da população ou comunidades, como a tolerância aos fatores físico-químicos, habilidade de competir por recursos limitados, e os processos funcionais (ingestão, crescimento, taxas de respiração). Todas estas mudanças ocorrem no meio ambiente a partir de um distúrbio natural, equilíbrio ecológico ou “estado estacionário”. Todos os ecossistemas estão sujeitos a uma variedade dos distúrbios naturais e antropogênicos que variam em sua duração, freqüência, tamanho, e intensidade, e tem um papel crucial em facilitar a adaptação à essas mudanças”⁵(ODUM *et al.*, 2004)

Odum demonstra que as mudanças globais são atributos do ecossistema terrestre, mas o homem interfere na freqüência, no tamanho e na intensidade destas mudanças.

Já o geólogo e professor da Universidade Federal da Santa Catarina, Toni Tapani, tem uma idéia diferente das divulgadas pelos últimos relatórios e pesquisas acadêmicas, “segundo os relatórios do IPCC, parece claro que o homem está produzindo o aumento de gases de efeito-estufa na atmosfera e que isto está causando o aquecimento global”. Este é o motivo de uma preocupação internacional e se estudam medidas para reduzir as

⁵ Livre tradução do autor

emissões destes gases. Porém, o comércio de taxas de carbono e a recusa dos EUA em adotar mesmas medidas ameaçam efeitos positivos à questão.

Segundo Vitousek(1997)

Mudanças Globais são causadas pelo homem principalmente devido ao aumento da concentração de gás carbônico na atmosfera, alterações no ciclo biogeoquímico do nitrogênio e outros elementos, a persistência em produzir e liberar compostos orgânicos como clorofluocarbonetos, estender mudanças no uso e cobertura do solo, caçar e colher espécies em grandes quantidades e incentivar a invasão de espécies exóticas. Todos esses fatores representam claramente fatores causadores das mudanças globais no meio ambiente e são causados pelo homem..

As mudanças climáticas são comuns no comportamento do planeta Terra e as suas principais causas são geológicas ou astronômicas. Essa busca pela dualidade da informação deve sempre fazer parte do jornalismo ambiental, ainda mais quando os temas são complexos e com temas que trabalham diversas vertentes de pesquisas. Cenários de catástrofes, freqüentemente apresentados na mídia de forma simplista, sem o necessário questionamento, devem ser descartados, pois, seguramente, o planeta não está caminhando para o colapso, em curto prazo, e ainda não dispomos de informações seguras para previsões muito distantes. Por outro lado, há uma propensão nítida de mudança na matriz energética mundial, tendendo os combustíveis fósseis, acusados de responsáveis pelo efeito estufa, a ocupar lugar mais modesto, em favor de energias limpas e renováveis. Importantes investimentos vêm sendo feitos, nesse sentido, por iniciativa empresarial e na esfera das políticas públicas. Não obstante esses aspectos positivos, medidas cautelares tomadas no plano internacional, visando restringir a liberação de gases, como as preconizadas pelo Protocolo de Kyoto, são bem-vindas, pois é chegado o momento de se traçar uma estratégia comum em favor da natureza. Trata-se de diretriz que, acima de tudo, encerra um forte conteúdo educativo. (CONTI, 2005). O efeito estufa é o excessivo aumento da temperatura nas camadas mais baixas da atmosfera, como resultado do acúmulo de gases como o vapor d'água, dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido de nitrogênio (NO₂), e outros gerando uma elevação na temperatura (aquecimento global) Há outras convenções como o Protocolo de Montreal, que é um acordo multilateral global lançado em 1987 em Montreal, Canadá em que os países signatários se comprometeram a adotar medidas de controle, e, mais tarde, de eliminação das emissões de substâncias que reduzam a camada de ozônio.. A *Convenção do Clima* que trata das mudanças climáticas e foi lançada na Rio 92, tem como objetivo a estabilização das concentrações de gases de efeito estufa na

atmosfera num nível tal que evite prejuízos ao sistema climático em decorrência de ações antrópicas (MOUSINHO, 2005). As matérias sobre mudanças climáticas e suas conseqüências também fazem parte do tema Mudanças Globais.

Uma pesquisa divulgada em dezembro de 2007 pela ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância) mostrou que:

A análise do noticiário revela que foi a partir do último trimestre de 2006 que a abordagem sobre as Mudanças Climáticas ganhou expressão nas páginas dos diários brasileiros. Tal tendência guarda relação com eventos marcantes nesse período – lançamento do *Relatório Stern*, do *filme Uma Verdade Inconveniente*, dos relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças do Clima (IPCC, na sigla em inglês) e a ocorrência de fenômenos naturais vistos como prováveis conseqüências das alterações no clima. (ANDI, 2007)

Isso também pode ser observado nas revistas pesquisadas por este trabalho, conforme veremos nos resultados da página 48.

2.3.3 Relações Socioambientais

O último tema a ser observado abrange os outros dois e representa as relações de equilíbrio e de desequilíbrio das sociedades humanas com o meio ambiente. Devemos nos lembrar que o que chamamos de meio ambiente é um sistema que inclui todas as coisas vivas e ainda o ar, a água e o solo que constituem seu hábitat e, portanto, a espécie humana é parte de uma estrutura extremamente complexa, diversificada e interrelacionada da qual não podemos nos divorciar.” (VICENT, 1995)

Segundo Alfredo Pena Veiga, Edgar Morin afirma que “a nova consciência ecológica deve modificar a idéia de natureza, tanto nas ciências biológicas (para as quais a natureza era somente a seleção dos sistemas vivos e não um ecossistema integrador dos ditos sistemas), como para as ciências humanas (para as quais a natureza era amorfa e desordenada). Por outro lado, o que deve igualmente modificar-se é a concepção da relação ecológica entre um ser vivo e seu meio” (PENA-VEGA, 2005). É imprescindível que o ser humano compreenda, já tardiamente, a nossa total dependência diante dos fatores ambientais. Dentro das matérias de relações sócioambientais destacam-se o consumismo de todos os recursos, renováveis ou não, que trazem a poluição, o lixo, as queimadas, a falta de critérios na utilização da água, o uso de fontes de energia fósseis que causam em parte as mudanças globais e o avanço das biotecnologias (transgênicos,

biocombustíveis, clonagem, agrotóxicos). Tudo isso causado pela busca do “desenvolvimento” desenfreado, a todo custo.

Bourdieu, citado por Teixeira (2000), afirma que na luta por fazer uma visão do mundo universalmente conhecida e reconhecida, a balança do poder depende do capital simbólico acumulado por aqueles que têm como objetivo a imposição de várias visões em disputa e principalmente ao fato de que essas visões estejam enraizadas na realidade. Assim, no que se refere à problemática ambiental, as visões predominantes são resultado de uma luta entre diferentes grupos que terão maiores chances de impor seus pontos de vista na medida em que seu capital simbólico seja maior e que as visões por eles defendidas encontrem mais facilmente respaldo em outros valores e idéias fortes presentes nas sociedades.

Estas idéias reforçam a importância da mudança nas relações de poder, da passagem de uma condição de passividade para uma condição de agente por parte daqueles que vivem na interdependência direta e indireta com a natureza nos locais onde se pretende intervir e que dispõem de conhecimentos e experiências que podem se constituir num saber essencial para pensar o que é esta realidade. Tal processo exige mudanças fundamentais. A crise sócioambiental é um fato aceito e construído pela própria sociedade que encontra grandes dificuldades para superá-la. Não se trata apenas de uma crise da natureza, mas de uma crise social, uma crise das relações humanas que não se resolve com paliativos para os problemas sociais mais prementes e exige uma reflexão mais profunda sobre nossos modos de viver.

Segundo Ferreira (1996), o problema central parece ser o sentimento atual e coletivo de perda de sentido da natureza. A natureza objetivada, resultado do processo de dessacralização, esgotou-se em si mesma. Essa natureza reconhecida como sujeito, que não é só cultura, mas também não é homem. Esse homem que não é natureza, mas também é cultura, ambos exigem renominações. (NAVES, 2004).

Então entra o debate sobre a sustentabilidade, palavra que já faz parte do cotidiano da mídia e conseqüentemente da população. Luiz Mauro Martino diz que embora seja inegável o surgimento de boas iniciativas, a ‘diferença’ entre projetos de visibilidade e políticas consistentes voltadas para a sustentabilidade sócioambiental ainda escapa ao discurso midiático – o que é preocupante, já que estamos falando de um filtro através do qual a sociedade interpreta e confere sentido aos acontecimentos. Ou seja, o modo como a mídia seleciona, edita e relata faz toda a diferença na assimilação de conceitos e fatos,

levando-se em conta que “há sempre a escolha do repertório léxico e simbólico usado na representação de um fato” (MARTINO, 2003).

Como não poderia deixar de ser, as políticas públicas também são subtemas das relações sócioambientais. Essas políticas são novas e ainda precisam de reformulações e fiscalização eficiente para que possam funcionar efetivamente. A Política Nacional do Meio Ambiente, editada em agosto de 1981, pela lei 6.938, estabeleceu conceitos, princípios, objetivos, instrumentos, penalidades, fins, além de mecanismos, para sua formulação e aplicação, assim como criou o Sistema Nacional de Meio Ambiente (Sisnama) e o Conselho Nacional do Meio Ambiente. Também se pode citar a criação do Ibama (Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) em 1989, uma das principais fontes para as matérias ambientais. Em 1995 foi criado o Ministério do Meio Ambiente. As relações sócioambientais devem seguir como alvo a sustentabilidade, uma mudança de postura da sociedade é necessária, deve-se mostrar que não se trata de evitar que as pessoas se utilizem dos recursos, mas sim que cometam os mesmo erros daqueles que obtiveram riquezas às custas de danos irreversíveis à natureza. Com quase duas décadas, o desenvolvimento sustentável, como referência, ainda tem um longo percurso pela frente. (BURSZTYN *et al.*, 2006).

CAPÍTULO 3 - Materiais e Métodos

O objetivo deste trabalho foi pesquisar e avaliar como três importantes revistas nacionais de veiculação comercial lidam com a informação sobre a questão ambiental. A Figura 3.1 representa as etapas da pesquisa, desde a escolha das revistas, os temas a serem avaliados e a disponibilidade do estudo para o público em geral. Em resumo:

- a. Foram escolhidas para este estudo três revistas nacionais de informação geral, de periodicidade semanal e circulação comercial. A escolha das revistas pesquisadas seguiu critérios de periodicidade, disponibilidade, tiragem, importância e linha editorial. As revistas escolhidas foram *VEJA ISTOÉ* e *ÉPOCA*.
- b. Durante o período de outubro de 2006 a outubro de 2007, foram analisadas as matérias que possuem temática ambiental.
- c. Nestas revistas foram classificados os “temas candentes” abordados (tabela 3.1), segundo sua frequência, qualidade, isenção, e outras características relativas à matéria analisada, num período correspondente a um ano de publicação (2006 e 2007).
- d. Estes indicadores de “temas candentes” e de “perfil editorial” foram organizados segundo uma matriz hierárquica, onde se atribuíram conceitos a cada revista segundo cada critério.
- e. Foram criadas três páginas na *Web* onde as matérias analisadas estão disponibilizadas com suas respectivas matrizes e conceitos conferidos pelo aluno, assim como os comentários referentes a essas matérias.

A pesquisa foi realizada com base na técnica de análise de conteúdo (AC), entendida como “um método de tratamento e análise de informações, colhidas por meio de técnicas de coleta de dados, consubstanciadas em um documento. A técnica se aplica à análise de textos escritos ou de qualquer comunicação (oral, visual, gestual) reduzida a um texto ou documento” (CHIZZOTTI, 1991). Apesar dessa definição, Laurence Bardin ressalta a dificuldade de se compreender a AC como um método uniforme, alertando para o fato de que trata-se, antes, de “um conjunto de técnicas de análise das

comunicações; por isso deve-se entender a AC não como um instrumento, mas “um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto baseado em cinco etapas: organização da análise, codificação, categorização, inferência e tratamento informático.” (Bardin, 1977).

Analisando o conteúdo é possível, além de quantificar o material, qualificar a intencionalidade, a manipulação, as transformações das informações até a publicação, dando mais consistência investigativa ao estudo.

Após a análise do conteúdo foi criada uma ficha com os quesitos definidos e seus respectivos conceitos para cada matéria.

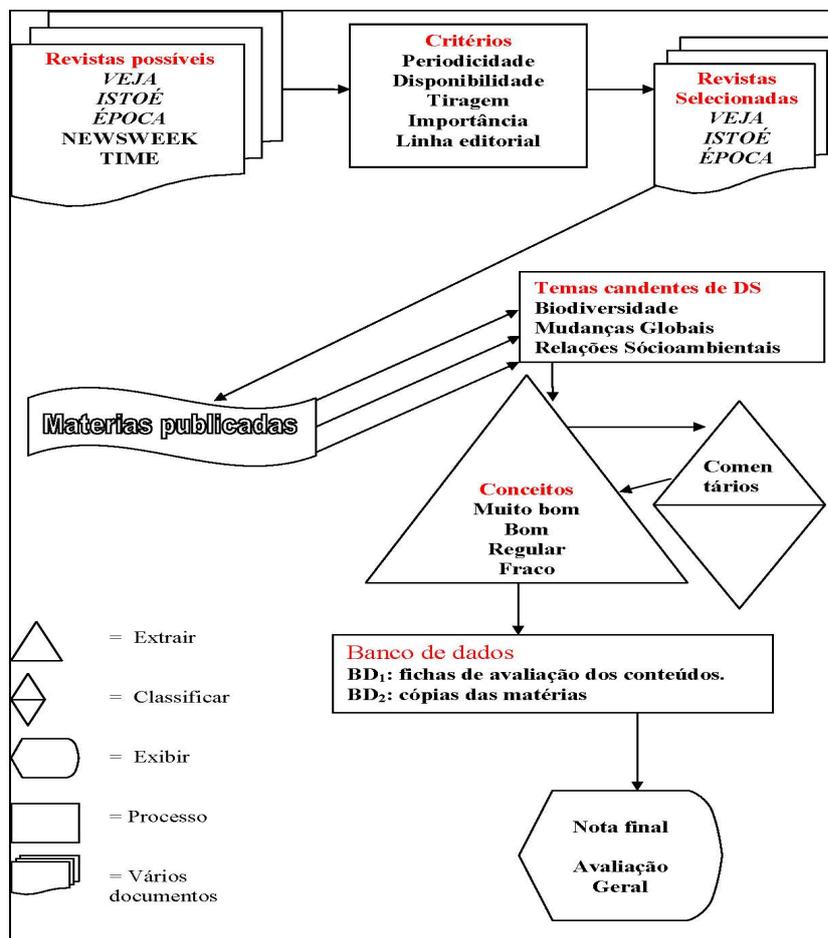


Figura 3.1 – Fluxograma das etapas da pesquisa

Tabela. 3.1 - Classificação operacional de Temas Candentes para escolha de matérias nas revistas em análise

Sistemas	Temas	Exemplos de Palavras-chave
Terra	Mudanças globais	Temperatura, efeito estufa, ozônio, eventos extremos, colapsos naturais, corrente termohialina, desertificação....
Vida	Biodiversidade	Vida, ecologia, aspectos éticos,...
Homem	Relações Sócio - Econômico-ambientais	Eco-eficiência, finitude de recursos, desmatamento, poluição, consumo responsável, ciclo de vida do produto, biotecnologia, agronegócio, super-exploração, urbanização, demografia, políticas públicas (infraestrutura)

3.1 – As revistas semanais e os critérios de sua escolha

3.1.1 Revista *VEJA*

A revista *VEJA* foi criada em 11 de setembro de 1968, o primeiro número da publicação tinha por título *VEJA e leia*. Esta expressão complementar ao nome vinha acima do título, em letras bastante pequenas como “forma encontrada pela editora para contornar o registro internacional da revista americana *Look*”. Nos primeiros anos, circulou com tiragem média mensal de 120 mil exemplares e, hoje, tem mais de um milhão de assinantes. Sua primeira capa trazia, sobre um fundo vermelho, os símbolos do comunismo, a foice e o martelo, e a chamada “O Grande Duelo no Mundo Comunista”, abordando o tema sob a perspectiva da invasão da Tchecoslováquia pelo Pacto de Varsóvia, que aconteceu em agosto do mesmo ano, em uma matéria que trazia o título “Rebelião na Galáxia Vermelha”. A consolidação da revista junto ao mercado consumidor levou alguns anos para acontecer e talvez não poderia ter sobrevivido se não tivesse por trás, a sustentá-la, um grupo econômico poderoso, como a Abril. Com características próprias, embora baseadas nos já consagrados semanários norte-americanos *Time* e *Newsweek*, e diferente de outras publicações bem-sucedidas da casa, como *Claudia* e *Realidade*, a revista semanal de informação *VEJA*, era orientada para a integração de um país continental através da notícia. Surgiu três meses antes do Estado militar editar o Ato Institucional nº 5, que ressuscitou a censura prévia à imprensa, modificando profundamente a noção de liberdade de expressão, tão essencial a uma autêntica e crítica prática comunicacional. Na opinião do jornalista Mino Carta, primeiro editor de *VEJA*, a dificuldade para se implementar esse modelo de jornalismo esbarrava em dois problemas que possuíam graus de importância diferentes: o primeiro, “mais ameno e fácil de contornar, era o fato de que o possível público leitor da nova revista não estava acostumado com uma revista de pequeno formato, fotos pequenas, e muito texto que, além de informativo, propunha uma perspectiva dos acontecimentos da vida nacional; era interpretativo. O segundo, mais incisivo, dizia respeito ao fato de o mundo inteiro estar vivendo um momento de inquietações e aqui havia, além do mais, um regime ditatorial e censório, que ao menor sinal de rebeldia de uma publicação não hesitaria em demonstrar sua força”.

A publicação da Abril conheceu logo no início de sua circulação o êxito dos quase 700 mil exemplares vendidos de seu primeiro número, e anos subsequentes de fracasso (de 1968 a 1972), que culminaram quando sua circulação “despencou continuamente até que as vendas caíram abaixo de 40 mil exemplares” embora haja outras fontes que registrem a queda em até 19 mil exemplares. A implantação, em 1972, de uma operação de assinaturas, que ao final de quatro anos alcançou os primeiros 100 mil assinantes, assegurou ao menos um número significativo para uma publicação que pretendia alcançar a totalidade do território nacional. Através da publicidade, lançou-se uma expectativa gerada pela necessidade de consumir um novo produto apto a trazer para os leitores potenciais informações sobre os fatos ocorridos no Brasil e também fora dele. O investimento publicitário no novo veículo garantiu as 63 páginas de anúncios vendidas de antemão para saírem já na primeira edição, tendo deixado um resíduo de 31 anunciantes que deveriam estar no número 2, dos quais 20 desistiram, e a partir do número 4, restou apenas um anunciante fixo da revista, a Souza Cruz, que tendo comprado ‘no escuro’ 52 capas, manteve o contrato de 32. Os números seguintes já não contaram com a mesma sorte, o investimento publicitário diminuiu, “não ultrapassando as dez páginas”.

Para garantir que a revista chegasse aos seus potenciais leitores, havia um bem estruturado e fundamental esquema de distribuição montado para que não houvesse um só rincão do país que fosse privado de receber o novo modelo de informação jornalística. A revista *VEJA*, amparada pelas concepções técnicas, mercadológicas e conceituais dos modernos modelos de revistas de informação *Time* e *Nesweek* e, internamente, por um quadro de profissionais intelectuais capacitados e um *know how* tecnicamente eficaz, percebeu, rapidamente que, para angariar uma parcela maior de receptores dentro dos setores médios da sociedade brasileira, era preciso estar a par das novidades tecnológicas do período áureo da modernização, que no Brasil estava sendo importado pelas empresas de comunicação, ou nos modelos de jornalismo norte-americanos ou na tecnologia que consolidou a TV. Era preciso responder às aspirações de seu público a partir de algum modelo de representação. A publicação da Editora Abril situou-se no contexto da organização capitalista da cultura, como um produto cultural em sintonia com o projeto de modernização do Brasil através da implantação definitiva do capitalismo. A partir de 1976, *VEJA* estabilizou-se definitivamente e passou a operar um número médio de 170 mil exemplares/semana. Dois anos mais tarde passou por uma reforma gráfica, introduzindo maciça e definitivamente o uso da cor em

todas as suas imagens; sua circulação mantém uma média de 250 mil exemplares/semana, dos quais 200 mil fazem parte do *mailing* de assinantes. (VILLALTA, 2002)

VEJA, atualmente, já faz parte do hábito de leitura da classe média brasileira. Isto acontece, segundo Bernardo Kucinski, porque “as revistas semanais ilustradas preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores, distinto do universo dos protagonistas das notícias, e mantém com esse público um forte laço de lealdade. Nas funções de determinação da agenda e produção de consenso atuam como usinas de uma ideologia atribuída às classes médias, inclusive no reforço de seus preconceitos”.(KUCINSK, 1999)

Dados da revista *Imprensa*⁶ apontam que *VEJA* tem uma circulação média semanal de 980 mil exemplares/assinantes, e 176 mil exemplares/banca, lidos semanalmente por um total de 4,5 milhões de pessoas. Seu investimento publicitário no período de janeiro/outubro de 1998 foi de US\$ 165 mil e um volume de publicidade de 85 páginas editoriais. *VEJA* é hoje a revista mais vendida e mais lida do Brasil e a quarta revista de informação mais vendida do mundo, somente ficando atrás “das norte americanas *Time*, *Newsweek* e *US News & World Report*. É incontestável a importância dos meios impressos para a comunicação, é igualmente incontestável a importância da revista *VEJA* na consolidação dos meios impressos contemporâneos, não há estudante, professor, jornalista ou político brasileiro que nunca tenha pegado um exemplar da revista semanal *VEJA* para obter informação. Se for considerado que para cada exemplar há, em média, três leitores, constata-se que em um mês, mais de quatro milhões de exemplares chegam às mãos de cerca de 12 milhões de brasileiros; por ser uma revista de informação e entretenimento, qualquer pauta cabe nas suas edições, desde que haja espaço público a ser atingido. (ALBUQUERQUE *et al.*, 2007). *VEJA* hoje é a revista mais vendida e mais lida no Brasil, a única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. Em outros países, revistas semanais de informação vendem bem, mas nenhuma é a mais vendida – este posto geralmente fica com as revistas de tevê. (Scalzo, 2004)

⁶ Revista *Imprensa*, janeiro de 1999. pp. 34-36.

3.1.2 Revista *ÉPOCA*

A revista *ÉPOCA* surgiu em 25 de maio de 1998; é uma publicação da Editora Globo. Ocupa o segundo lugar no *ranking* da circulação das semanais. Hoje, são cerca de 600 mil exemplares por semana e atinge as classes A e B.

Segundo Boaventura, surgiu da necessidade de um novo conceito de revista, com um projeto gráfico inovador, inspirado na revista alemã “Focus”, com a qual mantém um contrato de direitos autorais. (tem um acordo de colaboração com a revista *Focus*, editada por Focus Magazin – Verlag GmbH, para a utilização de material fotográfico e editorial com exclusividade no Brasil).

A assessoria de *marketing* da revista afirma que ela se propõe a ser informativa e isenta, apresentando os fatos, para permitir que o leitor julgue, interprete e decida. Pontos de vistas são enfocados em entrevistas, colunas e artigos assinados. A revista já recebeu o prêmio Caboré 99, como o melhor veículo de comunicação do ano, promovido pelo jornal “Meio&Mensagem”, disputado há vinte anos por profissionais, agências e veículos de comunicação. Em 2001, conquistou o Prêmio Cidadania em Respeito à Diversidade, concedido pela Associação da Parada do Orgulho GLBT. O texto que valeu a indicação foi “Os punhos da Justiça”. Em setembro de 2001 recebeu o prêmio Imprensa Embratel, como a melhor na categoria Esportes em todo o País, com a reportagem “Assim sumiram três anos”. Em 9/10/2001, *ÉPOCA* recebeu o Prêmio Ethos de Jornalismo pela reportagem “A maldição do amianto”, edição 152 de (16/4/2001), de Eliane Brum. Paulo Moreira Leite, diretor de redação da revista, enfatiza que, com apenas quarenta meses de vida, ela já era reconhecida como a segunda maior revista semanal do Brasil e reafirma o compromisso de oferecer aos seus leitores o que é a essência do jornalismo: *informação confiável, notícias exclusivas, a análise que ajuda a refletir e o serviço que ajuda a viver.*(BOAVENTURA, 2006)

3.1.3 Revista *ISTOÉ*

A revista *ISTOÉ* foi lançada em maio de 1976 e pode ser classificada como de interesse geral e atualidades. É editada pelo Grupo de Comunicação Três S/A, cuja sede fica localizada no bairro da Lapa, em São Paulo. Com periodicidade semanal, a *ISTOÉ* circula todas as sextas-feiras. A tiragem média é de 450 mil exemplares, sendo que 75% são vendidos por assinatura e o restante, em bancas. Atualmente, Domingo Alzugaray é

o diretor responsável; Hélio Campos Mello ocupa o cargo de diretor de redação. Possui sucursais e correspondentes em Brasília, Rio de Janeiro e Nova York (sendo a única do gênero que tem correspondente internacional fixo). Suas principais concorrentes são as revistas *VEJA*, da editora Abril, e *ÉPOCA*, da editora Globo.

A cada edição, *ISTOÉ* reúne em seu conteúdo matérias, entrevistas, reportagens, notas, colunas, charges etc. sobre os mais variados assuntos —que, geralmente, foram destaques na semana. Dessa maneira, é possível encontrar temas de comportamento, políticos, econômicos, culturais, de saúde, moda, beleza, ciência, celebridade, esporte, entre outros, de âmbito nacional e internacional.

De acordo com as informações em seu *site*, é considerada uma das dez maiores revistas de informação do mundo, com importância fundamental na história do Brasil e no jornalismo nacional, além de ter sido o primeiro semanário brasileiro a entrar na Internet, disponibilizando quase 100% de seu conteúdo gratuitamente. (ESCUADERO *et al.*, 2006)

3.2 - Os quesitos analisados por matéria

3.2.1 Qualidade da matéria

3.2.1.1 Conhecimento do assunto

Definiu-se como “conhecimento do assunto” o nível de aprofundamento com que ele foi tratado, e se apresentou muitas informações com números, explicação de teorias e dados importantes.

3.2.1.2 Interpretação Científica

A interpretação científica foi qualificada de acordo com o entendimento do tema. Se o repórter conseguiu fazer com que o texto estivesse ao alcance de qualquer tipo de leitor, tanto o que entende de assuntos científicos quanto os leigos. Foi observado se os termos científicos abordados foram descritos de forma simples, mas correta.

3.2.1.3 Intenção de Conscientizar

Existem matérias apenas informativas, sem nenhuma tentativa de ajudar o leitor a refletir e as que utilizam a pauta como ferramenta de reflexão. A intenção de conscientizar é utilizada em diversos aspectos e tem como ponto forte a opinião do

repórter. Geralmente traz histórias de gente simples e faz analogias do estudo ambiental com o cotidiano.

3.2.2 *Qualidade das Ilustrações*

3.2.2.1 Fotos

Quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias. Antes de ler qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não. Fotos provocam reações emocionais, convidam a mergulhar num assunto, a entrar numa matéria. Por isso, ter boas fotos em mãos é fundamental. Mas não basta ter boas fotos, é preciso saber posicioná-las nos lugares nobres de cada página, isto é, os de maior visibilidade em uma revista (o canto direito superior de uma página ímpar, por exemplo).

As fotos foram avaliadas quanto a sua qualidade, expressão e quantidade, pois entende-se que as fotografias são o grande destaque das matérias sobre meio ambiente.

3.2.2.2 Infográficos

Os infográficos estão no primeiro nível de leitura de qualquer meio impresso. É ali que o leitor deposita, inicialmente, sua atenção e pode ser por meio deles que o leitor decide ou não ler a matéria. Os infográficos estão no primeiro nível de leitura de qualquer meio impresso, ou seja, eles são muitas vezes, a exemplos das fotos e títulos, as portas de entrada para os textos.

Esse recurso é ótimo para descrever processos (como um acidente de avião aconteceu, como um vírus ataca o corpo, como é a órbita de planeta) para fazer analogias (de tamanho, de tempo, de espaço) e para explicar coisas que são grandes demais ou pequenas demais. O bom infografista deve ser antes de tudo, um repórter. Ele precisa estar envolvido na apuração para poder passar o maior número de informações, com o máximo de clareza possível. Assim como um bom texto, o infográfico também precisa ter começo, meio e fim. A mesma atenção deve ser dada ao uso das cores. Em gráficos, mapas e infográficos, as cores são informações e devem ser tratadas como tal. (SCALZO, 2004). Os infográficos foram avaliados de acordo com sua clareza, quantidade de informações relevantes, estética e eficiência em comunicar.

3.2.2.3 Legendas

Complementam a foto, acrescentando-lhe informações que permitem ao leitor entender ou avaliar o que está vendo. Assim como a boa notícia, a boa legenda responde a todas as perguntas razoáveis do leitor. Ela identifica personagens (todas as pessoas importantes em si, ou importantes na notícia, têm de ser identificadas), locais, momentos. Em alguns casos, chama a atenção para detalhe significativo que possa escapar à atenção do leitor. Não destaca aquilo que a imagem deixa óbvio, mas fornece informações que a foto não pode dar (Garcia, 1992) . As legendas foram avaliadas pelas informações relevantes, criatividade e simetria com as fotografias.

3.2.2.4 Charges

As charges são desenhos que normalmente utilizam o humor para criticar ou apresentar algum fato relevante. São pouco utilizadas nas revistas, mas aparecem às vezes. Foram avaliadas de acordo com informação que passam e facilidade de entendimento.

3.2.3 Fontes

Foram chamadas de **fontes originais** aquelas onde se pode identificar que as matérias foram produzidas pelo próprio repórter ou sua equipe.

Foram chamadas de **fontes reproduzidas** aquelas onde se pode identificar matérias feitas como reproduções de outras agências de notícias, mesmo que modificadas.

3.2.4 Tratamento Geral

3.2.4.1 Título

É o anúncio da notícia, concentrado no fato que provavelmente mais despertará atenção. Como na boa propaganda, é proibido a esse anúncio prometer mais do que a matéria realmente oferece, ou afirmar algo que nela não existe. (Garcia, 1992). Na pesquisa, os títulos foram avaliados por criatividade, conteúdo e objetividade e chamada (ou subtítulo).

3.2.4.2 Boxes

Recurso editorial que se reveste de forma gráfica própria. Um texto que aparece na página entre fios, sempre em associação íntima com outro texto, mais longo. Pode ser

uma biografia, um diálogo, uma nota da redação, um comentário, um aspecto pitoresco da notícia. (Ribeiro, 2004).

Os boxes foram avaliados de acordo com seu posicionamento na matéria, suas informações e estética.

3.2.4.3 Lead

É o primeiro parágrafo de uma matéria. Em português *lead* significa “guia”, expressa exatamente a função das primeiras linhas do texto de jornal: guiar o leitor, atraí-lo, num processo bem próximo da sedução (Garcia, 1992). Os *leads* foram avaliados conforme sua estrutura, criatividade e qualidade da informação.

3.3 - A avaliação das matérias

As matérias foram avaliadas e conceituadas. Esses conceitos foram distribuídos por uma tabela (tabela 3.3.1) como mostramos a seguir

Matéria			Qualidade do texto			Qualidade da ilustração				Fontes		Tratamento geral		
Código	BD Imagem	Tema	Conhecimento do assunto	Interpretação científica	Intenção de conscientizar	Fotos	Infográficos	Legendas	Charges	Originais	Reproduzidas	Lead	Boxes	Título

Tabela 3.3.1 – Metodologia de conceituação

Para cada matéria avaliada foi definido um código. A primeira letra representa o nome da revista, depois o número da edição, o tema candente em que a matéria está inserida e mês e ano de sua publicação conforme figura 3.3.2.

Matéria			Qualidade do texto			Qualidade da ilustração				Fontes		Tratamento geral		
Código	BD Imagem	Tema	Conhecimento do assunto	Interpretação científica	Intenção de conscientizar	Fotos	Infográficos	Legendas	Charges	Originais	Reproduzidas	Lead	Boxes	Título
E.448.M.1206														

Tabela 3.3.2 - Metodologia de conceituação

Onde

E, V ou I = Revista *ÉPOCA*, *VEJA* ou *ISTOÉ*

448 = número da edição

M. B ou R= Mudanças Globais, Biodiversidade ou Relações Sócioambientais

1206 = mês e ano de publicação

Também foi criado um banco de imagens com as matérias avaliadas e respectivos complementos como boxes e infográficos, onde seu código representa o nome da revista, dia e ano de sua publicação (tabela 3.3.3)

Matéria			Qualidade do texto			Qualidade da ilustração				Fontes		Tratamento geral		
Código	BD Imagem	Tema	Conhecimento do assunto	Interpretação científica	Intenção de conscientizar	Fotos	Infográficos	Legendas	Charges	Originais	Reproduzidas	Lead	Boxes	Título
	Época 18.12.06													

Tabela 3.3.3 - Metodologia de conceituação

Na ficha, o tema candente em que foi classificada a matéria avaliada também é destacado, conforme a tabela 3.3.4.

Matéria			Qualidade do texto			Qualidade da ilustração				Fontes		Tratamento geral		
Código	BD Imagem	Tema	Conhecimento do assunto	Interpretação científica	Intenção de conscientizar	Fotos	Infográficos	Legendas	Charges	Originais	Reproduzidas	Lead	Boxes	Título
		Mudanças Globais												

Tabela 3.3.4 - Metodologia de conceituação

As matérias foram avaliadas por quesitos onde foram propostos quatro conceitos: Muito bom, Bom, Regular e Fraco. Cada quesito fez parte de um tópico de estudo que foram divididos em Qualidade do texto (conhecimento do assunto, interpretação científica e intenção de conscientizar), Qualidade da ilustração (fotos, infográficos, legendas e charges), Fontes (originais e reproduzidas) e Tratamento geral (lead, boxes e título) conforme figura 3.3.5.

Matéria			Qualidade do texto			Qualidade da ilustração				Fontes		Tratamento geral		
Código	BD Imagem	Tema	Conhecimento do assunto	Interpretação científica	Intenção de conscientizar	Fotos	Infográficos	Legendas	Charges	Originais	Reproduzidas	Lead	Boxes	Título
			Bom	Bom	X	Bom	Muito bom	Regular	X	X	Regular	Bom	X	Bom

Tabela 3.3.5 - Metodologia de conceituação

Ao final os conceitos foram substituídos por notas (tabela 3.3.6), onde

Conceito	Nota
Muito bom	8
Bom	6
Regular	4
Fraco	2

Tabela 3.3.6 – Relação Conceito X Nota

Quando um quesito não foi observado na matéria, não se atribuiu conceito ou nota. Ao término da avaliação foram geradas notas finais de todas as revistas por temas, quesitos e média geral.

CAPÍTULO 4: Apresentação e Discussão dos Resultados

A Tabela 4.1, mostra, em cada célula, o número de matérias referentes aos quatro tipos de temas abordados, por cada revista pesquisada, durante cada semana do período.

Tabela 4.1-Resumo geral de matérias por revista.

Semanas	Revista Veja			Revista Época			Revista Isto É					
1						2	1	1				
2			1									
3				1		5	1					
4							1		1			
5			1			2		1				
6	1		1		1	1			1			
7						1			1			
8		2			1	1			1			
9		1				3			1			
10		1				1	1	1				
11			1			1			1			
12		2	1	1		1		2				
13	1	1				2						
14	1											
15		1				1						
16		1		1								
17												
18					2	1						
19				3			1					
20	1	1				1			1			
21	1			1					1			
22	1					1			1			
23		1				1			1			
24		1					2		2			
25									1			
26		1										
27		1		1								
28	1			1			1					
29		1						1	1	1		
30		1		1		1	1	1	1			
31				1						1		
32	1		1	1					3			
33		1			1	1	1					
34								1				
35		1				1		1				
36		1			1	1						
37						1		1	1			
38		1				1			2	1		
39	1	1				1		1				
40		1			1	1	1		1			
41				1					1	1		
42						3			1			
43						2		1				
44	1					1			1			
45								1				
46					2		1		1			
47				1		1		2	1			
48		1					1	1				
49		1				2						
50					1	1	1	1	1			
51			1			1			1			
52	1					1			2			
53			2			1			1			
54						2	1	2				
55	1					3			1			
56	1							1	1			
57			1	1				2	1	1		
TOTAL	12	11	21	6	15	10	49	12	15	15	36	5
TOTAL 2	50					71			71			
GERAL	192	Entrevista			Mudanças globais		Biodiversidade		Relações Sócio-Ambientais			

Foram analisados 57 números das revistas *VEJA*, e *ÉPOCA* e 56 números da revista *ISTOÉ*, pelo período de outubro de 2006 a outubro de 2007 (13 meses). As revistas são de publicação semanal (4 por mês). Necessário salientar que, apesar de terem sido analisadas 58 semanas, a revista *VEJA*, nos meses de novembro e dezembro de 2006 e maio, agosto e outubro de 2007 teve cinco edições, assim como a *ÉPOCA* teve em outubro de 2006 e janeiro, abril, junho e outubro de 2007, também cinco edições. *ISTOÉ* em novembro de 2006 e maio, agosto e setembro de 2007 também publicou cinco edições, sendo que essa revista teve uma edição a menos que as duas anteriores.

Foram pesquisadas 192 matérias, sendo que 169 foram qualificadas através de notas, pois as entrevistas, por não possuírem estrutura de matéria, não puderam ser avaliadas. As matérias analisadas foram organizadas como fotologs no endereço www.informacaoambiental.blogspot.com, e encontram-se como Anexo, em um CD na contra capa deste volume.

Os resultados serão apresentados por revistas e por comparação, através da frequência com que os temas candentes aparecem e da qualidade das matérias publicadas.

4.1 Comparação entre revistas

Nos 56 números da revista *VEJA*, 24% das matérias estavam relacionadas à temática ambiental; nas revistas *ÉPOCA* foram 43,5% e nas revistas *ISTOÉ*, 32,5%, com um total de 192 matérias conforme tabela 4.1.

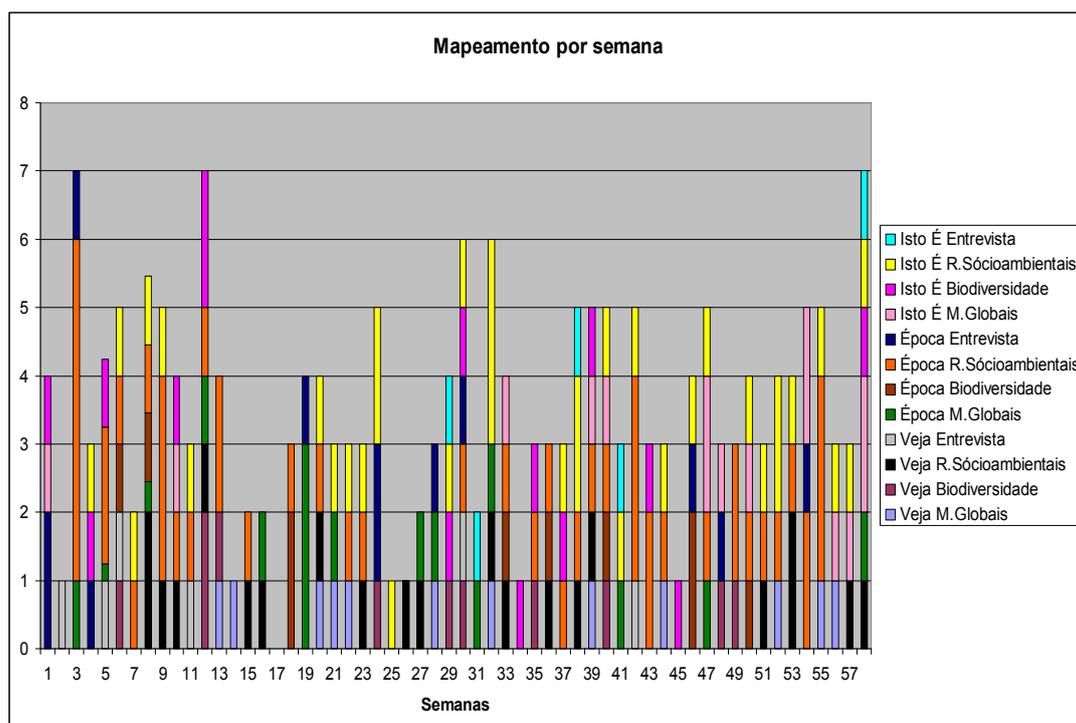


Figura 4.1: Seqüência temporal do número de matérias por revista e temas

A figura 4.1 apresenta graficamente a distribuição semanal dos valores mostrados na tabela 4.1.

Na figura, vê-se que houve somente uma semana, a 17ª, (janeiro de 2007) sem publicação sobre os temas ambientais nos principais semanários brasileiros. Até esse momento as matérias ambientais não eram pautadas com freqüência, o que irá acontecer após fevereiro de 2007. Até mesmo as editorias fixas de meio ambiente só começaram a ganhar força no final de 2006; antes, as matérias ambientais eram publicadas na editoria de ciência e tecnologia.

Houve também seis semanas com somente uma matéria sobre estes temas, sendo duas consecutivas (a 25ª e a 26ª) em março de 2007, quando o relatório das mudanças climáticas já havia sido divulgado e provavelmente as revistas ainda buscavam mais

informações sobre os fatos, observando-se um aumento do aparecimento da temática a partir de abril de 2007.

A 3ª semana e a 13ª (outubro e dezembro) marcam o período mais intenso de matérias, com muitos dos temas sendo abordados pelas diversas revistas. Este é um período em que *Época*, inspirada na revista *Focus* da Alemanha e seguindo uma tendência das revistas americanas em se publicar “edições verdes” deu relevância ao tema publicando em sua edição 439, 21 páginas sobre a temática.

Também, talvez devido à proximidade da divulgação do relatório do IPCC, já começam a aparecer matérias sobre aquecimento global no final de 2007.

A revista *VEJA* apresentou certa regularidade entre os temas, e por apenas três vezes houve algum se sobressaindo. Na revista *ÉPOCA* é nítida a preferência pelo tema Relações Sócioambientais que aparece em quase todas as semanas e em maior quantidade. A revista *ISTOÉ* não tem regularidade e prefere o tema sobre as Relações Sócioambientais.

4.2 Frequência dos temas ambientais

Os temas ambientais gerais foram comparados mensalmente, conforme gráficos da Figura 4.2: no mês de outubro de 2006 a revista *VEJA* apresentou 2 matérias com a temática, a *ÉPOCA* teve 13 e a *ISTOÉ* 1. Em novembro de 2006, *VEJA* teve 5 matérias, *ÉPOCA*, 8 e *ISTOÉ*, 6. Em dezembro de 2006, *VEJA* apresentou 5 matérias relacionadas com o meio ambiente, *ÉPOCA*, 6 e *ISTOÉ*, 8. Em janeiro de 2007, *VEJA* não teve nenhuma matéria ambiental, em *ÉPOCA* apareceram 5 e *ISTOÉ* teve 2. Em fevereiro de 2007 *VEJA* teve 2, *ÉPOCA*, 6 e *ISTOÉ*, 4. No mês de março de 2007 *VEJA* publicou 5 matérias sobre questões ambientais, *ÉPOCA*, 3 e *ISTOÉ*, também 3. Abril de 2007 teve *VEJA* com 4 matérias, *ÉPOCA* com 6 e *ISTOÉ* com 4. Em maio *VEJA* teve 8 matérias, *ÉPOCA*, 4 e *ISTOÉ*, 3. *VEJA* publicou 6 matérias em junho de 2007, *ÉPOCA*, 7 e *ISTOÉ*, 5. No mês de julho de 2007 *VEJA* apresentou 5 matérias, *ÉPOCA*, 7 e *ISTOÉ* apenas 1. Agosto de 2007 apresentou *VEJA* com 7 matérias, *ÉPOCA* com 6 e *ISTOÉ* com 2. A *VEJA* de setembro de 2007 publicou 5 matérias ambientais, *ÉPOCA*, 6 e *ISTOÉ*, 3. O último mês pesquisado que foi outubro de 2007 teve *VEJA* com 9 matérias, *ÉPOCA*, 7 e *ISTOÉ*, 4.

O mês em que as três revistas publicaram mais a temática ambiental foi outubro de 2007 com um total de 20 matérias, provavelmente devido aos vários eventos ocorridos no mundo tendo como temática a questão ambiental e a escolha do tema “2008- Ano do Planeta Terra” pela ONU.

A *VEJA* teve também o mês de outubro com o maior número de matérias ambientais publicadas, para A *ÉPOCA* outubro de 2006 foi o mês mais produtivo no quesito ambiental e na *ISTOÉ* foi o mês de dezembro de 2006.

Analisando a figura 4.2, percebe-se que a revista *VEJA* não manteve constância na publicação de matérias ambientais, tendo até deixado de publicar sobre o tema no mês de janeiro de 2007. A partir de maio de 2007 ela começou a dar mais importância para o tema e em outubro do mesmo ano teve seu ápice, talvez porque percebeu que estava perdendo espaço para as outras duas publicações que já vinham há algum tempo dando ênfase as questões ambientais e ao mesmo tempo em que essas questões entram na pauta política do país, o que é fundamental na linha editorial da revista.

A revista *ÉPOCA* manteve uma regularidade na publicação de matérias com a temática ambiental, publicando um especial com 21 páginas em sua edição de outubro de 2006 demonstrando que durante o período analisado deu importância ao tema.

Analisando a Figura 4.3 (pg 50) nota-se que a revista *ÉPOCA* foi a que mais publicou matérias sobre meio ambiente no período pesquisado, seguido de *ISTOÉ* e depois *VEJA*.

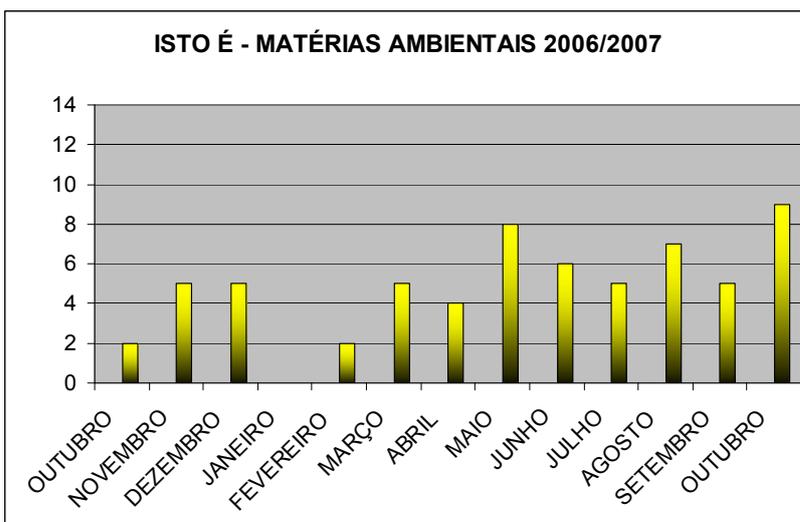
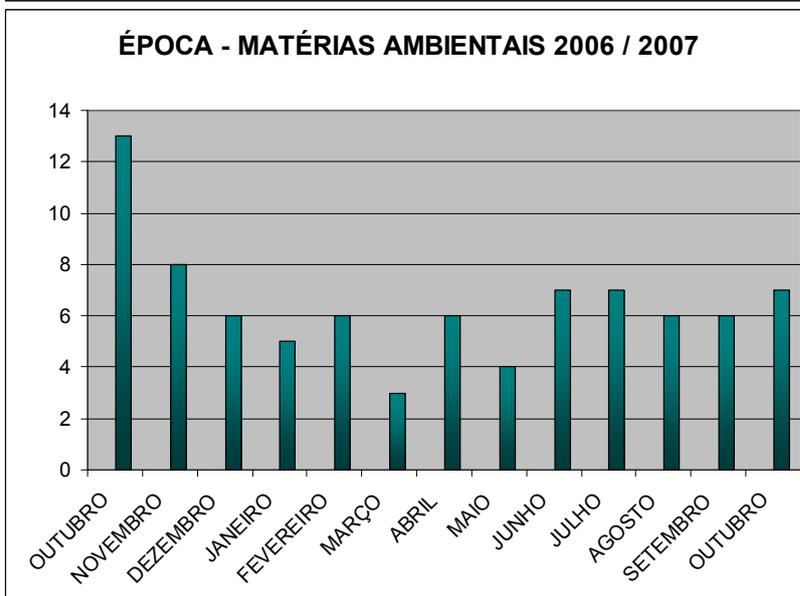
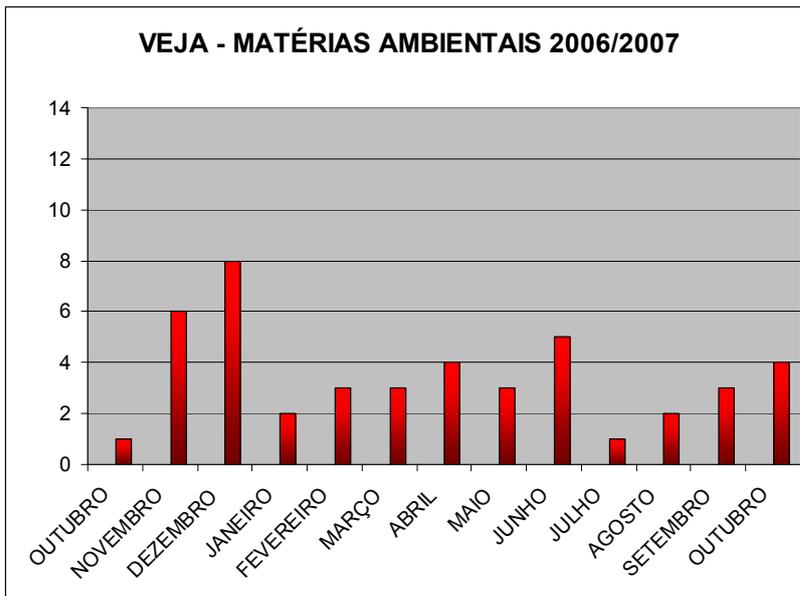


Figura 4.2 – Número mensal de matérias ambientais.

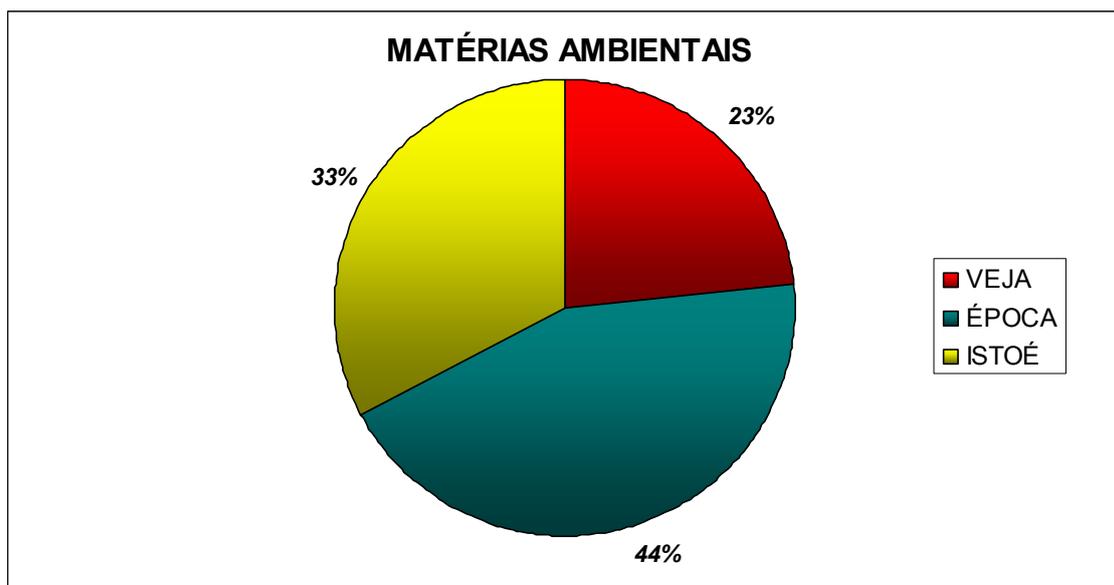


Figura 4.3 – Proporção de matérias ambientais publicadas no período de outubro 2006 a outubro 2007 nas três revistas.

4.2.1 Análise da frequência por Temas Candentes

Analisando a frequência mensal de cada tema candente (Figura 4.4), vê-se que o tema *Relações Sócioambientais* foi bastante explorado, principalmente no mês de junho de 2007. A *Biodiversidade* também foi explorada aparecendo em 8 dos 12 meses pesquisados, tendo seu ápice em dezembro de 2007. *Mudanças Globais* aparece em dezembro de 2006, fevereiro, maio, junho, agosto, setembro e outubro de 2007 sendo o mês de fevereiro, época em que foi divulgado o relatório do IPCC sobre as mudanças climáticas, o que mais teve matérias desta temática. Já as entrevistas podem ser observadas em outubro, novembro e dezembro de 2006 e abril de 2007.

A revista *ÉPOCA*, assim com a *VEJA* também apresenta o tema *Relações Sócioambientais* em maior quantidade, porém melhor distribuído aparecendo em todas as semanas analisadas. O mês de outubro de 2006 foi o que mais contou com informação publicada sobre esse tema. *Biodiversidade* aparece nos meses de novembro e janeiro de 2006 e maio, junho, agosto e setembro de 2007. Matérias sobre as *Mudanças Globais* foram publicadas nos meses de outubro e dezembro de 2006 e janeiro, fevereiro, abril, maio, julho e outubro, aparecendo mais nos meses de fevereiro e abril. *Entrevistas* foram publicadas em outubro de 2006, março, abril e setembro de 2007

Não fugindo a regra, a temática *Relações Sócioambientais* foi a mais explorada pela *ISTOÉ*, aparecendo de novembro de 2006 a outubro e dezembro de 2007 sendo março o mês com mais matérias sobre o tema. *Biodiversidade* foi o segundo tema mais utilizado para a produção das reportagens, aparecendo em outubro, novembro e dezembro de 2006 e abril, maio, junho, julho, agosto e outubro de 2007, sendo o mês agosto de 2007 o que mais contou com esse tema nas matérias ambientais.

Mudanças Globais aparecem nos meses de outubro e dezembro de 2006 e de maio a outubro de 2006. sendo que outubro de 2007 foi o mês em que mais matérias sobre o tema foram publicadas. A revista publicou uma única *Entrevista* com foco ambiental, em maio de 2007, durante todo o período pesquisado.

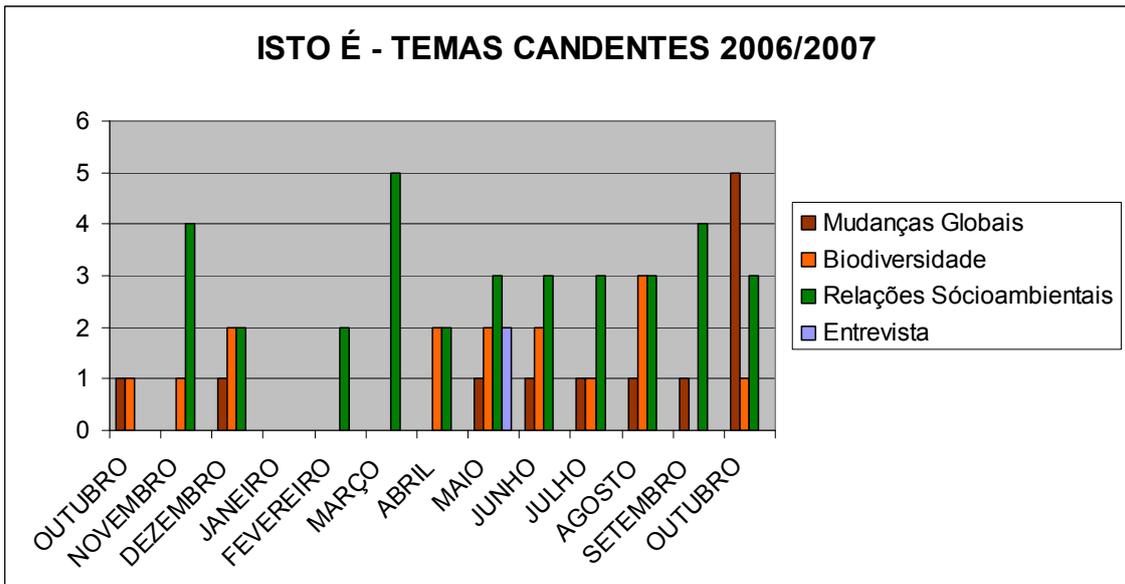
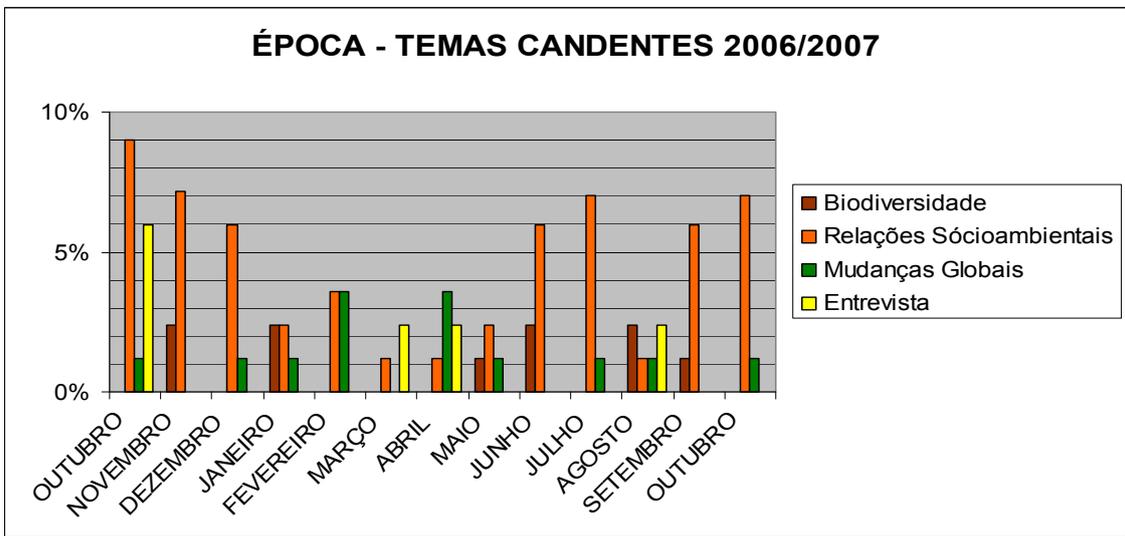
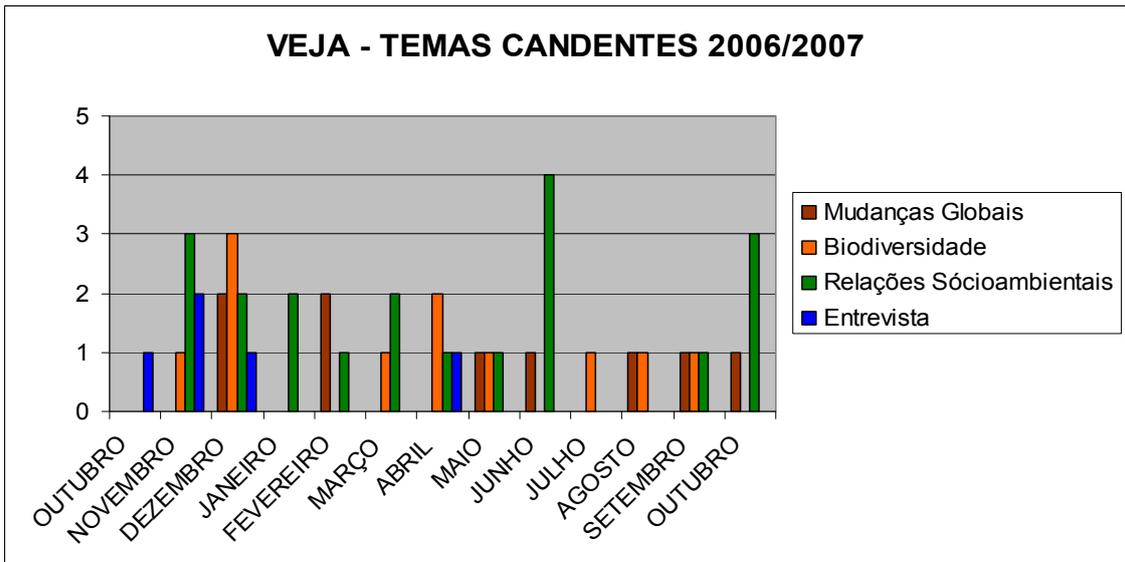


Figura 4.4 - Distribuição mensal de cada um dos temas candentes.

A figura 4.5 mostra que a *ÉPOCA* foi a que mais publicou entrevistas que falam sobre meio ambiente (61%), depois a *VEJA*(28%) e a *ISTOÉ*(11%).

As revistas também foram comparadas pela proporção de matérias publicadas sobre cada tema candente como observamos na Figura 4.6:

A revista *ÉPOCA* foi a que mais publicou matérias com o tema *Mudanças Globais* (39%), seguida a revista *ISTOÉ* (35%) e *VEJA*(26%).

No tema *Biodiversidade* também foi a *ISTOÉ* com maior publicação de matérias (43%), seguida da *VEJA* (30%) e *ÉPOCA* (27%).

Com o tema *Relações Sócioambientais*, quem mais publicou foi a revista *ÉPOCA* (49%), seguida pela *ISTOÉ* (32%) e *VEJA*(19%).

A *ISTOÉ* utiliza em uma de suas seções matérias da revista *TIME* que tem em sua linha editorial preferência pelas reportagens sobre Biodiversidade e por isso *ISTOÉ* publica mais matérias sobre o tema.

A revista *ÉPOCA* publicou quatro revistas especiais sobre alguma temática ambiental, *VEJA* três e isto é nenhuma. E por isso *ÉPOCA* teve mais matérias sobre a temática publicadas.

Talvez por todas pertencerem a grupos empresarias fortes, o tema Relações Ambientais foi o preferido por mesclar informações ambientais, com política e economia.

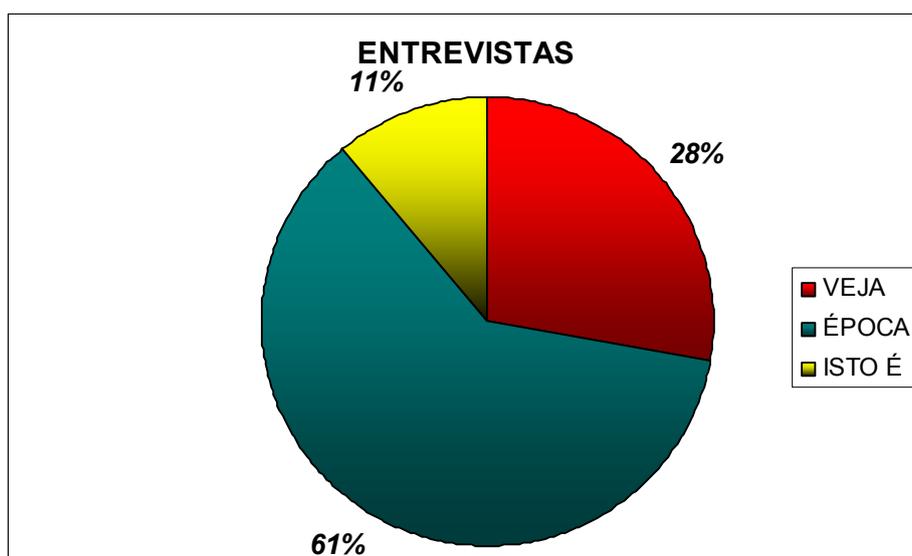


Figura 4.5 – Proporção de matérias ambientais em entrevistas.

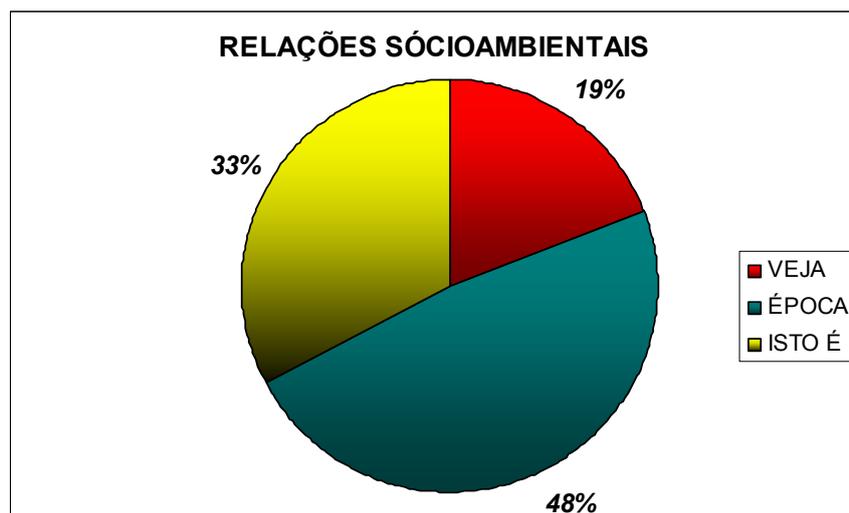
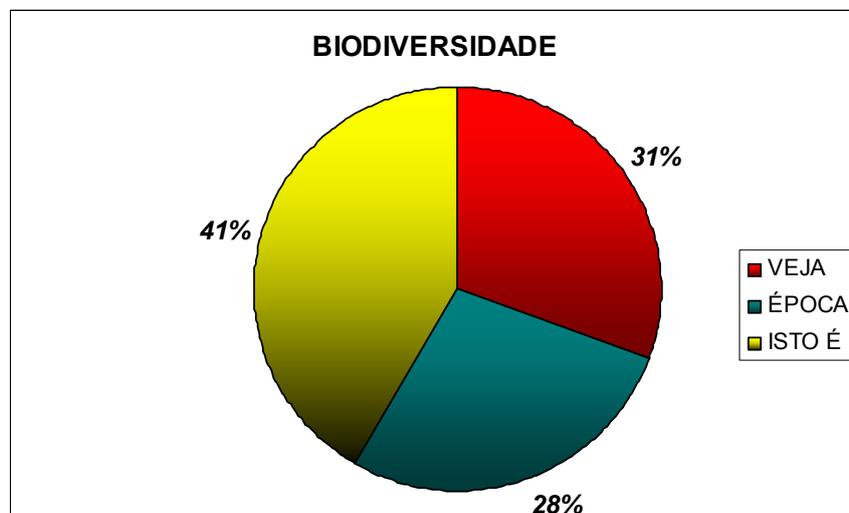
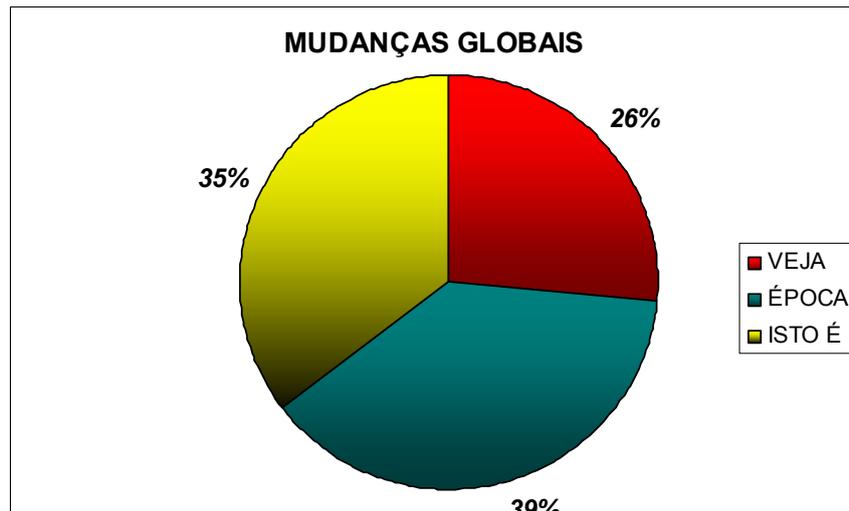


Figura 4.6 - Proporção de cada tema candente publicado no período de outubro 2006 a outubro 2007 nas três revistas.

4.3 – *Qualidade dos Temas ambientais*

As matérias de cada revista foram avaliadas segundo doze quesitos:

- a qualidade do texto (conhecimento do assunto, interpretação científica e intenção de conscientizar)
- a qualidade da ilustração (fotos, infográficos, legendas e charges),
- a origem das fontes (originais ou reproduzidas) e
- o tratamento geral (*leads*, boxes e título).

Esses quesitos serviram para orientar comentários sobre cada matéria (Apêndice I) e receberam notas (Apêndice II), conforme descrito no capítulo de Metodologia; calculou-se a média aritmética para cada matéria, e, ao final, a média das matérias por revista (Tabela 4.2).

Tabela 4.2 – Médias por quesito e finais para cada revista

	<i>Qualidade do texto</i>	
VEJA		7,3
ÉPOCA		7,4
ISTOÉ		6,9
	<i>Qualidade da ilustração</i>	
VEJA		7,1
ÉPOCA		5,1
ISTOÉ		6,7
	<i>Fontes</i>	
VEJA		6,1
ÉPOCA		6,9
ISTOÉ		6,7
	<i>Tratamento Geral</i>	
VEJA		7,4
ÉPOCA		7,6
ISTOÉ		7,4
	<i>NOTAS FINAIS</i>	
VEJA		6,6
ÉPOCA		6,7
ISTOÉ		6,5

Como podemos observar na Figura 4.7 (pg 58), reunindo todos os quesitos para cada um dos Temas Candentes, observa-se a que a revista *VEJA*, no tema Mudanças Globais, foi melhor nos quesitos Infográficos, Legendas, e *lead*, empatando com a *ÉPOCA* em Boxes e Títulos. A revista *Época* teve um melhor desempenho nos quesitos Conhecimento do Assunto, Interpretação Científica, Intenção de Conscientizar, Fontes originais e reproduzidas, Boxes e Títulos. A revista *ISTOÉ* não foi melhor que as outras revistas analisadas, em nenhum dos quesitos do tema Mudanças Globais.

No tema Biodiversidade, *VEJA* se sobressaiu-se nos quesitos Conhecimento do Assunto, Intenção de Conscientizar, Fotos, Legendas e Título. *Época* teve melhor desempenho em Conhecimento do Assunto (junto com *VEJA*), Intenção de Conscientizar, Infográficos, Fontes Reproduzidas e Boxes. *ISTOÉ* teve as melhores notas em Intenção de Conscientizar, Charges, Fontes Originais e *lead*.

A figura 4.7 mostra que as Relações Sócioambientais foram melhores em *VEJA* nos quesitos Conhecimento do Assunto (empatado com *Época*), Infográficos, e Charges. A *ÉPOCA* foi melhor em Conhecimento do Assunto, Intenção de Conscientizar, Fotos, Legendas, Fontes originais e reproduzidas, Boxes e Títulos. *ISTOÉ* se destacou em Charges e *lead*.

No âmbito geral *Veja* obteve as melhores notas em Intenção de Conscientizar, Infográficos e Charges. *ÉPOCA* foi melhor em Conhecimento do Assunto, Interpretação Científica, Legendas, Fontes reproduzidas, *lead* juntamente com *ISTOÉ*, Boxes e Título. *ISTOÉ* sobressaiu-se em Fotos, Fontes originais, *lead* e Título.

Na nota final de cada revista, que serviu para ranquear seu desempenho no período pesquisado, observou-se que *ÉPOCA* saiu-se melhor, seguida de *VEJA* e *ISTOÉ*, conforme Tabela 4.2 acima. No entanto, a diferença entre as notas finais das revistas é muito pequena, de um a dois décimos, mas apesar disso pudemos perceber que a frequência das matérias ambientais publicadas por *ÉPOCA* é bem maior e através da leitura dessas matérias pode-se afirmar que a equipe da editoria de meio ambiente da revista é maior que de *VEJA* e *ISTOÉ*, com mais repórteres e apuração, além da editoria e das publicações especiais, *ÉPOCA* mantém um blog só para as matérias ambientais publicadas em suas páginas, na internet.

Observando as matérias publicadas é possível afirmar que as revistas estão criando equipes de reportagem só para tratar da temática, pois na maioria das matérias das três revistas os repórteres são os mesmos, o que possivelmente ajuda a melhorar a qualidade geral da informação fornecida.

As revistas estão aprendendo a usar mais as pesquisas como fonte,por isso a nota para esse quesito entre as revistas ficou no conceito **Bom**, provavelmente devido ao aumento maciço destas no cotidiano brasileiro.

VEJA foi muito bem na qualidade da informação principalmente devido a grande utilização de infográficos, que acreditamos, melhora muito o entendimento da informação.

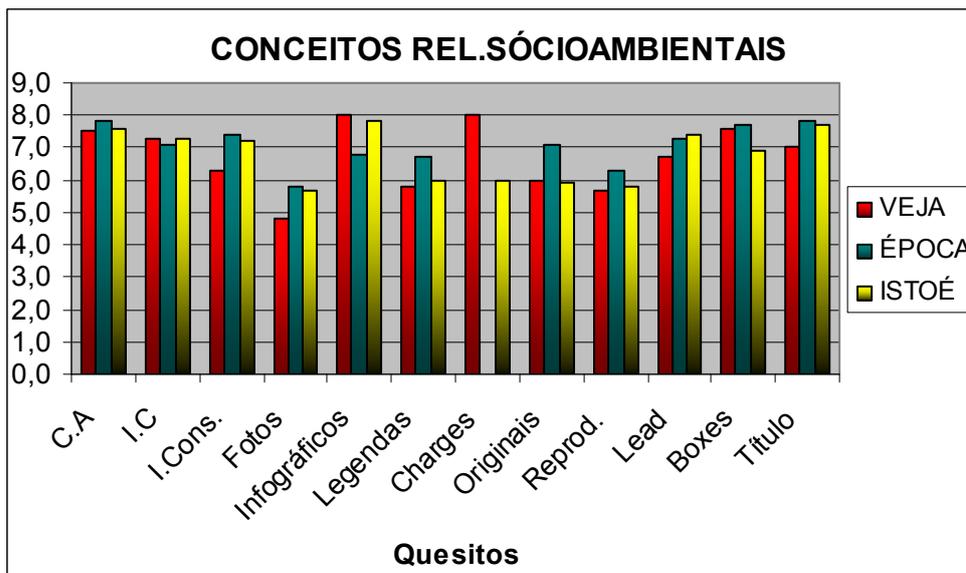
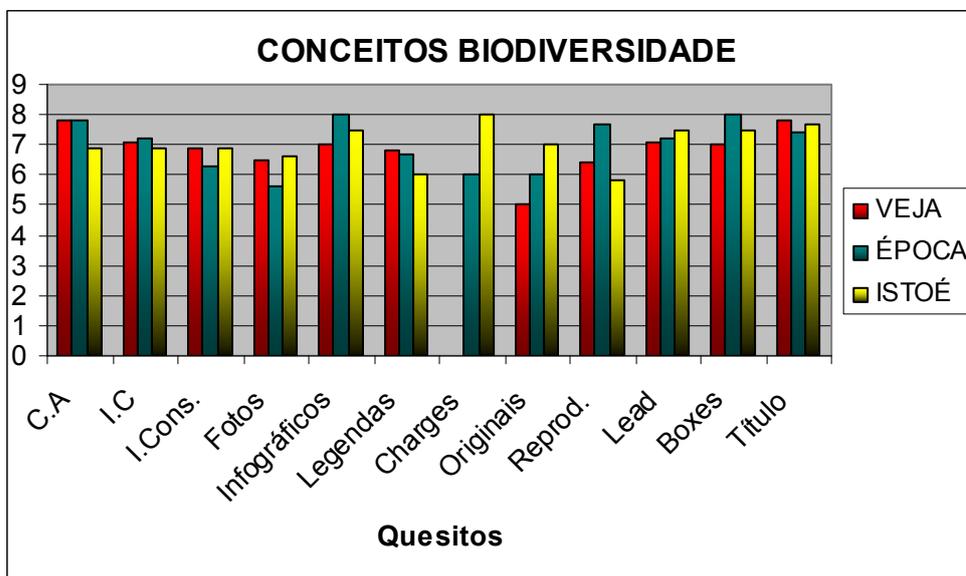
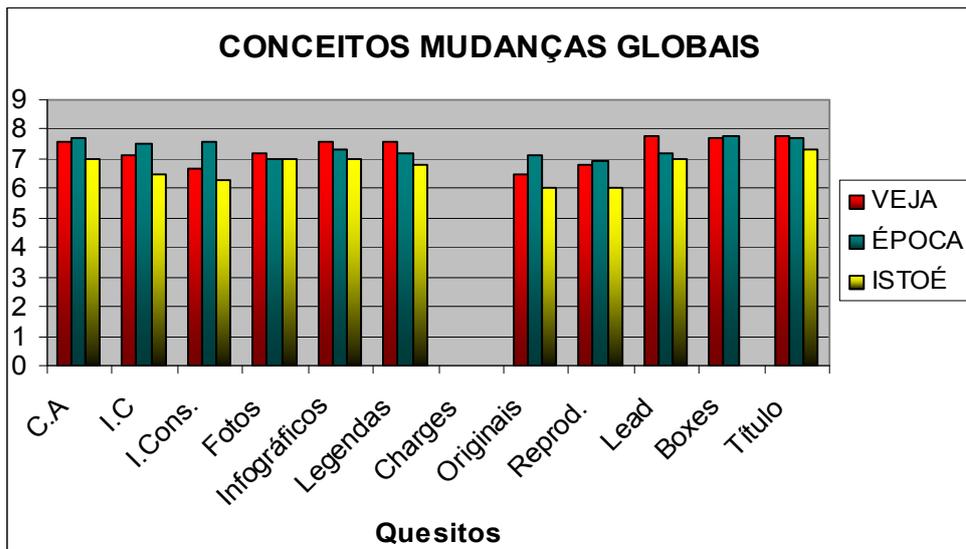


Figura 4.7 – Notas de todos os quesitos para cada um dos Temas Candescentes

Conclusão e Considerações Finais

Após pesquisar as três revistas, *VEJA*, *ISTOÉ* e *ÉPOCA* é possível concluir que :

1. As matérias ambientais ocupam espaço cada vez maior na pauta da mídia impressa principalmente após a divulgação do relatório de mudanças climáticas do IPCC (International Panel of Climate Change), podendo-se observar além do aumento do número de matérias sobre a temática, a publicação de edições especiais sobre a questão ambiental.
2. Houve uma melhora na preocupação com a confecção das matérias buscando-se mais e melhores fontes e pesquisas científicas sobre o assunto.
3. As revistas brasileiras ainda se utilizam muito de material produzido pela mídia internacional, mas aos poucos vai abrindo espaço para a produção com temática brasileira.
4. Os repórteres das três revistas estão se especializando no assunto, haja vista que a maioria das matérias ambientais são feita pelos mesmos profissionais.
5. O tema Relações Sócioambientais é a pauta preferida desses veículos, principalmente quando o assunto reflete na área econômica ou política como: biocombustíveis, PAC (Plano de aceleração do crescimento), Amazônia ou crédito de carbono.
6. Todas as três revistas possuem uma editoria de meio ambiente que ainda não é fixa, mas vem ocupando um espaço maior nas edições. Isso reflete o crescimento da importância do tema para as publicações e que os editores estão mais atentos aos fatos da questão ambiental.

A Conferência da ONU (Organização das Nações Unidas) para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92 for um marco para o jornalismo ambiental, principalmente no Brasil. O mesmo está acontecendo com o relatório sobre as mudanças climáticas do IPCC onde a mídia em geral passou a preocupar-se mais em divulgar as questões ambientais.

A mídia representa o maior canal de informação da sociedade contemporânea, por isso ela é indispensável para a divulgação e reflexão das preocupações com o meio ambiente. Abrindo cada vez mais espaço para o tema, mais pessoas poderão estar

tomando conhecimento dos problemas e soluções e ao mesmo tempo sendo “sensibilizadas” para que tomem atitudes sustentáveis que possam ajudar a preservar o ambiente em que vivem.

Referências Bibliográficas

ALBAGLI, S. *Da biodiversidade à biotecnologia: a nova fronteira da informação*. Ciência da informação, v.27, n.1, p.7-10, 1998.

ALBUQUERQUE, E., et al. *A Colonização do Imaginário – abordagens da revista Veja sobre o Estado da Bahia*. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2007, Santos. Anais. Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. 10 p.

ALVES, J. M. R. *O papel da mídia na informação ambiental*. In: XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação 2002, Salvador. Anais. Salvador, 2002. p.

AMBIENTAL, E. N. D. E. *Declaração de Brasília*. In: 1997, Brasília. Anais. Brasília, 1997.

ANDI. *Mudanças climáticas na imprensa brasileira: uma análise de 50 jornais no período de julho de 2005 a junho de 2007*. Brasília, p.59. 2007

ARAÚJO, F. U. D. *Política Nacional do Meio Ambiente*. In: NASCIMENTO, E. P. D. (Ed.). Economia, meio ambiente e comunicação. Rio de Janeiro: Garamond, 2006. 68-85 p.

BACCHETTA, V. *El periodismo ambiental*. In: (Ed.). Ciudadanía Planetaria: temas y desafíos del periodismo ambiental. Uruguay: Federación Internacional de Periodistas Ambientales/ Fundación Fridrich Ebert, 2000. 18 p.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977

BARROS, L. V. *A nova lei do direito a informação ambiental*. R. Spei, v.5, n.1, 2004.

BELLMONTE, R. V., et al. *Jornalismo ambiental: onde estão as faculdades de comunicação?* Revista Ecos, n.16, 2001.

BERNA, V. 2003. *Pela democratização da informação ambiental*. Disponível em: www.portaldomeioambiente.com.br. Acesso em 15 de fevereiro de 2007.

BOAVENTURA, S. C. *Época: sua linha editorial opinativa e seus anseios traduzidos num padrão de comportamento social*. In: Intercom Sudeste 2006 – XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste 2006, Ribeirão Preto. Anais. Ribeirão Preto: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006. 1-2 p.

BORTOLOZZI, A. *Comunicação, ensino e temática ambiental*. Comunicação & Educação, v.14, p.42-48, 1999.

BRUNO, F., et al. *Science Information in the media: an academic approach to improve its intrinsic quality*. Pharmacological Research, v.45, n.01, 2001.

BUENO, W. D. C. 2002. *Jornalismo Ambiental: navegando por um conceito e por uma prática*. Disponível em: www.ecoviagem.com.br. Acesso em 05 de fevereiro de 2005.

BUENO, W. D. C. 2002. *O Jornalismo Científico e o compromisso das fontes*. Disponível em: Acesso em 12 de junho de 2006.

BURSZTYN, M. A. A., et al. *Desenvolvimento sustentável: biografia de um conceito*. In: NASCIMENTO, E. P. D.; VIANA, J. N. D. S. (Ed.). Economia, meio ambiente e comunicação. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.p.

CAMPOS, P. C. *Jornalismo Ambiental e consumo sustentável: proposta de comunicação integrada permanente*. São Paulo, 2006. 325 f. - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

CANELA, G. *Empresas e imprensa: pauta de responsabilidade*. São Paulo: Instituto Ethos, 2006

CAPRA, F. *Alfabetização Ecológica: O desafio para a Educação do século 21*. In:

TRIGUEIRO, A. (Ed.). *Meio Ambiente no século XXI*. Campinas: Autores Associados, 2005. 19 - 34 p.

CASTELLS, M. *O poder da identidade*. *Paz e Terra*, v.2, n.2, 1999.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. Rio de Janeiro: Cortez, 1991. 98 p.

CONTI, J. B. *Considerações sobre as mudanças climáticas globais*. *Revista do Departamento de Geografia*, n.16, p.70-75, 2005.

CORREA, E. L. P. *Mídia regional e ambiente: a água no jornalismo da EPTV*. Piracicaba, 2007. 159 f. - *Ecologia Aplicada*, Universidade de São Paulo.

CUNHA, E. D. *Os sertões: campanha de Canudos*. São Paulo: Abril Cultural, 1979. 21 p.

DITTRICH, I. J., et al. *Ideologia e marketing: o espaço da opinião nas editoriais econômicas dos magazines semanais de informação*. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2002, Salvador. Anais. Salvador: Intercom, 2002. 89-107 p.

DUTRA, M. J. S. *Pensando em TV e Biodiversidade: existe mesmo um discurso ecológico?* In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2003, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte, 2003. 12 p.

EEROLA, T. T. *Mudanças climáticas globais: passado, presente e futuro*. In: Fórum de Ecologia e no evento Mudanças Climáticas: Passado, Presente e Futuro, 2003, Florianópolis. Anais. Florianópolis: Instituto de Ecologia Política na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), 2003. p.

ELIAS, M. D. C. *Célestin Freinet: uma pedagogia de atividade e cooperação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

ERBOLATO, M. *Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso*. São Paulo: Atlas, 1981. 152-154 p.

ESCUADERO, C., et al. *A 'cobertura cinematográfica' da IstoÉ*. In: INTERCOM SUDESTE 2006 – XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste 2006, Ribeirão Preto. Anais. Ribeirão Preto: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006. 2-3 p.

FALCÃO, V. *Dupla hélice*. In: (Ed.). *Formação & Informação científica*. São Paulo: Summus editorial, 2005. 89-104 p.

FERREIRA, L. D. C. *Os ambientalistas, os direitos sociais e o universo da cidadania*. In:

FERREIRA, L. D. C.; (ORGS.), E. V. (Ed.). *Incertezas de sustentabilidade na globalização*. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.p..

FRANÇA, M. S. J. *Divulgação ou jornalismo?* In: (Ed.). *Formação & Informação científica*. São Paulo: Summus editorial, 2005. 31-48 p.

FREIRE, P. *Educação como prática para a liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980

GARCIA, E. S. *Biodiversidade, Biotecnologia e Saúde*. *Cadernos de Saúde Pública*, v.11, n.3, p.491-494, 1995.

GARCIA, L. *Manual de redação e estilo*: O Globo. São Paulo: Globo, 1992. 23-42 p.

GIRARDI, I. M. T. 2002. *Jornalismo Ambiental, ética e cidadania*. Disponível em: www.jornalismocientifico.com.br. Acesso em 08 de julho de 2006.

GOMES, I. *O Jornalismo em Revista - Uma análise de revistas de comportamento*. Recife, 1995-, UFPE.

GOMES, I. M. D. A. M. *Saúde e Estética em Revistas dirigidas ao Público Feminino Aspectos Textuais e Discursivos*. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2006, Brasília. Anais. Brasília, 2006. p.

GOTTLIEB, O. R., et al. *Biodiversidade: o enfoque interdisciplinar brasileiro*. Ciência & Saúde Coletiva v.3, n.2, p.97-102, 1998.

HENRIQUE, C. *Revistas semanais: a notícia em sete dias*. In: CALDAS, A. (Ed.). *Deu no Jornal: O Jornalismo Impresso na Era da Internet*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003.p.

HERNANDO, M. C. 1999. *Democracy requires science journalism*. Disponível em: www.aiapc.com. Acesso em 26 de novembro de 2006.

IPCC. *Climate change 2007: synthesis report*. ONU. Genebra: 25 de novembro, p.63. 2007

IVANISSEVICH, A. *A mídia como intérprete*. In: (Ed.). *Formação & informação científica*. São Paulo: Summus Editorial, 2005. 13-30 p.

JAWSNICKER, C. 2007. *Reflexão sobre responsabilidade social no currículo de jornalismo: Estudo de caso do jornal ambiental Verdes Fatos*. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em 23 de dezembro de 2007.

JOHN, L. 2001. *O caminho do compromisso*. Disponível em: www.comtexto.com.br. Acesso em 15 de março de 2004.

JUBERG, C. *Afinal, quem pauta o sensacionalismo do jornalismo científico*. In: (Ed.). *Ciência e pobreza no século XXI*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005. 165-171 p.

KUCINSK, B. *Síndrome da antena parabólica: a ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

LEFF, E. *Saber Ambiental: Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2001. 246-247 p.

LIMA, E. D. S. 2004. *A importância da mídia na conscientização ambiental*. Disponível em: www.comtexto.com.br. Acesso em 25 de março de 2007.

MARTINO, L. M. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003. 90 p.

MEADOWS, A. J. *Communicating Research*. London: Academic Press, 1999. 115 p.

MILLER, S. *Os cientistas e a compreensão pública da ciência*. In: (Ed.). Terra incógnita: a interface entre a ciência e o público. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. 115-132 p.

MOUILLAND, M. *O título e os títulos*. In: PORTO, S. D.; (ORG.), M. M. (Ed.). O jornal: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002. 99-116 p.

MOUSINHO, P. *Glossário Ambiental*. In: TRIGUEIRO, A. (Ed.). Meio Ambiente no século XXI: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Campinas: Autores associados, 2005. 370 p.

NAVES, F. L. *Saberes, poderes e os dilemas das relações socioambientais*. Organizações Rurais e Agroindustriais, v.6, n.2, 2004.

NELSON, P. *10 dicas práticas para reportagens sobre meio ambiente*. Washington: International Center for journalists, 1994. 15-38 p.

NETHER, J. *Ecojornalismo Impresso-Análise do Jornalismo Ambiental em Porto Alegre*. Porto Alegre, 1998- Bel. Comunicação Social e Jornalismo, Universidade Luterana do Brasil.

NOBRE, C. 2006. *Mudanças climáticas e o Brasil: porque devemos nos preocupar*. Disponível em: www.fiesp.com.br. Acesso em 25 de abril de 2007.

ODUM, E., et al. *Fundamentals of Ecology*. Belmont, CA: Brooks - Cole, 2004. 598 p.

OLIVEIRA, F. D. *Jornalismo Científico*. São Paulo: Contexto, 2005. 90 p. 2.

PAZ, A. R. D., et al. *Jornalismo: Profissão Revista*. Piracicaba, 2006. 174 f. - Comunicação Social, Universidade Metodista de Piracicaba.

PNUMA. 1992. *Convention on Biological Diversity*. Disponível em: <http://www.cbd.int/convention/articles.shtml?a=cbd-02>. Acesso em 22.12.07.

POLANYI, K. *A grande transformação: as origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PRADA, R. R. *Periodismo: la teoria general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. Ciudad del Mexico: Trillas, 1990. 267 p.

RAMOS, L. F. A. *Meio ambiente e meios de comunicação*: Annablume, 1995.

REIS, J. *Ponto de vista: José Reis*. In: (Ed.). *Ciência e Público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002. 73-78 p.

RIBEIRO, M. R. 2005. *Glossário de jornalismo*. Disponível em: Acesso em 29 de dezembro.

ROSA, M. A. 2005. *Jornalismo em defesa do verde*. Disponível em: www.comtexto.com.br. Acesso em 12 de maio de 2006.

S.D. *A história secreta de Veja*. In: (Ed.). *Revista Imprensa*, 1988. 85 p.

SATO, M. *Educação Ambiental*. São Carlos: Rima 2003.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2004. 112 p.

SILVA, L. M., et al. *Formas de assegurar a responsabilidade social da mídia: modelos, propostas e perspectivas*. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom 2005. Anais. 2005 p.

SOARES, I. D. O. *Educommunication*. São Paulo: NCE–ECA/USP, 2004

SODRÉ, M. *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 1988.

SOUZA, C. M., et al. 2005. *Mídia e Meio Ambiente: Limites e possibilidades*. Disponível em: www.unitau.br. Acesso em 26 de agosto de 2006.

STOCKING, S. H. *Como os jornalistas lidam com as incertezas científicas*. In: (Ed.). *Terra incógnita: a interface entre ciência e público*. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 1999. 161-183 p.

TEIXEIRA, C. S. *Florestas sociais: uma resposta à destruição das florestas tropicais?* Rio de Janeiro, 2001- Dissertação, UFRRJ.

TILMAN, D. *Causes, consequences and ethics of biodiversity*. *Nature*, v.405, p.208-211, 2000.

TRIGUEIRO, A. *Mundo sustentável: abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação*. In: (Ed.). São Paulo: Globo, 2005. 286-301 p.

URBAN, T. 2005. *Um novo olhar da mídia sobre o meio ambiente*. Disponível em: www.jornalismocientifico.com.br. Acesso em 13 de outubro de 2007.

VEGA, A. P. *O Despertar ecológico: Edgar Morin e a ecologia complexa*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. 25 p.

VICENT, A. *Ideologias políticas modernas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995

VILLALTA, D. *O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira*. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2002, Salvador. Anais. Salvador: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. 15 p.

VISEU, A. 2007. *Ética, verdade e objetividade*. Disponível em: www.observatorioultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=422JDB006. Acesso em 23 de dezembro de 2007.

VITOUSEK, P. M., et al. *Introduced species: a significant component of human-caused global change*. *New Zealand Journal of Ecology*, v.21, n.1, p.1-16, 1997.

ZIGGIATTI, M. M. 1998. *Jornalismo Ambiental*. Disponível em: www.eca.usp.br. Acesso em 25 de setembro de 2007.

APÊNDICE I

Matérias avaliadas

As matérias avaliadas estão contidas em um CD, que se encontra na contracapa do trabalho, devido ao tamanho do arquivo e para facilitar a leitura.

O conteúdo está dividido por datas em pastas e subpastas, com as respectivas reportagens e ilustrações. Todos os arquivos podem ser abertos pelo visualizador de imagens do Windows e serem ampliados através de zoom.

APÊNDICE II

Comentários sobre os textos analisados

Revista *VEJA*

VEJA 08.11.06

A matéria é equilibrada, tem uma boa fonte científica, trabalha com muitos dados publicados além de mostrar os problemas pelos quais os elefantes têm mudado seus instintos, poderia ter mais fotos.

VEJA 22.11.06

Matéria bem didática e sensibilizadora, traz bastante dados relevantes e ainda mostra como o cotidiano é afetado apresentando um personagem que também é uma fonte. O título é bem chamativo e as charges informativas.

VEJA 22.11.06(2)

A matéria se propõe a mostrar hábitos saudáveis de nutrição e consegue fazê-lo. Traz personagens, trabalha bem com uma charge, mas apesar de dizer que perguntou à especialistas, não os cita. O box é bem explicativo e com boa imagem, onde é citada a fonte dos dados mostrados. O título desperta a atenção.

VEJA 29.11.06

A matéria é muito boa, pois traz muitos dados, fontes e experiências de origens diferentes, além de tentar facilitar o entendimento do funcionamento do hidrogênio como combustível. O título e a chamada são muito bons, além do excelente box. Apesar das fotos serem poucas têm boa qualidade.

VEJA DE 06.12.06

A matéria é bem estruturada, consegue mostrar um lado holístico da matéria ambiental inserindo meio ambiente como fato econômico. Traz dois bons boxes explicativos, além de descrever o que foi o acordo do Protocolo de Kioto. Uma pena não ter ouvido fontes

científicas apenas econômicas. As fotos são tímidas e mais decorativas do que jornalísticas.

VEJA DE 20.12.06 (1)

Uma boa matéria, com dados relevantes e algumas curiosidades, fonte muito pobre além de não ter ouvido a parte interessada na área ou o poder público que a criou, com pouca informação científica o que se destaca na matéria é o belo infográfico sobre a distribuição das espécies.

VEJA DE 20.12.06(2)

Boa matéria pautada por pesquisa publicada na *Science*, poderia trazer mais especialista. Consegue fazer uma boa explicação sobre a doença causada pelo *Ebola* e também um resumo didático do artigo. O boxe apesar de pequeno tem grande importância para a matéria. A falta de fotos pode prejudicar a compreensão da relevância do tema, pois o gorila não faz parte da fauna brasileira.

VEJA DE 20.12.06(3)

Excelente matéria especial sobre energia. Consegue trabalhar muito bem a parte científica, com as vantagens econômicas e ambientais. Traz personagens além de fontes conceituadas. Os boxes também têm muita qualidade, especialmente os que trazem exemplos bem sucedidos da utilização de energia alternativa e o que compara o petróleo com outras energias.

VEJA DE 27.12.06

A matéria foca mais o aspecto econômico das regiões atingidas pelo degelo do que a causa, mas tem uma linguagem clara e aspectos científicos importantes além de boas fontes. O título é atrativo assim como o *lead*, apesar de não apresentar fotos traz um bom boxe e dados interessantes.

VEJA DE 27.12.06(2)

A matéria traz uma alerta sobre a extinção de espécies levando o exemplo do *baiji*, tem boa fundamentação científica, boas fontes e um excelente boxe. Poderia ter falado um pouco mais do boto brasileiro.

VEJA DE 30.12.06

Um especial sobre Aquecimento Global, a matéria é capa, raridade entre as revistas pesquisadas, o tema é o da atualidade. A primeira parte da matéria trabalha bem o conceito da divulgação científica, consegue esclarecer com palavras inteligíveis a qualquer tipo de leitor como funciona o aquecimento global. Infelizmente os erros conceituais como dizer que mudanças climáticas e aquecimento global são a mesma coisa e o vilão da história é o efeito estufa continua, mesmo assim a matéria é muito boa. Já a parte que demonstra algumas idéias para amenizar os efeitos do aquecimento global E das mudanças climáticas não seguiu o mesmo padrão e ficou de difícil entendimento para os leigos apesar da tentativa de esclarecer alguns procedimentos e termos técnicos. Os boxes e os infográficos são excelentes e com boas explicações sobre causa e efeito.

VEJA DE 10.01.07

A matéria fala sobre a clonagem de animais, cita algumas pesquisas, mas não mostra em dados seus resultados, ainda sim consegue se fazer entender. Traz poucas fontes, mas confiáveis, mostra o quadro da clonagem no Brasil. Um bom título e *lead* tornam a matéria atraente. Poderiam ter sido colocadas mais fotos.

VEJA DE 17.01.07

Boa matéria que mostra o caos visual que ficou a cidade de São Paulo e mostra que isso pode ser resolvido. Ouve as fontes corretamente com equilíbrio. Um título interessante demonstra o posicionamento da revista em relação ao fato. Apesar da boa foto de chamada, poderia haver outras para destacar a poluição.

VEJA DE 14.02.07

Uma matéria simples sobre alguns alimentos orgânicos. O repórter não deixa clara sua intenção, pois no *lead* ele afirma que os orgânicos não tem propriedades cientificamente comprovadas e depois diz que eles são saudáveis. Mesmo assim as informações divulgadas são claras e as fontes confiáveis. Um pouco de merchandising não compromete o valor da reportagem. A falta de fotos sempre diminui a avaliação.

VEJA DE 21.02.07

A matéria é muito boa, traz com detalhes a forma com que as pessoas vêm a neutralização da emissão de carbono, mostra o modismo, busca diversos pontos de vista. Um título muito criativo, assim como um boxe de excelência, o *lead* convida para a leitura. Poderia ter utilizado mais fotos.

VEJA DE 28.02.07

O infográfico é o grande destaque da matéria que tomou como pauta o relatório divulgado pelo Inpe sobre como as mudanças climáticas podem afetar o Brasil. Poderia ter ouvido mais fontes e ser mais criativo no *lead* e no título. Cientificamente a matéria é de fácil assimilação.

VEJA DE 07.03.07

Matéria muito interessante sobre o etanol. Mostra com equilíbrio as vantagens e desvantagens do produto, principalmente para o Brasil. Traz uma série de dados interessantes e faz um panorama do cultivo e produção no mundo. As fontes são especializadas. Também mostra a força política e econômica da produção de biocombustíveis e os males que podem advir do entusiasmo do mercado. Dois boxes com informações acessíveis e algumas fotos interessantes. O título é criativo e *lead* bem objetivo.

VEJA DE 14.03.07

Boa matéria que alerta para a questão da preservação. O texto é divertido e tem um bom embasamento científico. Boas fontes, um boxe simples, mas objetivo e o título sem dúvida é o destaque. Poucas mas boas fotos.

VEJA DE 28.03.07

Matéria simples, mas importante, pois mostra uma pesquisa sobre a Malária, doença que não interessa às indústrias farmacêuticas. Percebe-se que é uma cópia do release distribuído por alguma agência de notícias. Uma foto boa, nenhuma fonte citada, o título é interessante. Vale pela informação relevante.

VEJA DE 04.04.07

O texto informa com detalhes os processos de construção das usinas na bacia Amazônica. Traz uma série de números importantes e explica bem como funcionará a hidrelétrica. Mas deixa claro o posicionamento da revista ao ouvir várias fontes a favor do projeto e apenas uma contra, além de criticar o Ibama e os órgãos ambientais. Mesmo assim a matéria é objetiva e deixa em aberto para que o leitor tenha sua opinião. Os infográficos são muito bons e claros. O título e o *lead* chamam a atenção, poderiam ter publicado fotos melhores.

VEJA DE 11.04.07

Excelente série de reportagens para uma edição especial sobre o aquecimento global. Utilização de analogias e repórter no local da matéria é um diferencial e tornam a pauta mais fácil. Todos os quesitos foram avaliados como muito bom, pois o repórter não mediu esforços para trazer ao leitor um texto de fácil assimilação e ao mesmo tempo profundidade científica. Todos os infográficos, boxes e fotos são destaques e dão um toque mais que especial a matéria. Os títulos também são criativos e os *leads* trazem a curiosidade ao leitor. A capa também é um diferencial.

VEJA DE 18.04.07

Matéria publicada originalmente pela National Geographic, tem sua importância para os leitores brasileiros. As fotos são o diferencial, mas o texto é muito superficial. Vale a pena ler a matéria original.

VEJA DE 25.04.07

O desaparecimento das abelhas foi pauta de diversos veículos. A matéria é interessante, traz um bom texto, consegue explicar bem a função das abelhas no ciclo reprodutivo das plantas, tanto com texto quanto com o box. Não se aprofundou por isso poucas fontes e nenhuma foto. O título é interessante e o *lead* traz um ar de mistério o que pode chamar a atenção do leitor.

VEJA DE 09.05.07

Boa matéria que explica o que foi o 3º relatório do IPCC. Apesar de uma só fonte, o box é muito bom facilitando muito a explicação da temática. O título é bem criativo e o *lead* vai direto ao ponto. Como sugestão mais de fonte é sempre interessante.

VEJA DE 16.05.07

A reportagem é bem clara, consegue mostrar objetivamente a questão das hidrelétricas. -Crítica o governo, mas não ouve o mais importante da história, o Ibama. Uma boa fonte mas pouco acrescenta a discussão. Dá muita informação, especialmente sobre o bagre mas em nenhum momento diz de onde elas vieram. A título é criativo e o destaque fica por contas do infográfico bem feito.

VEJA DE 30.05.07

Ótima matéria reúne todos os quesitos exigidos para uma reportagem ambiental, fontes excelentes, informações relevantes, material fotográfico de primeira qualidade, o repórter soube utilizar o texto de forma cativante mesmo com um tema complexo. Acertou no título e um *lead* objetivo, o infográfico ajuda muito ao mais leigo dos leitores.

VEJA DE 06.06.07

Matéria muito boa com a intenção de educar ambientalmente. É bem detalhada e fundamentada, traz personagem e boas fontes apesar de não serem citadas. Faz a sempre necessária relação meio ambiente e economia, o que traz interesse ao leitor. O título é simples, mas objetivo. Pena que tenha poucas fotos.

VEJA DE 06.06.07(2)

Essa matéria complementa a anterior, tem também um viés de educação ambiental. Trata da água, recurso que é temática de diversas reportagens. Traz ótimas informações, de novo não cita as fontes o que pode fazer com que a matéria perca um pouco de credibilidade. O título é chamativo. Nenhuma foto, mas a charge é um destaque.

VEJA DE 20.06.07

O governador do Amazonas, Eduardo Braga, vem se destacando no âmbito da política ambiental. Todas as três revistas publicaram matérias sobre ele e o “bolsa-floresta”. A reportagem se não diferem muito, utilizam dados de desmatamento, recursos financeiros. Peca em não ouvir a população beneficiada. Poderia ter mais fotos, mas se a intenção é promover o imposto e o governo atinge seu objetivo. O título é diferente dos outros pois destaca o governador e não a ação. Um bom boxe é o diferencial.

VEJA DE 27.06.07

Boa matéria que mostra que além de problemas com madeireiros e fazendeiros, também é necessário enfrentar os corruptos e corruptores para minimizar os problemas ambientais. Como todo o processo corre em segredo de justiça é difícil para o repórter buscar muitas fontes e dados. Mas ele consegue demonstrar o problema e trazer informações relevantes. O título é bem irônico e chamativo e o *lead* objetivo e crítico. Boas fotos ajudam a ilustrar.

VEJA DE 27.06.07(2)

Matéria com uma série de dados e informações científicas que demonstram uma relação entre a produção de vinhos e o aquecimento global. A tendência das reportagens ambientais é cada vez mais estreitar as conseqüências do aquecimento com o cotidiano da sociedade. A ausência de fotos prejudica a matéria, mas o excelente infográfico é um dos destaques, assim como o título que brinca com o nome de um filme chamando a atenção e o *lead* objetivo.

VEJA DE 04.07.07

Ótima matéria traz muitos dados importantes busca mostrar como a ganância e ignorância do homem podem fazer com que ele acabe com suas próprias fontes de subsistência. Poderia ter mais fotos, e uma fonte nacional do empresariado. O *lead* é chamativo e o título cai como uma luva.

VEJA DE 01.08.07

Excelente matéria sobre aquecimento global mostrando como as geleiras do Himalaia estão derretendo. Uma linguagem clara e simplificada dá bom entendimento ao texto auxiliado pelos ótimos boxes. Uma boa fonte internacional, apesar de termos ótimos glaciólogos no Brasil não é importante busca-los para essa matéria. Uma bela foto e um título muito convidativo.

VEJA DE 29.08.07

Matéria originalmente publicada na revista Newsweek e que foi republicada em *VEJA* e *Época*. A matéria é excelente mostrando com detalhes o assassinato dos gorilas puramente por vingança. Traz informações importantes e ótimas fontes internacionais.

VEJA traz um excelente boxe que não existe na reportagem original. Um título forte e um *lead* chamativo.

VEJA DE 05.09.07

Boa matéria sobre a criação de fauna silvestre, traz muitos dados importantes, com um texto de fácil entendimento, boas fontes um *lead* atrativo, um título bem criativo e um ótimo infográfico que dá suporte ao texto.

VEJA DE 19.09.07

Boa matéria sobre os automóveis ecologicamente corretos. Um bom texto com boa interpretação científica. Poderia ter explorado mais as fontes e buscado uma nacional. O boxe ajuda muito a ilustrar a matéria Boas fotos, um título muito criativo e um *lead* bem estruturado.

VEJA DE 26.09.07

Nessa revista especial sobre ambientalismo a revista se coloca claramente a favor do pensamento dos países que são contra qualquer tipo de mudança em sua busca pelo “desenvolvimento”. Apesar de ouvir excelentes fontes, só busca aquelas que tem a teoria que a matéria quer demonstrar. Em nenhum momento ouve pessoas contrárias apenas às cita, criticando. Jornalisticamente a matéria é muito boa, traz vários dados importantes, ótimas fontes, um texto bem explicativo ilustrado por boxe e infográficos além de um título e *lead* bem atrativos.

VEJA DE 26.09.07(2)

Mais uma matéria sobre aquecimento global e derretimento de geleiras. Não deixa de ser importante, mas poderia ter sido mais profunda. A falta de fontes pode desqualificar o conteúdo científico mesmo com muitas informações. O título é muito inteligente e o *lead* tem uma boa estrutura. As fotos das plataformas de gelo têm sido o diferencial nestas matérias.

VEJA DE 03.10.07

Excelente matéria informa com simplicidade, apresenta muitos dados relevantes e reserva um parágrafo explicando a função das algas. Também conta com um boxe e um infográfico que ilustram ainda mais o tema. O título é simples mas direto e o *lead*

denuncia a forma como o crescimento chinês está tornando a sobrevivência insustentável no país. Uma boa fonte, mas poderia ter mais fotos.

VEJA DE 03.10.07(2)

Uma matéria interessante, com boas informações e que satisfaz o leitor que gosta de animais domésticos. Uma boa fonte e um *lead* bem estruturado. O título é atrativo.

VEJA DE 24.10.07

Assim como a revista Newsweek e Variety, a Veja também fez seu especial sobre a relação meio ambiente e modo de vida.

A matéria traz ótimos boxes, infográficos, boas fontes, mas induz o leitor a aceitar a opinião da revista, que mostra o lado inverso da luta ambiental, fazendo com que as ameaças globais ao meio ambiente sejam em sua maioria especulação.

VEJA DE 31.10.07

O tema foi explorado pelas três revistas, mas a VEJA, diferente das outras explorou pouco a questão ambiental e se preocupou mais com as perdas dos artistas hollywoodianos que vivem na região.

O título já demonstra isso, um bom infográfico e um lead chamativo. A matéria foi selecionada por mera questão de comparação de abordagem temática.

Revista ÉPOCA

ÉPOCA DE 16.10.06

ÉPOCA especial sobre Meio Ambiente, são 77 páginas com reportagens sobre problemas e soluções às questões ambientais.

A primeira matéria é de excelente qualidade, trazendo muitos dados, fotos e conceitos científicos sobre grandes problemas que afetam o meio ambiente.

ÉPOCA DE 16.10.06(2)

A matéria traz ótimos exemplos de relações sócioambientais, mostrando como é possível construir o desenvolvimento em harmonia com o meio ambiente. Traz personagens que tem respaldo mostrando que manter o equilíbrio ambiental não é só responsabilidade da ciência.

ÉPOCA DE 16.10.06(3)

Matéria muito interessante que traz dicas para o leitor desenvolver atos sustentáveis, como economizar água, comer menos carne. Muito bem construída com personagens, linguagem de fácil entendimento e excelente diagramação. Só pecou no conceito de reciclagem, tão comumente citado como um processo que pode ser realizado em casa, confundido com a separação de materiais que podem ser reciclados.

ÉPOCA DE 16.10.06(4)

A matéria traz diversos depoimentos científicos, com boas fontes de diversas partes do planeta. Mostra os efeitos do aquecimento global, das mudanças climáticas e do aumento dos gases de efeito estufa de forma inteligível a qualquer tipo de leitor. Ótimos infográficos e boxes bem esclarecedores. Erra por falar pouco dos efeitos no Brasil e ouvir uma única fonte nacional além de no *lead* novamente argumentar erroneamente contra o efeito estufa.

ÉPOCA DE 16.10.06(5)

Texto bem trabalhado e de fácil entendimento, baseado em um artigo consegue mostrar alguns malefícios do metano, especialmente do gado alertando a população sobre o consumo excessivo de carne. Traz um box que facilita a leitura, e só ouve várias fontes, não só o autor da pesquisa.

ÉPOCA DE 16.10.06(6)

A matéria é bem interessante, pois apesar de focar a cidade chinesa traz outros exemplos além de exemplos para países emergentes que ainda não têm condições de construir algo como Dongtan mas podem investir em processos mais baratos como produção de bioenergia e reciclagem. Traz boas fotos e um título que convida o leitor a ler o texto.

ÉPOCA DE 30.10.06

A matéria mostra os maiores causadores do desmatamento na Amazônia, pecuaristas e agricultores. Traz fontes oficiais, pesquisadores e fazendeiros mostrando imparcialidade na informação. Também um bom boxe com dados relevantes. Pena que as fotos não sejam boas. O título e o *lead* também são importantes para prender a atenção do leitor.

ÉPOCA DE 30.10.06(2)

A reportagem consegue levar ao conhecimento do público uma informação da área de saúde de forma didática e fácil de entender conseguindo atingir o objetivo de divulgar fato científico. O infográfico bem feito facilita e bastante o entendimento da matéria, apesar de poucas fontes, a que existe é confiável. Mais uma vez o problema da matéria é não conter foto de relevância.

ÉPOCA DE 06.11.06

A matéria é excelente, cumpre sua função de mostrar a insustentabilidade do desenvolvimento promovido por China e Índia com um bom texto, dados relevantes e fontes diferentes, inclusive uma brasileira. Também mostra exemplos que deram certo, e isso ajuda a atingir o objetivo da reportagem. Mais uma vez as fotos são escassas e sem relevância, apesar de algumas legendas criativas. Os boxes auxiliam bastante o entendimento.

ÉPOCA DE 06.11.06(2)

Uma matéria interessante, principalmente pelas fotos, mostrando com competência o trabalho conjunto de dois profissionais com formações bem diferentes. Consegue entreter e dá uma boa aula de botânica. O título é muito criativo.

ÉPOCA DE 13.11.06

A matéria descreve bem a proposta que o Brasil levou a Convenção do Clima, mas deveria ter escutado fontes oficiais. Traz dados relevantes , as fotos são boas mas a legenda fraca.

ÉPOCA DE 18.11.06

Apesar de ser uma coluna de opinião, o autor descreve bem o problema da tartaruga, traz uma fonte confiável e aponta uma solução. O interessante é que os textos da coluna Primeiro plano normalmente falam sobre política, isso demonstra mais uma vez o aumento do interesse sobre a questão ambiental pelos veículos de comunicação. Poderia ter mais fotos e um título mais chamativo.

ÉPOCA DE 18.11.06(2)

Matéria que traz sérias denúncias sobre o desmatamento criminoso na Amazônia, ouve boas fontes, personagens, poder público. Traz fotos muito boas com legendas bem explicativas, e um infográfico detalhado. O título também aguça a curiosidade do leitor.

ÉPOCA DE 27.11.06

O texto tem um bom desenvolvimento, conta a história , dá exemplos conversa com fontes além de alertar sobre o problema da dengue. Poucas fotos. mas um ótimo infográfico. O título é muito criativo.

ÉPOCA DE 27.11.06(2)

Uma bela história, mostra com riqueza de detalhes como é possível ajudar na preservação. O personagem foi bem escolhido, mostra com detalhes a situação da Chapada e um infográfico bem informativo. Poderia ter mais fotos.

ÉPOCA DE 27.11.06(3)

Matérias sobre novas fontes de energia predominam nas revistas, e sempre estão mais preocupadas com as questões econômicas do que com as ambientais. A reportagem traz dados importantes e cita alguns bons exemplos dentro do seu objetivo, a lucratividade da energia alternativa. Mesmo com poucas fotos e apenas uma fonte a pauta consegue ser objetiva. O título é bem chamativo e um boxe muito bom.

ÉPOCA DE 04.12.06

O assunto é muito interessante e pouco divulgado, e o jornalista consegue mostrar com detalhes como funciona o processo de injeção do CO2 com um bom texto, fontes ótimo infográfico. As fotos e as legendas estão boas assim como o título e o *lead* prendem a atenção do leitor.

ÉPOCA DE 11.12.06

Bela matéria, mostra com clareza e imparcialidade a questão da sustentabilidade, ouve todos os lados afetados pela má organização pública no setor, dá exemplos consistentes, boxes bem explicativos. Fotos muito boas e um título que explica bem o conteúdo da reportagem.

ÉPOCA DE 18.12.06

A reportagem explica bem o efeito do aquecimento global sobre o Ártico, tenta mostrar algumas vantagens (sempre econômicas) do derretimento de algumas calotas que impedem a passagem de navios e aumentam a distância entre portos, mas depois retorna ao alerta do problema ambiental que isso causa. O efeito estufa mais uma vez é citado e apesar de quase nenhuma foto, bons infográficos e título.

ÉPOCA DE 18.12.06(2)

A matéria traz uma denúncia importante e mostra com objetividade seu ponto de vista, ouviu diversas fontes e colocou dados relevantes, como sempre poderia ter mais fotos mesmo assim a informação chega de forma clara ao leitor.

ÉPOCA DE 25.12.06

Excelente matéria, mostra como economia a meio ambiente podem viver em harmonia , levando desenvolvimento e cidadania a população. A reportagem é uma história bem contada pela jornalista, traz personagens muito interessantes, o *lead* que fala sobre o sisal é uma ótima demonstração de informação científica popularizada, o título bem chamativo. Os boxes que mostram exemplos trazem boas fotos e ajudam a incrementar a matéria.

ÉPOCA DE 25.12.06(2)

Conscientizar com bons exemplo é o objetivo da matéria e consegue atingi-lo, traz fontes muito boas, um texto claro, faltaram mais fotos. Também traz dados relevantes para a aceitação do conceito de livro sustentável ou ecológico.

ÉPOCA DE 06.01.07

Pelo título esperava uma matéria mais completa, mas o que se viu são poucos dados, fontes inexistentes e a tentativa de se fazer um texto descompromissado. Ao menos os exemplos são bons e as fotos legíveis.

ÉPOCA DE 13.01.07

Uma boa matéria que traz informações novas sobre o aquecimento global, já discute o relatório do IPCC e o mais importante relata o que pode acontecer com o Brasil. Fontes diversificadas e confiáveis e bastante dados, além de um gráfico da temperatura. O título chama a atenção e as fotos de fácil entendimento.

ÉPOCA DE 29.01.07

Um bom texto, explicando as motivações do presidente Bush para se render aos alertas aos efeitos do aquecimento global. Um texto que não cai na politicagem mas ao mesmo tempo critica a postura tardia do governo federal dos EUA. O título chama para a leitura e algumas informações são bem relevantes como a do B-52.

ÉPOCA DE 29.01.07(2)

Um ótima matéria consegue ser bem equilibrada ao mostrar a caça como uma desculpa para a preservação e ao mesmo tempo traz detalhes sociais dos grupos animais. Ouve boas fontes, mas apenas uma brasileira. Poderia ter utilizado biólogos ou ambientalistas. O título cativa assim como o *lead*.

ÉPOCA DE 29.01.07(3)

Uma matéria muito interessante, pois mostra dois fatos ambientais e os relaciona com o ser humano, como deve ser uma boa reportagem ambiental. Conta histórias, o que chama a atenção do leitor. Traz boas fontes, fotos marcantes e o título é bem misterioso e seduz para a leitura.

ÉPOCA DE 03.02.07

Matéria excelente que abre a série de reportagens dessa edição especial sobre o aquecimento global divulgado pelo relatório do IPCC. Mostra quadros catastróficos advindos do problema, além de ouvir fontes confiáveis como pesquisadores do próprio órgão da ONU. Também traz um box com explicações detalhadas. Com sempre a *ÉPOCA* peca pela falta de boas fotos, mas nada que estrague a matéria. O título sensacionalista mostra como esse tema vai ser tratado pelos meios daqui para frente.

ÉPOCA DE 03.02.07(2)

Dando continuidade ao tema explorado por essa edição, a matéria nos fala sobre biocombustíveis, energias alternativas, conscientização. Os infográficos são o ponto chave da reportagem bem simples e claros. A relação ser humano e ambiente vem explícita, assim como as explicações das fontes ouvidas. O tema chama a atenção do leitor que se sinta desinformado e o *lead* é um alerta .

ÉPOCA DE 03.02.07(3)

As matérias que contam histórias sempre chama a atenção do leitor. A reportagem descreve muito bem a relação do homem com o garimpo ao mesmo tempo em que mostra a degradação ambiental causada pelo mal uso dos recursos. Personagens muito interessantes se destacam. Traz fontes importantes como políticos da região, administradores e até o padre. Relata os problemas sociais que podem ser ocasionados, mantendo a conexão homem-lugar que habita. As fotos são muito boas assim como as legendas. Um bom infográfico para destacar a localização da região. Um título de fábula surpreende e aguça a curiosidade e o *lead* já nos prepara para que o veio no texto.

ÉPOCA DE 12.02.07

Excelente reportagem sobre os biocombustíveis mostrando a importância dessa fonte tanto ambientalmente como economicamente. Traz dados muito relevantes, fontes confiáveis e experientes. Um bom box e ótimo infográfico ajudam a ilustrar a matéria. Um título criativo auxilia bastante.

ÉPOCA DE 19.02.07

Texto feito embasado em pesquisa, isso traz confiabilidade ao material, dados mais exatos e fontes experientes. O desafio é transformar em linguagem inteligível, o que o repórter consegue, com analogias e exemplos. O título é bom assim como as fotos. O infográfico e o boxe ajudam na ilustração e explicação.

ÉPOCA DE 24.02.07

Briga por recursos naturais já são comuns devido a ganância do homem. A matéria mostra bem como isso funciona. Envolvidos em uma guerra onde o principal motivo é o lucro obtido com a venda de um minério, índios e garimpeiros vivem em constante guerra. Bem equilibrado o repórter consegue alertar onde isso pode parar. Poderia ter abordado mais a relação do homem com o ambiente, mas se o objetivo é mostrar a violência detonada pelos diamantes, atinge-o. Boas fontes, bons personagens, um título instigador. As fotos são claras, poderia ter se aprofundado mais nos problemas ambientais que essa guerra causa na região.

ÉPOCA DE 05.03.07

Excelente matéria sobre o desmatamento na Amazônia, mostra com detalhes a incompetência do poder público e órgãos fiscalizadores diante dos crimes cometidos por invasores de terra. Pautada por uma pesquisa o repórter foi muito feliz em ouvir como fontes diversos personagens, não só o autor do estudo.

A reportagem mostra claramente os desafios do governo para impedir a contínua degradação da região, além de trazer um infográfico detalhado que ilustra muito bem o que acontece. Um título forte alerta para o problema e o *lead* já começa denunciando os crimes.

ÉPOCA DE 02.04.07

Matéria de capa sobre o aquecimento global mostra vários fatos que podem acontecer com o Brasil. Aliás o diferencial da matéria é que ela toma como exemplo o Brasil, através de um bate bola mostra as causas e efeitos de possíveis desastres ambientais que possam vir a acontecer respaldado por fontes confiáveis. O título é objetivo, um infográfico com bastante informação. O *lead* criativo traz analogias que facilitam o entendimento. As fotos manipuladas ou não também ajudam a captar o texto. Só falha

ao dar informações técnicas por quatro parágrafos sem citar nenhuma fonte. Busca também amenizar as catástrofes trazendo alguns efeitos positivos.

ÉPOCA DE 09.04.07

Mais uma matéria sobre aquecimento global pautada pelo relatório do IPCC. Diferente da anterior mostra um panorama dos efeitos nos continentes. Traz boas informações, fontes confiáveis. O boxe e o infográfico detalhando cada continente é muito bom e chama a atenção. O título sensacionalista e um *lead* que trabalha com analogia também são um bom destaque da reportagem. Não posso deixar de elogiar o conceito correto de efeito estufa.

ÉPOCA DE 23.04.07

Reportagem bem interessante, pois traz personagens além de fontes confiáveis. Volta a citar a pesquisa do Imazon provando que esse tipo de trabalho pode produzir diversas pautas. Não é tendenciosa e mostra aspectos positivos e negativos, traz propostas concretas. O título questionador é incomum e traz reflexão assim como o *lead* que conta uma história. O infográfico e o boxe ilustram muito bem o material.

ÉPOCA DE 30.04.07

Ótima matéria sobre aquecimento global. Embasado em relatório do Ministério do Meio Ambiente explica com simplicidade os mecanismos para combater os desmatamentos. Ótimas fontes e bem diversificadas dão um destaque a reportagem. A explicação do porque as florestas não são pulmões do mundo se encaixa bem no objetivo do texto. O título é bem criativo e o *lead* vai direto ao ponto. Apesar de poucas, como acontece com *ÉPOCA*, as fotos são eficazes.

ÉPOCA DE 07.05.07

Excelente reportagem sobre fontes de energia renováveis. Traz muitas informações, diversas fontes e um panorama político. Consegue ser objetiva e levar o tema com clareza e imparcialidade pois ouve várias opiniões diferentes sobre o tema. Na segunda matéria demonstra a falta de conhecimento de nossos políticos sobre fatos importantes.

O título é direto , apesar de poucas fotos vale a pena ler. O boxe ajuda a ilustrar.

ÉPOCA DE 14.05.07

A matéria é boa, poderia ter se aprofundado mais em vez de ficar só na parte elétrica da casa sustentável. Um boxe com dicas para quem pensa em construir algo semelhante seria interessante. Boas fontes originais, fotos muito boas e um título criativo. A matéria tem a clara intenção de conscientizar a população e isso é muito válido.

ÉPOCA DE 14.05.07(2)

O título é o diferencial da matéria, muito inteligente e sagaz chama a atenção do leitor. Mas as informações estão bem dispostas com clareza e objetividade. Apenas uma foto mas interessante. Poderia ter ouvido fontes nacionais pois a Embrapa participa do projeto mesmo assim é uma boa reportagem.

ÉPOCA DE 29.05.07

A matéria mostra a utilização dos transgênicos de diversas formas, tenta manter um equilíbrio mas é clara a posição da revista a favor das pesquisas utilizando bem mais fontes a favor do que contra. Mas a matéria é boa, tem muita informação científica clara, fotos ilustrando a reportagem e um *lead* chamativo.

ÉPOCA DE 04.06.07

Mais um especial sobre o etanol, esse bem mais focado aos benefícios econômicos que o combustível pode trazer ao Brasil. A revista mostra sua posição favorável a produção do etanol em larga escala. Traz diversas fontes, mas nenhuma opinião divergente. O boxe e o infográfico são objetivos e de fácil assimilação. Boas fotos, e um título que demonstra esperança.

ÉPOCA DE 04.06.07(2)

Boa matéria sobre comportamento animal, traz fontes de diversas especialidades para dar credibilidade as informações. As fotos poderiam ser em maior número. O texto é de fácil assimilação assim como o título, o *lead* é objetivo.

ÉPOCA DE 11.06.07

Ótima matéria com intenção de conscientizar. Traz fontes diversas, muitas informações importantes, além de um esquema de fotos bem criativo. A idéia de se contar uma história, principalmente quando mostra ações cotidianas sempre causam impacto. O título é bem objetivo e o *lead* chama a tenção do leitor.

ÉPOCA DE 18.06.07

Ótima reportagem sobre os impactos ambientais das obras do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC). Traz fontes diversas, informações com dados muitos dados que dão credibilidade ao material. Um título objetivo e um *lead* que traz para o debate. O boxe que mostra o que pode e o que está sendo feito é o diferencial da matéria.

ÉPOCA DE 25.06.07

Uma boa história que mostra como o homem pode lucrar sendo responsável socialmente. No quesito conscientização a matéria é muito boa. Apesar de parecer um *release*, o texto é objetivo. Bons exemplos devem sempre ser explorados pela mídia. O título é bem interessante.

ÉPOCA DE 29.06.07

Excelente matéria sobre a retomada do programa nuclear no Brasil. A revista se posiciona claramente contra a idéia, mas mostra de forma equilibrada o porquê. Traz diversas fontes, tanto nacionais quanto do exterior, um texto claro e objetivo com muita informação e um boxe que ilustra com competência a reportagem. O título é desafiante.

ÉPOCA DE 29.06.07(2)

Boa matéria que mostra uma ação a ser bem investigada. Traz fontes dos dois lados e mostra o trabalho do pesquisador. O texto é claro e busca informações que vão além da questão policial, e isso chama a atenção. O título é instigante.

ÉPOCA DE 09.07.07

Uma boa matéria mostrando com os jovens estão se conscientizando sobre os problemas ambientais. Tem um bom texto e fontes, um título inteligente e um *lead* atrativo.

ÉPOCA DE 16.07.07

Normalmente as matérias das revistas especiais são muito boas, e essa não decepciona, com um texto claro e informativo, traz muitos dados, e ótimas fontes.. Utilizando personagens a matéria conta histórias e faz comparações entre países mostrando que a mídia pode ser uma ótima ferramenta para a educação ambiental. As ilustrações são excelentes com infográficos bem detalhados e boas fotos legendadas. Os boxes auxiliam ainda mais na explanação do texto. O título lança uma dúvida o que chama a atenção e o *lead* contando uma história também é um grande atrativo

ÉPOCA DE 16.07.07(2)

Muito bom bate bola, esclarece algumas dúvidas contando com fontes confiáveis e com dados relevantes. Um título atrativo com um *lead* que trabalha com um personagem, o que é sempre interessante.

ÉPOCA DE 16.07.07(3)

Mais uma ótima matéria, agora mostrando como a criatividade humana pode auxiliar na economia de água e ao mesmo tempo dar lucro. Exemplos como Israel são sempre citados pelos estudiosos ao falar sobre o desperdício. Uma matéria simples, com boas histórias, fontes confiáveis. Um título atrativo e um *lead* bem estruturado. Pecou pela falta de fotos.

ÉPOCA DE 23.07.07

Ótima matéria que mostra como a união pode ajudar a preservar a natureza. Texto claro e cheio de informações, com dados relevantes e fontes confiáveis. Um infográfico muito bom auxilia no entendimento do tema. O título é atrativo e o *lead* aguça a curiosidade do leitor.

ÉPOCA DE 23.07.07(2)

Boa matéria com intenção educativa mostra bem como funciona o imposto e quais seus objetivos. Ouve boas fontes e com um título criativo e um *lead* bem estruturado.

ÉPOCA DE 30.07.07

Mais uma matéria educativa e sugestiva, muito bom texto e fontes confiáveis . Os boxes são a grande atração da reportagem. Um título atrativo e *lead* forte .

ÉPOCA DE 13.08.07

Apesar do texto curto, é direto e de fácil compreensão, mas o que vale da matéria é o infográfico que mostra como nosso corpo funciona como um ecossistema.. Mesmo sem fontes citadas o título e o *lead* são atrativos e a matéria em geral interessante.

ÉPOCA DE 13.08.07(2)

Novamente a matéria sobre o massacre dos gorilas do Congo já citada em Veja. Essa apesar de resumida também mantém um bom texto e as informações originais.. Uma boa matéria mesmo que compilada, pois o assunto é de extrema relevância e alerta.

ÉPOCA de 20.08.07

Ótima matéria que denuncia a falta de critérios do Incra para a reforma agrária e como isso vem influenciando no aumento da degradação na Amazônia. Com um texto muito bom, informações relevantes, fontes confiáveis e a utilização de personagens, o que sempre ajudam a dar mais veracidade a informação, o repórter foi muito bem. O *lead* que começa contando uma história é sempre um atrativo e o título é bem forte.

ÉPOCA de 20.08.07(2)

Matéria sobre o aquecimento global, mas com vertente política. A matéria é clara, tem boas fonte e consegue atingir o objetivo de mostrar como a Nasa falhou e quais as conseqüências. O título é o atrativo da reportagem, bem criativo brinca com as palavras.

ÉPOCA de 03.09.07

Boa matéria sobre a política dos biocombustíveis. Analisando mais o lado economico da questão o texto é de fácil entendimento, faz um balanceamento das fontes e se utiliza de um bom infográfico para embasar as informações. O título com pergunta gera curiosidade do leitor e o *lead* abre direciona bem o estilo do texto.

ÉPOCA de 03.09.07(2)

Ótima matéria sobre sacolas plásticas, além de mostrar a questão da substituição das pet por sacolas de material reciclável com excelentes fontes e informações concisas, traz informações científicas em seu último parágrafo que com certeza cativam o leitor. O título aguça a curiosidade. Poderia ter mais fotos.

ÉPOCA de 10.09.07

Ótima matéria que mostra um exemplo de como sustentabilidade e lucro podem conviver harmoniosamente. Além da fonte muito interessante, os infográficos mostram como tudo funciona e o texto é curto mas conciso. O título também é direto e o *lead* já traz as primeiras informações importantes.

ÉPOCA de 10.09.07(2)

A temática da mortandade das abelhas nos EUA aparece nas três revistas.. O texto apesar de possuir muitos termos científicos, conseguiu ser claro e mostrar o que aconteceu. O infográfico é de extrema competência assim como as fontes. O título aguça a curiosidade e o *lead* bem informativo. Além de mostrar o problema a matéria busca relaciona-lo com os problemas ambientais atuais e isso funciona muito bem.

ÉPOCA de 17.09.07

Outra matéria que demonstra como lucro e sustentabilidade podem andar juntos. Interessante como os produtos verdes não param de crescer e são bem aceitos. O texto por contar uma história é bem inteligível e importante. O infográfico é sempre uma boa ferramenta de apoio. Poderia ter mais fotos, mas p título e a intenção de conscientizar são o ponto forte da reportagem.

ÉPOCA de 24.09.07

As hidrelétricas do Rio Madeira são tema constante na mídia em geral . Apesar da vertente econômica da matéria, ela mostra os conflitos ambientais a que estão sujeitos esse tipo de empreendimento. Um texto simples com muitas informações. Boas fontes mas poderia ter ouvido especialistas das área ambiental mesmo não sendo este o cerne da discussão. O infográfico auxilia no entendimento da discussão. O título mostra a posição da revista na questão.

ÉPOCA de 01.10.07

Matéria simples, mas importante sobre discurso de Lula na ONU. Ouve uma fonte confiável e traduz as preocupações dos ambientalistas com os biocombustíveis. Um título denunciador e *lead* bem estruturado.

ÉPOCA de 08.10.07

Uma reportagem objetiva e com muitas informações, mostra com detalhes quanto custa o desmatamento na Amazônia para o Brasil. Com um texto leve e recheado de fontes e dados, a matéria faz denúncias importantes. O box e o infográfico são muito bons, assim como o título direto e os *leads* chamativos. Importante a revista se posicionar nesse tipo de acontecimento, mostrando que há um grande desequilíbrio entre desenvolvimento e sustentabilidade no pensamento da classe política.

ÉPOCA de 08.10.07(2)

Apesar de curta a matéria consegue ser objetiva ao tratar de um importante tema ambiental, o meio ambiente. O título já aguça a curiosidade assim como o subtítulo. O box complementa com competência as informações.

ÉPOCA de 15.10.07

Todas as revistas trazem matéria sobre o Bolsa Floresta do governador do Amazonas, Eduardo Braga. Um diferencial da matéria de *ÉPOCA* é que conta a história de um personagem que vive do auxílio. *ÉPOCA* faz uma matéria relativamente grande sobre o assunto, traz muitos dados, e tem como fontes ambientalistas e beneficiados, não só o governador como fazem as outras revistas. O texto é simples e objetivo, traz dados numéricos importantes, um box muito eficiente e funciona bem como uma ferramenta de conscientização.

ÉPOCA de 15.10.07(2)

Mais uma matéria demonstrando ações individuais a favor do meio ambiente. Texto simples e direto, traz informações relevantes e decifra bem alguns conceitos de legislação. O título é objetivo e apesar de só uma fonte a matéria é bem concisa.

ÉPOCA de 15.10.07(3)

Ótima matéria sobre consciência ecológica. Com boas fontes um texto objetivo e embasado por uma pesquisa consegue cativar a atenção, até se utilizando de ironia. O título é criativo e o *lead* questionador. Mostra como o marketing ambiental pode confundir criando uma ilusória percepção de gestão. Apesar de poucas, uma foto bem objetiva.

ÉPOCA de 29.10.07

Outra reportagem sobre aquecimento global e gelo. Mostra com detalhes, inclusive o repórter estava presente, como o problema está afetando todos os ecossistemas existentes e interferindo na sobrevivência humana. Ótimo texto descritivo, sem termos científicos complicados, Fácil de entender o repórter traz fontes que vivenciam o problema. Com informações relevantes, ótimas fotos e legendas consegue mostrar ao leitor as conseqüências do aquecimento no Alasca. Com um título irônico e um *lead* claro a matéria mereceu nota máxima em quase todos os quesitos.

Revista *ISTOÉ*

ISTOÉ de 04.10.06

A matéria traz alguns conceitos errados, e apenas a opinião de uma fonte justamente o realizador da pesquisa o que pode tornar a credibilidade da informação discutível, além de confundir Protocolo de Kyoto com o de Montreal. Poderiam haver mais fotos mas a legenda está bem explicativa. O tom alarmista vem sendo utilizado pela imprensa sendo considerado um mal necessário, pelo menos neste momento. O título e o *lead* chamam a atenção do leitor.

ISTOÉ de 04.10.06(2)

A matéria é baseada em pesquisa e consegue simplificar o vocabulário científico, fazendo analogias e levando os resultados para situação cotidiana. Falha por não omitir o nome do laboratório onde foi realizada a pesquisa e por ter em alguma vezes se excedido na vulgarização dos termos, como chamar as bactérias de "bicharadas". O infográfico é muito bom assim como o título e o *lead*.

ISTOÉ DE 01.11.06

Boa matéria com a intenção de alertar sobre os problemas vividos por um dos santuários da biodiversidade mundial. Traz dados alarmantes e soluções para ajudar na preservação. Boas fotos e uma estrutura com ótimo título e *lead*. Peca ao não citar as fontes da pesquisa o que pode comprometer a credibilidade da matéria.

ISTOÉ DE 08.11.06

A matéria consegue explicar ao leitor o que é o *carbon free*, e traz dados diversos que destacam sua importância, mostra fontes especializadas em economia, adverte sobre o *marketing* ambiental. Peca por não trazer opinião de especialistas na área climática e por cometer o erro de “abominar” o efeito estufa. Fotos sem relevância mas um bom título e *lead* atrativo.

ISTOÉ DE 15.11.06

A matéria denuncia ao leitor para um “esporte” cruel mas que é praticado livremente na Inglaterra, consegue levar o tema com dualidade e informação. O título é bom, as fotos e as legendas poderiam ser mais jornalísticas. Poderia ter colocado opiniões de fontes conhecedoras do assunto com variadas visões.

ISTOÉ DE 22.11.06

A matéria sobre o *Greenpeace* é bem interessante, trazendo ao leitor o histórico da organização, além de incluir alguns questões ambientais defendidas pela entidade. As fotos são muito boas assim como o título.

ISTOÉ DE 29.11.06

A matéria consegue mostrar com fidelidade como será feita a obra, além de idealizar com poucas palavras o que são as placas tectônicas, o boxe e o infográfico são de excelente qualidade.

ISTOÉ DE 06.12.06

Muito boa matéria denunciando as práticas criminosas de dois zoológicos, com dados que comprovam o assassinato dos animais e que está não é a solução para o problema apontado pelos administradores dos parques. Poderiam ter consultados algumas ONGS, mesmo brasileiras ou algum especialista, poucas fotos. O título é excelente e chama a atenção do leitor para a carnificina que está sendo cometida pelos motivos de sempre, dinheiro e corrupção.

ISTOÉ DE 06.12.06(2)

Matéria interessante, consegue mostrar ao leitor um processo geológico de formação de ilha sem complicar, também ouve uma fonte gabaritada. Traz um boxe relevante com título e *lead* interessantes, e fotos de qualidade.

ISTOÉ DE 13.12.06

A matéria não é imparcial, a revista se posiciona pela utilização da energia nuclear, quando claramente só ouve fontes favoráveis e deixa clara sua posição no último parágrafo. Não é um bom jornalismo, mas em sua função de informar cientificamente ela atinge o objetivo. Uma foto sem relevância com um bom título e *lead*, as fonte ouvidas têm prestígio. Novamente peca ao culpar o efeito estufa pelas de mudanças climáticas.

ISTOÉ DE 20.12.06

Uma bela matéria que consegue levar ao leitor a pesquisa inédita de forma leve e intrigante. As analogias são muito boas assim como as fontes renomadas. Os exemplos de animais já aguçam a curiosidade pelo simples relato. O infográfico e as fotos são excelentes.

ISTOÉ DE 20.12.06(2)

A matéria é bem construída, faz a denúncia e demonstra os motivos da atitude com causas e efeitos. Traz boas fontes e um ótimo título e *lead*. Poderia ter ouvido algum invasor da área que perdeu seu gado, mas mesmo assim atinge bem o objetivo de esclarecer e informar.

ISTOÉ DE 21.02.07

A matéria é bem legível consegue mostrar a importância das cobaias nos experimentos científicos e ouve boas fontes. O título poderia ser mais criativo, porém o *lead* consegue esclarecer o ponto de vista do autor da matéria. Um excelente infográfico ilustra bem a reportagem.

ISTOÉ DE 28.02.07

Tendo como pano de fundo a Amazônia, a matéria traz dados interessantes e mostra erros e acertos sobre a sustentabilidade da região. Reproduz boas fontes e mostra como algumas empresas já vislumbram o momento verde da economia. Um título bem positivo e uma chamada interessante.

ISTOÉ DE 07.03.07

A matéria é regular, traz alguns dados interessantes que poderiam ter rendido uma pauta bem mais aprofundada, especialmente se tivesse como pano de fundo a Rio 92. Poucas fotos, um título médio. Nada que chame muito a atenção do leitor apesar do tema ser de relevância. O box é fraco.

ISTOÉ DE 14.03.07

Reportagem muito boa traz o fundamental para uma matéria ambiental, relação meio ambiente e benefícios ao homem, embasada em uma pesquisa da UNB o repórter foi feliz ao ouvir fontes diferentes como chef's de cozinha. As boas fotos estão nos boxes bem simples e diretos. O título ilustra bem a matéria e o *lead* é bem informativo

ISTOÉ 21.03.07

Ótima matéria que tem a clara intenção de alertar e conscientizar para o desperdício da água. Traz dados claros, apesar de citar uma pesquisa sem dizer a fonte. Entrevista pessoas de notório saber, faz um paralelo entre a abundância e a escassez. Apesar de poucas, as fotos são objetivas. O título serve de alerta e o *lead* traz informação indispensáveis. O box explicativo dá um excelente suporte a reportagem.

ISTOÉ DE 21.03.07(2)

Boa matéria sobre os veículos ecologicamente corretos, mostra como a indústria automobilística tem buscado nas tecnologias desenvolver motores menos poluentes devido a pressão social. Pautada por uma pesquisa, tem boas fontes e fotos . Poderia ter explorado o que as indústrias com sede no Brasil têm feito a esse respeito além dos carros flex. Um título interessante e um *lead* chamativo.

ISTOÉ 28.03.07

Matéria-denúncia muito bem estruturada, com fontes especializadas, personagens e relações ambientais. Mostra como a ganância do homem pode interferir até nas boas

opções de compensação ambiental. A exploração do trabalho do homem é discutida desde Karl Marx, mas a matéria demonstra com clareza como o “sonho” do etanol pode se tornar um pesadelo daqui a alguns anos. A reportagem é equilibrada e sensata, além de clara e objetiva. As fotos são boas, o título e o *lead* são muito chamativos.

ISTOÉ DE 18.04.07

Boa matéria sobre o santuário de primatas, clara intenção de mostrar a boa atitude do proprietário, a matéria apesar de simples atinge o objetivo. Preferiu não polemizar ouvindo fontes contrárias a idéia. Boas fotos e um texto claro.

ISTOÉ DE 18.04.07(2)

Boa matéria sobre as atitudes da família real inglesa para diminuir o impacto ambiental de seus luxos. Texto simples e objetivo, traz dados relevantes e até uma certa pitada de bom humor. Tem a nítida intenção de conscientizar. O título é bem criativo, apesar de poucas fotos e quase nenhuma citação de fonte a matéria é interessante

ISTOÉ DE 25.04.07

A matéria é clara e mostra bem como o homem resolve seus problemas. Dados relevantes, uma foto excelente que mostra o objetivo da matéria que é criticar o argumento das autoridades russas. Nenhuma fonte relevante, o título é direto e o *lead* traz a lembrança do urso Knut, salvo por um zôo da Alemanha.

ISTOÉ DE 25.04.07(2)

Mais uma matéria sobre os biocombustíveis. Mostra como a utilização desse combustível vem crescendo, traz dados e fontes relevantes e relaciona ambiente com economia. O título é muito criativo.

ISTOÉ DE 09.05.07

Matéria de caráter formal que somente informa sobre um evento em Nova York. Por um lado mostra que preservar o meio ambiente pode ser lucrativo. Traz opiniões de empresários, destaque para o governador do Amazonas. Texto simples, um título sem muita inspiração mas que já diz sobre o que a matéria.

ISTOÉ DE 09.05.07(2)

Excelente matéria sobre a dengue. Mostra o problemas profundamente, aponta as causas e dá soluções. Ouve um grande número de fontes experientes além de apresentar personagens. O título é bem chamativo e o *lead* vai direto ao ponto. Um ótimo infográfico ilustra a matéria com clareza. As fotos trazem informações relevantes para que demonstrem os erros da população.

ISTOÉ 09.05.07(3)

Mais uma reportagem sobre o biocombustível. Por ter importância econômica é o tema preferido da mídia. A matéria é interessante, consegue ser clara ao mostrar a expectativa dos empresários no interesse cada maior pelo etanol e toda a infra-estrutura pública que está sendo construída para impulsionar a produção. Não tem o objetivo de mostrar se ambientalmente é bom ou ruim por isso não ouve fontes científicas. Não possui fotos mas um bom infográfico ajuda muito a ilustrar o texto.

ISTOÉ DE 16.05.07

Matéria bem interessante sobre o aquecimento global, apesar de apenas uma fonte o que não é recomendável, é objetiva e clara. As analogias ajudam, assim como informações bem construídas, mas sem dúvida o destaque do material são as fotos. O título traz curiosidade e o *lead* é bem direto.

ISTOÉ DE 23.05.07

Boa matéria que alerta sobre o problema com os cangurus. Apesar de não trazer fontes científicas mostra os dois lados da questão. Com vários dados interessantes, traz um texto objetivo e de fácil assimilação. Pequenos boxes e uma boa foto ajudam a chamar o leitor. O título é direto assim como o *lead*.

ISTOÉ DE 30.05.07

Uma boa matéria mostra bem o fato, trabalha com fontes confiáveis e traz informações relevantes sobre as jubartes. O *lead* é bem criativo assim como a forma de contar a história. O infográfico com as fotos ilustra bem.

ISTOÉ DE 13.06.07

A matéria é boa, mostra uma boa solução do governo do Pará para tentar combater o desmatamento. Traz detalhes da região através de dados relevantes e também um texto

claro explica como funciona o projeto. Peca por só ouvir o governador do Pará, poderia ter utilizado juristas e empresários da região para complementar a matéria. O ótimo infográfico ajuda bastante no entendimento do tema. Um título e *lead* objetivos.

ISTOÉ DE 13.06.07(2)

Matéria bem interessante e didática. Mais uma vez mostra como a relação homem, natureza e economia devem andar juntos. Traz informações sobre os diabos da tasmânia assim como uma pesquisa em andamento. As fontes são confiáveis e o destaque vai para o boxe com o Pernalonga, o que pode trazer as crianças para a discussão. O título e o *lead* também são um atrativo para a leitura.

ISTOÉ DE 20.06.07

Muito boa reportagem sobre as obras no Rio São Francisco. Traz imparcialidade ao ouvir fontes com opiniões divergentes. Traz muitos dados e é rica em informações sobre o entorno e o rio. Um ótimo infográfico ilustra a matéria assim como boas fotos. O título é criativo e objetivo.

ISTOÉ DE 20.06.07(2)

Uma matéria curiosa e bem informativa. Para quem segue o catolicismo traz informações relevantes e para quem não segue aguça a curiosidade. Boas fontes e uma clara intenção de conscientizar. Um título bom, e um *lead* bem interessante. O boxe ajuda a melhor compreensão.

ISTOÉ DE 27.06.07

Matéria bem completa com muitas informações e dados. Apesar de só ter uma fonte essa é de extrema confiabilidade além de citar os relatórios do IPCC. A foto é muito boa, assim como o título que chama a atenção e alerta.

ISTOÉ DE 27.06.07(2)

A reportagem mostra que quando se trata de preservação é importante que sejamos parciais algumas vezes. Com muita seriedade e um leque de informações o texto consegue mostrar o descaso das autoridades não só com os botos mas também com outras espécies. A ganância econômica como sempre se sobressai. A fonte é confiável, o título e o *lead* alertam para o problema e o infográfico se destaca, mas o ponto forte da

matéria é a frase que demonstra a indignação da repórter pelo descaso da população em relação aos problemas ambientais.

ISTOÉ DE 04.07.07

Boa matéria sobre a energia nuclear, com muitas informações importantes e boas fontes. A revista através da matéria demonstra claramente seu posicionamento a favor desse tipo de matriz energética, mas não compromete a informação ouvindo lados favoráveis e contrários a questão. Um título extremamente político mas chamativo e um *lead* objetivo. O ótimo infográfico é um diferencial com dados bem enfáticos.

ISTOÉ DE 04.07.07(2)

Muito boa matéria, mostra como o aquecimento da planeta vem afetando diretamente a vida de certas populações. Um texto equilibrado com informações relevantes, muitos dados, fontes confiáveis. O título poderia ser mais criativo, mas no todo a matéria é interessante

ISTOÉ DE 11.07.07

Boa matéria mostra como as empresas estão desenvolvendo conceitos ambientais principalmente devido á pressão popular. A matéria traz um a série de informações importantes e dados que ajudam no entendimento. Apesar de uma foto, ela consegue sintetizar o conteúdo da reportagem. Um título criativo e um *lead* que explora a questão da conscientização são os pontos fortes.

ISTOÉ DE 18.07.07

Boa matéria sobre as hidrelétricas do Rio Madeira, tema constante nas publicações. Explora mais a parte política da questão , detalha o funcionamento do empreendimento e faz comparações. Poderia ter ouvido mais fontes além do governo, mas no geral é uma boa matéria. A utilização do infográfico e do boxe ajudam no entendimento. O título é normal e o *lead* crítico.

ISTOÉ DE 25.07.07

Uma matéria curta que mostra como a natureza ainda surpreende ao homem. Um texto de fácil compreensão e com história interessante. Apresenta as fontes certas e tem um box auxiliando o entendimento. O *lead* e o título são bem criativos.

ISTO É DE 03.08.07

Uma boa matéria sobre o problema da importação de pneus usados. A matéria é equilibrada, mas tende mais ao lado econômico da questão do que o ambiental e isso pode ser notado pelas fontes utilizadas, poderia ter utilizado mais fotos. O título é estruturado e o texto bem objetivo.

ISTO É DE 08.08.07

Bom texto baseado em pesquisa científica que traz a relação natureza e saúde humana. Um texto fácil e objetivo tem o auxílio de um box, sempre necessário em matérias com termos científicos complexos. Um título que mexe com a curiosidade do leitor mas poderia ter mais fotos.,

ISTO É DE 15.08.07

O título com ironia já é um diferencial, é uma matéria simples mas consegue ser reflexiva. Utiliza três fontes importantes e um *lead* detalhado. Poderia ter mais fotos. Como sempre o box é um importante aliado para colocar o leitor a par do tema.

ISTO É DE 22.08.07

Excelente matéria sobre a biodiversidade amazônica. Um texto empolgante, com objetividade. Ótimas fontes consultadas, mostra a importância de se pesquisar e preservar o meio ambiente.. O título apesar de simples é direto e atrativo e o *lead* mostra a empolgação do repórter com o assunto. O grande destaque da matéria são as belas fotos.

ISTO É DE 22.08.07(2)

Matéria muito interessante que mostra como o homem pode utilizar a criatividade para preservar, conscientizar e ao mesmo tempo ter lucro. O texto é simples e empolgante, traz muitos dados com boas fontes e fotos. O título é atrativo.

ISTOÉ DE 22.08.07(3)

A discussão sobre os alimentos orgânicos vem aumento a cada dia. A matéria simples é objetiva, traz boas fontes e muitas informações relevantes. O título é criativo e o *lead* abre bem a matéria, poucas fotos.

ISTOÉ DE 29.08.07

A matéria mostra os efeitos das mudanças climáticas no aumento de catástrofes naturais. Poderia ter explorado bem mais o tema apesar do bom texto a alguns dados relevantes, não ouve fontes e peca pela pouco esclarecimento científico. As fotos são um diferencial assim como o título criativo, mas poderia ter feito uma reportagem bem mais completa.

ISTOÉ 12.09.07

Muito boa matéria mais uma vez falando sobre os efeitos do aquecimento global. Apesar de alguns cientistas acharem precipitado se falar que o lago secou devido a problemas ambientais, o texto traz informações de boas fontes, com um texto claro e objetivo mostra outros casos que podem ter sido ocasionados pelo mesmo problema. Boas fotos e um título direto e reflexivo.

ISTOÉ DE 12.09.07(2)

Texto simples e curto que mostra como a tecnologia bem empregada pode auxiliar na preservação dos biomas. Apesar de não ter fontes citadas, o que é um erro, o repórter mostra como funciona o sistema e se utiliza de uma boa ilustração para auxiliá-lo. O título é atrativo e o *lead* bem objetivo.

ISTOÉ DE 19.09.07

A preocupação ecológica invade cada vez mais o pensamento do homem e demonstra que quando queremos podemos ser criativos e sustentáveis. O primeiro efeito da matéria é a conscientização do leitor, depois com um texto bem detalhado mostra como tudo funcionará e os efeitos disto para o meio ambiente. Com um titulo objetivo e um *lead* atrativo a reportagem traz boas fotos e vários dados muitos importantes.

ISTOÉ DE 26.09.07

Mais um tema diferente mostrando como os animais podem ser importantes na relação com o homem. Com um texto leve e objetivo é uma matéria para todas as idades. Também mostra que essa relação pode ser trabalhada em todas as áreas do conhecimento. Ouve fontes relevantes e traz um personagem. O título aguça a curiosidade e tem boas fotos.

ISTOÉ DE 26.09.07(2)

Uma boa matéria, mas pelo tema poderia ter sido bem mais explorada, a falta de fontes científicas é sempre questionável, mas o texto é objetivo, traz diversos dados e mostra quadros diferentes. O título é bem denunciativo e o *lead* questionar é atrativo.

ISTOÉ DE 03.10.07

O texto aborda a posição do governo federal diante da “onda” verde e dos biocombustíveis. Uma matéria simples apenas para mostrar o discurso do presidente Lula na ONU. Para quem é ligado no tema é interessante mas pode não despertar muito interesse a todo leitor. Os boxes com as frases de Lula são o destaque, de restante matéria sem muita empolgação.

ISTOÉ DE 10.10.07

Mais uma matéria que aponta o aquecimento global como vilão. Mas o texto conta com detalhes como isso pode causar o desaparecimento da ilha de Tuvalu. Com um bom texto, dados importantes, fonte científica e local a reportagem se torna atrativa. O título é um diferencial convidando o leitor ao texto, assim como o bom infográfico.

ISTOÉ DE 10.10.07(2)

Uma ótima matéria também sobre as mudanças globais e o degelo. Traz com dados relevantes e detalhadamente estudos sobre o fenômeno no Ártico. Com muitas fontes conceituadas é objetivo e claro inclusive nos termos científicos. Os exemplos na segunda parte atraem o leitor que geralmente é curioso. Os dois belos infográficos são outro destaque, assim como as histórias dos personagens do texto. O título e o *lead* são diretos.

ISTOÉ DE 17.10.07

O debate sobre o fim dos sacos plásticos é longo. Todas as três revistas tem matérias sobre o tema.

Essa em questão mostra exemplos de legislação e de iniciativas para tentar amenizar o problema. Com um texto simples e dinâmico o repórter passa bem o recado. As fontes apesar de não serem científicas são interessantes. Além do que o texto contém uma série de informações que facilita o entendimento da discussão. . O título irônico sempre ajuda a chamar a atenção assim com u *lead* objetivo.

ISTOÉ DE 24.10.07

Matéria com importante denúncia mostrando como a preocupação com a Amazônia é mais falácia do que ação. O texto consistente é objetivo e atrativo. Com muitas fontes importantes, traz histórias e personagens além de citar o poder público. O título é bem criativo e o *lead* um desabafo. Ótimas fotos que misturam beleza e informação.

ISTOÉ DE 24.10.07(2)

Uma matéria curiosa com um texto claro e boas fontes. Mostra como a ciência é fundamental desde o início da era humana além de mostrar que o problema do aquecimento global já afeta o planeta há muito tempo. Um título que aguça a curiosidade.

ISTO É de 31.10.07

Boa matéria, com fontes especializadas, bem explicativa, fotos e legendas diretas e um título criativo. O *lead* é bem objetivo.

ISTO É de 31.10.07(2)

A matéria traz um título bem chamativo, o que certamente desperta o interesse do leitor. O *lead* bem humorado também é um atrativo. As fontes são de alto gabarito e o texto é bem explicativo inclusive fazendo comparações com os corais brasileiros que não fazem parte da pesquisa. Fotos muito boas e legendas objetivas, ótima matéria.

ISTO É de 31.10.07(3)

As três revistas falam sobre o incêndio florestal na Califórnia. A Isto É soube dar um equilíbrio a matéria, citando as causas ambientais e a política desenvolvimentista de Bush que podem ter influenciado no rápido alastramento do fogo, mas não deixou de citar os famosos que moram na área.

O título é muito bom, assim como o lead que se utiliza de um personagem assustado. As fotos e o infográfico são a parte alta da matéria. Boas fontes e informação na medida certa.

APÊNDICE III

Bibliografia das matérias analisadas

Revista VEJA

O adeus do golfinho. Veja. São Paulo. 2006.

Inferno aos milionários. Veja, n.2032, 2007.

O avanço das algas tóxicas. Veja, n.2028, 2007.

Ouro sobre o gelo. Veja, n.2027, 2007.

Picada sem risco. Veja, n.2001, 2007.

ANTUNES, C. *Para abraçar a causa verde.* Veja. São Paulo. 2006.

BATATA, C. *O governador da floresta.* Veja, n.2013, 2007.

BORTOLOTI, M. *Ajuda ao melhor amigo.* Veja, n.2028, 2007.

BORTOLOTI, M. *Parece uma Amazônia.* Veja, n.2024, 2007.

BORTOLOTI, M. *Um mistério à solta no ar.* Veja, n.2005, 2007.

BOSCOV, I. *Mr. Gore vai a Hollywood.* Veja. 2006.

CAMARGO, L. *Aquecimento nas alturas.* Veja, n.2019, 2007.

CAMARGO, L. *Como o calor vai afetar o Brasil.* Veja, n.1997, 2007.

CARELLI, G. *O guru do verde.* Veja. São Paulo. 2006.

CORREA, R. *Sim, ainda podemos limpar a sujeira.* Veja, n.2007, 2007.

CORREA, R. *Verde sobre rodas.* Veja, n.2026, 2007.

COUTINHO, L. *Corredor Verde.* Veja. São Paulo. 2006.

COUTINHO, L. *Assim não dá.* Veja, n.2014, 2007.

DUALIBI, J. *A neutralização da culpa.* Veja, n.1996, 2007.

DWECK, D. *Limpos e bonitos.* Veja. São Paulo. 2006.

DWECK, D. *O túmulo dos gorilas*. Veja. São Paulo. 2006.

DWECK, D. *E ainda nos achamos superiores*. Veja, n.2023, 2007.

DWECK, D., et al. *O nosso é real. O de Bush  blblbl*. Veja, n.1998, 2007.

ESCOTEGUY, D. *O alerta global*. Veja. São Paulo. 2006.

FAVARO, T. *Sem neve pra esqui*. Veja. São Paulo. 2006.

FRANÇA, R. *O guardião da floresta*. Veja, n.2005, 2007.

MARTHE, M. *Mogli moderno*. Veja, n.2017, 2007.

OLTRAMARI, A. *De bagre a bode*. Veja, n.2008, 2007.

PAVLOVA, A., et al. *De gota em gota*. Veja, n.2011, 2007.

RYDLEWSKI, C. *Eles já vivem sem petróleo*. Veja. São Paulo. 2006.

SANTOS, L. *Ecologia à mesa*. Veja. São Paulo. 2006.

SCHELP, D. *O fim da pesca*. Veja, n.2004, 2007.

SETTON, R. *Orgânicos: a palavra dos chefs*. Veja, n.1995, 2007.

SOUZA, O. D., et al. *7 megassolues para um megaproblema*. Veja. São Paulo. 2006.

SOUZA, O. D., et al. *Países e pessoas agem.mas alguns ainda duvidam*. Veja, n.2031, 2007.

TEIXEIRA, D. *Os elefantes perderam a paciência*. Veja. São Paulo. 2006.

TEIXEIRA, D. *Salvar o planeta d lucro*. Veja. São Paulo. 2006.

TEIXEIRA, D. *As iras do vinho*. Veja, n.2014, 2007.

TEIXEIRA, D. *Bife de clone*. Veja, n.1990, 2007.

TEIXEIRA, D. *Design Abissal*. Veja, n.2010, 2007.

TEIXEIRA, D. *A última fronteira*. Veja, n.2002, 2007.

WEINBERG, M. *6 idéias para uma casa ecológica*. Veja, n.2011, 2007.

ZAKABI, R. *Limpeza, afinal*. Veja, 2007.

ZAKABI, R. *A próxima vítima*. Veja, n.2015, 2007.

ZAKABI, R. *Só se salvam os bonitinhos*. Veja, n.1999, 2007.

Revista ÉPOCA

Uma verdade inconveniente. Época, n.439, 2006.

Bush chegou à terra? Época, n.454, 2007.

Que água podemos beber? Época, n.478, 2007.

AMARAL, R. *Como é difícil ser verde.* Época, n.491, 2007.

ARANHA, A. *Cenas de uma revolução sertaneja.* Época, n.449, 2006.

ARANHA, A. *O tuaregue do verde.* Época, n.445, 2006.

ARANHA, A. *Heróis do planeta.* Época, n.477, 2007.

ARANHA, A., et al. *Os heróis do verde.* Época, n.439, 2006.

ARINI, J. *Estão roubando o futuro da Amazônia.* Época, n.444, 2006.

ARINI, J. *Faltou dinheiro para desmatar.* Época, n.441, 2006.

ARINI, J. *A origem da vida-uma aula de design.* Época, n.442, 2006.

ARINI, J. *Quem paga pelo verde?* Época, n.443, 2006.

ARINI, J. *As casas amigas do verde.* Época, n.469, 2007.

ARINI, J. *A biodiversidade é um problema.* Época, n.482, 2007.

ARINI, J. *Como o aquecimento global vai afetar o Brasil.* Época, n.463, 2007.

ARINI, J. *O ano mais quente da história.* Época, n.452, 2007.

ARINI, J. *O novo capitalismo ambiental pode salvar a Amazônia?* Época, n.479, 2007.

ARINI, J. *Para de comer carne pode salvar a Amazônia?* Época, n.466, 2007.

ARINI, J. *Para onde vão nossos diamantes.* Época, n.458, 2007.

ARINI, J. *Sem prazo e sem compromisso.* Época, n.489, 2007.

ARINI, J. *Um dilema improdutivo.* Época, 2007.

ARINI, J., et al. *R\$ 7 bilhões para salvar a Amazônia.* Época, n.490, 2007.

ARINI, J. *O vilão anônimo.* Época, n.439, 2006.

BAHE, M. *O brasileiro que prevê encrenca.* Época, n.464, 2007.

- BOCK, L. *Guarda-roupa sustentável*. Época, n.480, 2007.
- BOCK, L. *Herói da ciência ou ladrão da Amazônia?* Época, n.476, 2007.
- BOCK, L. *Você ainda usa saco plástico?* Época, n.485, 2007.
- BORCHOLTE, A., et al. *Já estou em campanha*. Época, n.439, 2006.
- BRUM, E. *No Brasil do Zé Capeta*. Época, n.455, 2007.
- BUSCATO, M. *O livro ecológico*. Época, n.449, 2006.
- BUSCATO, M. *Três maneiras de enterrar o gás carbônico*. Época, n.446, 2006.
- BUSCATO, M. *A cura virá da natureza*. Época, n.455, 2007.
- BUSCATO, M. *O lobby das termelétricas*. Época, n.468, 2007.
- BUSCATO, M. *Pense globalmente, compre localmente*. Época, v.466, 2007.
- BUSCATO, M. *Uma imposto para salvar a terra*. Época, n.479, 2007.
- BUSCATO, M. *Você já poluiu hoje?* Época, n.473, 2007.
- BUSCATO, M., et al. *Como vamos viver*. Época, n.455, 2007.
- CAMPANILI, M. *15 dicas para cuidar do planeta*. Época, n.439, 2006.
- CAMPANILI, M. *A reinvenção das cidades*. Época, n.439, 2006.
- CAVALLARI, M. M. *Gore vai disputar a presidência?* Época, n.460, 2007.
- CHARÃO, C. *Catástrofe quase todo ano*. Época, n.457, 2007.
- CLEMENTE, I. *A bolha verde*. Época, n.445, 2006.
- CLEMENTE, I. *Caçador de mosquitos*. Época, n.445, 2006.
- CLEMENTE, I., et al. *Estão pedindo outro apagão*. Época, n.488, 2007.
- CLEMENTE, I., et al. *O ambientalismo atrapalha o desenvolvimento?* Época, n.447, 2006.
- CLEMENTE, I., et al. *Os 8 passos para o Brasil virar uma potência*. Época, n.472, 2007.
- CLEMENTE, I., et al. *O Brasil vai se tornar a arábia saudita verde?* Época, n.456, 2007.
- EDITOR. *Personagem da semana*. Época, n.444, 2006.

FREITAS, R. *Uma reforma agrária destruidora*. Época, n.483, 2007.

GALLI, A. P. *Quem paga a conta de Angra 3?* Época, n.476, 2007.

GLAUSIUZ, J. *Seu corpo é um planeta*. Época, n.482, 2007.

GONÇALVES, A. *O defensor das águas*. Época, n.491, 2007.

HOLMES, B., et al. *Puxe o gatilho e salve os animais*. Época, n.454, 2007.

KAPLAN, M. *A erva da paz*. Época, n.454, 2007.

LEAL, R. *10 ameaças e uma esperança*. Época, n.439, 2006.

LEAL, R. *As novas rotas do Norte*. Época, n.448, 2006.

LEAL, R., et al. *Vai falta água?* Época, n.478, 2007.

LIMA, F. *Este sujeito come lixo*. Época, n.440, 2006.

MANSUR, A. *As ameaças para o planeta*. Época, n.464, 2007.

MANSUR, A. *Ele criou o bolsa-floresta*. Época, n.491, 2007.

MANSUR, A. *O calor será bom para a Rússia*. Época, n.474, 2007.

MANSUR, A. *O mar vai ficar sem peixes*. Época, n.484, 2007.

MANSUR, A. *O massacre dos gorilas*. Época, n.482, 2007.

MANSUR, A. *Os inovadores que tiram água do deserto*. Época, n.478, 2007.

MANSUR, A. *Um pouco de calor pode ser bom*. Época, n.490, 2007.

MANSUR, A., et al. *Bem vindo à era do Caos*. Época, n.439, 2006.

MARTINS, E. *Desenvolvimento da poluição*. Época, n.442, 2006.

MONTEIRO, B. *Como se livrar dos agrotóxicos em sua mesa*. Época, n.490, 2007.

NEVES, M. L. *Pegadas Verdes*. Época, n.487, 2007.

NOGUEIRA, T. *Em nome dos nossos filhos*. Época, n.460, 2007.

PROTAZIO, P. *Dá para construir e preservar?* Época, n.451, 2007.

SALOMÃO, A. *A aposta no prédio verde*. Época, n.486, 2007.

SALOMÃO, A. *O empresário da nova era verde*. Época, n.475, 2007.

- SALOMÃO, A., et al. *Vem ai a Alcoolbrás?* Época, n.485, 2007.
- SAMPAIO, A. *A indústria pesada chega ao Pantanal.* Época, n.448, 2006.
- SEGATTO, C. *Uma ameaça a menos.* Época, n.441, 2006.
- SORG, L. *Um debate acalorado.* Época, n.483, 2007.
- VASCONCELOS, L. *Os transgênicos de cara nova.* Época, n.471, 2007.
- VICÁRIA, L. *A arca de Nóe das plantas.* Época, n.469, 2007.
- VICÁRIA, L. *A culpa das árvores.* Época, n.467, 2007.
- VICÁRIA, L. *Eles têm sentimentos?* Época, n.472, 2007.
- VICÁRIA, L. *O assassino das abelhas.* Época, n.486, 2007.
- VICÁRIA, L. *Os caminhos da devastação.* Época, n.459, 2007.
- VICÁRIA, L., et al. *Que mundo será este?* Época, n.455, 2007.
- WHITAKER, L. *Os esquimós estão comprando freezer.* Época, n.493, 2007. Revista *ISTOÉ*

Revista *ISTOÉ*

Caçada sem fim. Istoé, n.1934, 2006.

De olho na Amazônia. Istoé, n.1976, 2007.

Equinácia contra a gripe. Istoé, n.1971, 2007.

Essa ilha vai sumir do mapa. Istoé, n.1980, 2007.

Estilo orgânico. Istoé, n.1973, 2007.

Mc Verde. Istoé, n.1967, 2007.

O desaparecimento dos esquimós. Istoé, n.1966, 2007.

Os bons conselhos de Bush-pai. Istoé, n.1949, 2007.

CAMARGO, C. *Quem tem medo de Angra III?* Istoé, n.1938, 2006.

CARDOSO, R. *Vaticano Ecológico*. Istoé, n.1964, 2007.

CASTÉLLON, L. *Amazônia desconhecida*. Istoé, n.1973, 2007.

CASTÉLLON, L. *A dona da Amazônia*. Istoé, n.1957, 2007.

CASTÉLLON, L. *Santuário dos chimpanzés*. Istoé, v.1955, 2007.

CASTÉLLON, L., et al. *Por que o Brasil não se livre dessa desgraça?* Istoé, n.1958, 2007.

CLAUDIO, I. *A família real caiu na real*. Istoé, n.1955, 2007.

COSTA, C., et al. *Motor verde-e-amarelo*. Istoé, n.1956, 2007.

FILHO, A. *O plástico vai furar*. Istoé, n.1981, 2007.

FILHO, F. A. *A turma do barulho*. Istoé, n.1935, 2006.

FILHO, F. A. *O novo alcoolduto de 1.150km*. Istoé, n.1958, 2007.

FURTADO, J. *É tempo de baleia*. Istoé, n.1973, 2007.

GANTOIS, G. *O presidente verde*. Istoé, n.1979, 2007.

GOMES, J. *Delícias do cerrado*. Istoé, n.1950, 2007.

JR, O. F. *Encontro na Big Apple*. Istoé, n.1958, 2007.

MARQUES, C. J. *O ibama, o bagre e o bode*. Istoé, n.1957, 2007.

MARQUES, H. *Gado Zero*. Istoé, n.1939, 2006.

MARQUES, H. *Marcha para a fronteira*. Istoé, n.1982, 2007.

MELLO, K. *A batalha contra o carbono*. Istoé, n.1933, 2006.

MELLO, T. D. *A festa sexual dos Corais*. Istoé, n.1983, 2007.

MENDES, D. *Mosteiro meteorológico*. Istoé, n.1982, 2007.

PELLEGRINI, L. *O fim do gelo no Ártico*. Istoé, n.1980, 2007.

PINHEIRO, L. *A batalha dos pneus*. Istoé, n.1970, 2007.

RABELO, C. *Poluição total*. Istoé, n.1978, 2007.

RANGEL, N. *Liberada a caça aos ursos*. Istoé, v.1956, 2007.

RANGEL, *No lago Chade secou*. Istoé, n.1976, 2007.

RANGEL, R. *Aquecimento Global é terrorismo climático*. Istoé, n.1967, 2007.

RANGEL, R. *As águas vão rolar*. Istoé, n.1964, 2007.

RANGEL, R. *A volta das grandes obras*. Istoé, n.1968, 2007.

RODRIGUES, A., et al. *A morte por trás do etanol*. Istoé, n.1952, 2007.

RODRIGUES, G. *Dr. escargot, tartaruga, coelho, papagaio*. Istoé, n.1978, 2007.

SGARBI, L. *A ilha que não gosta do mar*. Istoé, n.1937, 2006.

SGARBI, L. *Parque dos Horrores*. Istoé, n.1937, 2006.

SGARBI, L. *A América vais secar*. Istoé, n.1965, 2007.

SGARBI, L. *Anzol predador*. Istoé, n.1968, 2007.

SGARBI, L. *A caça ao boto-rosa*. n.1965, 2007.

SGARBI, L. *Califórnia em chamas*. Istoé, n.1983, 2007.

SGARBI, L. *E agora ELE quer salvar as árvores*. Istoé, n.1972, 2007.

SGARBI, L. *Era Glacial: o que escondem de nós*. Istoé, n.1959, 2007.

SGARBI, L. *Invasão dos cangurus*. Istoé, n.1960, 2007.

SGARBI, L. *No olho do furacão*. Istoé, n.1974, 2007.

- SGARBI, L. *O bolsa floresta*. Istoé, n.1963, 2007.
- SGARBI, L. *O caça tsunami*. Istoé, n.1983, 2007.
- SGARBI, L. *O novo Chico Mendes*. Istoé, n.1955, 2007.
- SGARBI, L. *O pastor de baleias*. Istoé, n.1961, 2007.
- SGARBI, L. *Por uma gota*. Istoé, n.1951, 2007.
- SGARBI, L. *Ratos, macacos ou cachorros*. Istoé, n.1947, 2007.
- SGARBI, L. *Salvem o diabinho*. Istoé, n.1963, 2007.
- SGARBI, L., et al. *Castigo Solar*. Istoé, n.1928, 2006.
- STUDART, H., et al. *O plano nuclear de Lula*. Istoé, n.1966, 2007.
- TAVARES, J. *A estação ecológica da Antártida*. Istoé, n.1977, 2007.
- VANNUCHI, C. *A vez dos ecocarros*. Istoé, n.1951, 2007.
- WIZIACK, J. *Há uma estranha vida sobre nossos pés*. Istoé, n.1928, 2006.
- WIZIACK, J. *Os novos seres das profundezas*. Istoé, n.1939, 2006.
- WIZIACK, J. *SOS em Galapágos*. Istoé, n.1932, 2006.
- WIZIACK, J. *Um túnel para a Turquia*. Istoé, n.1936, 2006.
- WIZIACK, J., et al. *O bom futuro da Amazônia*. Istoé, n.1948, 2007.