

# A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica

Jorge Pedro Sousa  
Universidade Fernando Pessoa  
e Centro de Investigação Media & Jornalismo  
[jorgepedrosousa@hotmail.com](mailto:jorgepedrosousa@hotmail.com)

## Índice

Introdução . . . . .	2
1 A perspectiva do agendamento . . . . .	8
2 Os problemas ambientais e a construção de agendas . . . . .	15
3 A interacção entre jornalistas e fontes: o que acontece no caso ambiental? . . . . .	22
Em jeito de conclusão: propostas teóricas para um bom jornalismo ambiental . . . . .	29
Bibliografia . . . . .	34
Apêndices . . . . .	47

## Resumo

Neste trabalho apresentam-se dados estatísticos que demonstram a importância que os temas ambientais adquiriram na agenda pública europeia e, em particular, na agenda pública dos países ibéricos, discutindo-se, neste contexto, a acção da mídia. Aponta-se a retroacção entre as

agendas pública e mediática como uma das causas para explicar o fenómeno, mas também não se ignora o papel da agenda política e o interagendamento entre os meios jornalísticos, o que concorre para aclarar o destaque que a comunicação social dá aos temas ecológicos. Estabelecida essa relação entre as agendas, discute-se a responsabilidade dos jornalistas que tratam temas ambientais e propõe-se que a sua actuação seja pautada pelos valores de sempre do jornalismo: independência, rigor, honestidade e intenção de verdade mais do que militância política-ecológica.

**Palavras-chave:** Ambiente; ecologia; jornalismo; meios de comunicação social (mídia); agendamento; agendas; valores jornalísticos.

## Introdução

As estatísticas demonstram que os cidadãos europeus em geral, incluindo os cidadãos ibéricos, acompanham as questões ambientais e se preocupam com os problemas ecológicos.

Dados do Eurobarómetro confirmam que o ambiente está à frente das preocupações dos europeus, surgindo mesmo à frente de problemas como o desemprego, o crime e a pobreza (ver apêndices: gráfico 1). Os dados do Eurobarómetro revelam, também, que, para 54% dos europeus (ver gráfico 2), a protecção ambiental e a luta contra a poluição são problemas que exigem medidas imediatas (havendo apenas 4% que discordam e 23% que reconhecem que são problemas a solucionar, sim, mas no futuro). Por outro lado, a Agência Europeia do Ambiente estima que 55% dos europeus acompanha as questões ambientais principalmente pela mídia, enquanto cerca de 45% o faz em conversas informais e em contextos educativos (escola) ou científicos (congressos, seminários, etc.).

No que respeita aos países ibéricos, 51% de portugueses e 52% dos espanhóis consideram que a resolução dos problemas ambientais é urgente e requer atenção imediata por parte dos governos (ver apêndices: gráfico 2).

Em Portugal, a empresa Marktest estima que 93% dos portugueses estão atentos às questões ambientais (ver apêndices: gráfico 3), estando 87,7% mais preocupados agora do que há dez anos atrás (gráfico 4),

com um nível médio de preocupação de 8,16 em 10, numa escala entre 1 e 10, em que 1 significa nada preocupado e 10 significa muitíssimo preocupado. Conforme se observa no gráfico 5, a poluição é o problema ambiental que, em termos relativos, mais preocupa os portugueses (47,6%), seguindo-se as alterações climáticas e suas possíveis causas (10,1%) e o lixo (4,3%).

Embora, segundo o Centro de Investigaciones Sociológicas, somente 1,1% dos espanhóis priorizem a degradação do ambiente como o problema que mais afecta Espanha<sup>1</sup>, e somente 3,7% dos espanhóis coloquem esse problema entre os três problemas mais importantes enfrentados por este último país, os dados estatísticos demonstram que 75% dos espanhóis acompanha as questões do ambiente (ver apêndices: gráfico 3), sendo que 23% segue com muito interesse as notícias de temas ambientais e 52% com bastante interesse, havendo somente 21% de espanhóis que denota pouco interesse por essas notícias e 4% que não lhes dá qualquer relevância (ver apêndices: gráfico 6). No mesmo sentido aponta um estudo da Fundação BBVA<sup>2</sup>, que mostra que as notícias sobre temas ambientais são as que mais interessam aos espanhóis, que as valorizam com 6,4 valores de média em 10, à frente das notícias de medicina, valoradas como as segundas mais interessantes (6,2 de média), e de outros temas (ver apêndices: tabela 1). Porém, segundo o mesmo estudo, os espanhóis sentem-se melhor informados sobre desporto do que sobre ambiente (ver apêndices: tabela 1) e é uma minoria de espanhóis, embora relevante (24,7%), que mantêm bastantes ou muitas conversas interpessoais sobre ambiente com familiares, amigos ou colegas (ver apêndices: tabela 2). Aliás, em todas as categorias temáticas, com excepção do desporto, o nível de interesse sobre o tema sobrepõe-se sempre ao nível de informação (ver apêndices: tabela 1). O estudo estima, em acréscimo, que os incêndios, a poluição dos rios e costas, a escassez de água potável, as alterações climáticas e as centrais nucleares são os problemas ambientais que mais preocupam os espanhóis (ver apêndices: gráfico 7). Interessantemente, no mesmo estudo, a Funda-

<sup>1</sup> Os dados do Centro de Investigaciones Sociológicas indicam que os espanhóis consideram o desemprego o problema mais importante de Espanha, seguido pelo terrorismo e insegurança, habitação, estado da economia e imigração.

<sup>2</sup> Ver notícia em: [www.box.net/index.php?rm=box\\_v2\\_download\\_shared\\_file&file\\_id=f\\_15866779](http://www.box.net/index.php?rm=box_v2_download_shared_file&file_id=f_15866779) (acesso no dia 6 de Fevereiro de 2008).

ção BBVA demonstrou que 44,3% dos espanhóis, apesar de se dizerem preocupados com o ambiente, não estão dispostos a pagar preços mais elevados por motivo de salvaguarda do meio-ambiente, enquanto 48% se recusam a pagar mais impostos pelo mesmo motivo.

Se por um lado é observável um grande interesse pelo ambiente entre os cidadãos ibéricos, por outro lado deve ser realçado que as questões ambientais têm tido, nos últimos anos, presença assídua nos conteúdos mediáticos. Várias são as razões que se podem deduzir para explicar o fenómeno. Em primeiro lugar, a experiência, pelos cidadãos, de problemas ambientais concretos e reais; em segundo lugar, a expansão da cultura ambientalista, da qual emergiram várias forças sociais e políticas e a partir da qual se construíram, inclusivamente, políticas governamentais “verdes”; em terceiro lugar, o lugar na mídia que estas interações propiciaram contribuiu, retroactivamente, para que se desse maior importância ao ambiente.

Até Abril de 1974, os portugueses, asfixiados pela censura, pouco terão ouvido falar dos problemas ambientais através dos meios de comunicação social (Schmidt, 2003). A realidade mediática fabricada pelos Governos corporativistas de Salazar e Caetano não dava espaço a essas preocupações. Porém, após a Revolução que acabaria por conduzir à democracia, para além da acção que a escola teve pela inclusão da ecologia científica entre as matérias estudadas, houve quatro acontecimentos que, em Portugal, contribuíram para catapultar o ambiente para a agenda mediática e para a agenda dos cidadãos. Em primeiro lugar, os repetitivos incêndios de Verão (realce, em especial, para os de 2006), em grande medida detonados por uma política florestal errada, de plantio intensivo de pinheiros e eucaliptos, estranhos à flora portuguesa e de grande carga térmica, sem respeito pela integração dessas plantações em espaços de vegetação autóctone e sem abertura de corta-fogos. Nos anos 80, a mobilização da população de uma pequena vila contra a extracção poluente de caulinos em plena localidade provocou confrontos com a polícia. Um civil foi morto. Nessa mesma década, populações inteiras mobilizaram-se contra a eucaliptização do país. A apelidada “Guerra dos Eucaliptos” também provocou confrontos com a polícia. Também houve vítimas. Em 1990, o Ministério do Ambiente decidiu instalar em Sines uma central de incineração para resíduos industriais perigosos. O problema foi catapultado pelas organizações am-

bientalistas e pelas instituições locais para a comunicação social e desta para a agenda pública. Organizaram-se manifestações populares que obrigaram à revisão da decisão. Mais tarde, sucessivos governos procuraram resolver o problema, através, nomeadamente, da co-incineração dos resíduos industriais perigosos em cimenteiras, o que originou novas mobilizações populares das populações das redondezas das cimenteiras escolhidas.

Interpretando o assunto à luz dos pressupostos da teoria do agendamento (*agenda-setting*)<sup>3</sup>, verifica-se que na definição da agenda pública interfere o eco que os problemas ambientais, durante determinado tempo (*time frame*)<sup>4</sup>, geram na comunicação social. Cottle (1993), por exemplo, realça que várias pesquisas apontam para uma relação causal entre a cobertura do ambiente e mudanças nas correntes de opinião. A agenda mediática, por sua vez, interfere na agenda política. E esta, tal como a agenda mediática, condiciona a agenda pública. Assim, pode dizer-se que, independentemente da competência científica e técnica da população, ou da falta dela, os problemas ambientais, amplificados pelos meios de comunicação, desceram aos fóruns público e político, o que lhes garante uma *dimensão social* que extravasa a *dimensão natural*, ou seja, bio-físico-química, dos mesmos. As correntes de opinião sobre os problemas ambientais e as políticas que visam a sua resolução, bem como as representações (e amplificações, ou silenciamentos) mediáticas dessas interações, tornaram-se, em conclusão, parte integrante desses mesmos problemas ambientais. Consequentemente, ao analisarem-se os problemas ambientais, deve-se, igualmente, procurar perceber a forma como eles ecoam na “opinião pública” e a forma como os meios de comunicação os tratam, pois, tal como sustenta Schmidt (2003: 55), “uma grande parte daquilo que constitui o significado público do “ambiente” recorta-se pela configuração que ele assume nos meios de comunicação social. Tratando-se de um tópico novo, que não

<sup>3</sup> Leia-se, por exemplo, o livro de Nelson Traquina (2000), intitulado *O Poder do Jornalismo*.

<sup>4</sup> Wolf (1987: 154) explica que após estarem um espaço de tempo na agenda pública os assuntos são retirados para uma zona de background, ou seja, uma espécie de enciclopédia de temas adormecidos que podem ser recuperados se e quando necessário pelas pessoas.

radica em definições consensuais pré-existentes, mais se reforça a acção definidora dos *media*.”

A pesquisa não tem ficado à margem das questões provocadas pela interacção entre comunicação e ambiente. De facto, a centralidade das questões ambientais promoveu o estudo da interacção entre a mídia e o ambiente, que se tornou uma área no campo das Ciências da Comunicação e, em concreto, dos Estudos Jornalísticos. A pesquisa produzida tem-se focalizado nos seguintes campos:

a) A influência das mensagens nos conhecimentos, atitudes, orientação, crenças, sentimentos<sup>5</sup> e comportamentos das pessoas face ao ambiente, usando-se, principalmente, métodos empíricos (por exemplo: Brothers, Fortner e Mayer, 1991; McComas, Shanahan e Butler, 2001; Holbert, Kwak e Shah, 2003). Por exemplo, Holbert, Kwak e Shah (2003) mostraram que as notícias ambientais e os documentários da natureza emitidos pela televisão contribuem para a adopção de comportamentos pró-ambientais por parte das pessoas.

b) O estudo das mensagens mediáticas ambientais, das narrativas jornalísticas e dos enquadramentos que elas propõe e suas possíveis consequências, recorrendo-se, sobretudo, à interpretação “cultural” de dados obtidos empiricamente, através, por exemplo, da análise de conteúdo (por exemplo: Motta *et al.*, 2006; Meister, 2001; Daley e O’Neill, 1991; Schmidt, 2003; Griffin e Dunwoody, 1997; Shanahan e McComas, 1999). Por exemplo, Griffin e Dunwoody (1997) descobriram que os enquadramentos sugeridos para os riscos ambientais pelos políticos são mais usados do que aqueles que são sugeridos por cientistas. Esses mesmos autores observaram que quanto mais plural é o contexto em que as organizações jornalísticas operam mais provável é que os jornalistas enfatizem os riscos que os problemas ambientais representam para a saúde humana. Outros estudos descobriram que, em matéria ambiental, os jornalistas

---

<sup>5</sup> McGuire (1989) salienta que os conhecimentos, atitudes, crenças, sentimentos, etc. precedem os comportamentos.

tendem a cobrir, essencialmente, as catástrofes ambientais, num tom negativo e exagerando os riscos (Shanahan e McComas, 1997; Shanahan e McComas, 1999; Gorney, 1992)

c) As interações entre as fontes de informação e os jornalistas e sua influência na construção das notícias ambientais (por exemplo: Pereira Rosa, 2006), fazendo-se ainda, por vezes, em acréscimo, análises das implicações dessas interações a jusante da própria difusão da mensagem, ou seja, ao nível dos efeitos. Por exemplo, Pereira Rosa (2006) mostrou que a associação ambientalista portuguesa Quercus se tornou uma fonte rotineira dos jornalistas graças à cientificidade dos seus relatórios ambientais e à capacidade que demonstra em traduzir em linguagem simples o jargão técnico-científico desses relatórios.

d) O jornalismo, a comunicação e o estabelecimento de agendas nos temas ambientais (por exemplo: Ader, 1995; Atwater *et al.*, 1985; Brother *et al.*, 1991). Ader (1995), por exemplo, observou que as notícias sobre a poluição influenciam a saliência que o tema “poluição” adquire na agenda pública. Brother *et al.* (1991), por sua vez, estabeleceram relações entre as notícias ambientais e o conhecimento público acerca das questões ambientais e da atitude das pessoas para com o ambiente. No entanto, não há conclusões definitivas sobre a influência das notícias ambientais na mudança de comportamentos das pessoas, pois estudos diferentes providenciaram conclusões contraditórias. McLeod *et al.* (1987) não observaram quaisquer mudanças comportamentais pró-ambientalistas em consumidores de notícias sobre ambiente; mas, mais recentemente, Krendl, Olson e Burke (1992) observaram correlações positivas entre as mensagens mediáticas e comportamentos amigos do ambiente.

Demonstrada que está empiricamente a relevância que os temas ambientais têm na agenda pública e a importância que a mídia tem nesse processo, interessa perceber por que razão isso acontece e, a partir daí, perspectivar a ação jornalística. Este trabalho tem, assim, por objetivo reflectir sobre as interações entre jornalismo e ambiente, passando

em revista alguma da investigação produzida sobre o tema, quer no âmbito dos estudos sobre agendamento (*agenda-setting*), quer no âmbito dos estudos sobre as interações entre fontes e jornalistas, para, a partir daí, construir uma reflexão sobre o papel do jornalismo ambiental nas sociedades contemporâneas.

## 1 A perspectiva do agendamento

Embora conotada com a publicação do célebre artigo de McCombs e Shaw (1972) sobre a função de estabelecimento das agendas pública e política (*agenda-setting*) pelos *mass media*, a ideia de que os conteúdos dos meios de comunicação influenciam os temas de conversação pública é muito anterior, encontrando-se expressa em trabalhos tão antigos como a pioneira tese de Tobias Peucer (1690) ou a obra de Gabriel Tarde (1901) sobre a influência da imprensa na formação de correntes de opinião pública. Não obstante, o conceito, e metáfora, do estabelecimento de agendas, tal como vem sendo trabalhado pela pesquisa, fixou-se no campo teórico da comunicação essencialmente a partir do início da década de 70, graças às pesquisas empíricas desenvolvidas no âmbito daquela que se designa por teoria (ou hipótese) do *agenda-setting*.

A teoria do agendamento, quando comparada com postulados das correntes críticas marcadas pelos paradigmas da Escola de Frankfurt, relativiza o poder dos *media*; quando comparada com pesquisas empíricas anteriores que acentuam a influência de elementos mediadores na formação de correntes de opinião (como as teorias, ou hipóteses, do fluxo de comunicação em vários degraus: *multistep flow of communication*), acentua o poder da comunicação social.

Na verdade, a teoria do agendamento demonstra que a mídia pode ter efeitos directos (não mediados) sobre as pessoas, tendo, nomeadamente, o poder de “dizer” às pessoas *sobre* o que pensar (Cohen, 1963: 120). De facto, como explicam MacCombs e Shaw (1977: 7), retomando uma tese que, de resto, já tinha sido trabalhada por autores como Walter Lippmann<sup>6</sup> (1922), os meios de comunicação, ao contribuírem

<sup>6</sup> Recorde-se que no primeiro capítulo do livro, justamente intitulado “The world outside and the pictures in our head”, Lippmann argumenta que a comunicação social cria as imagens que as pessoas fazem do mundo, ou seja, cria uma espécie de “pseudo-ambiente”.



para o estabelecimento das agendas que preocupam cidadãos e políticos (e mesmo os outros meios), têm o poder de concorrerem para modelar as representações que se fazem da realidade. As correntes realistas recusariam esta tese construcionista de que através da linguagem apenas se atingem apenas *representações* da realidade, pois as teses realistas acentuam a possibilidade de se estabelecerem correspondências entre parcelas da realidade e a linguagem (os factos são factos, são extralinguísticos)<sup>7</sup>, mas quer num quer noutro caso o que importa perceber é que, mais ou menos vinculadas à realidade, mais ou menos objectivas<sup>8</sup>, as notícias contribuem para alimentar a lista de temas que, durante determinado tempo (*time frame*), fazem parte das preocupações públicas e políticas.

Rogers, Dearing e Bregman (1993) escreveram que a literatura sobre agendamento abarca investigações sobre três componentes do processo de estabelecimento das agendas e a sua relação:

1. O estabelecimento das pautas, ou seja, da agenda mediática, revelada nos conteúdos;
2. Os assuntos que preocupam o público e sobre os quais este conversa e sobre a importância relativa que o público concede a cada um dos temas inscritos na sua agenda;
3. A agenda política.

A figura 1 permite visualizar as interacções entre essas agendas, conforme explicitadas por Rogers, Dearing e Bregman (1988: 557).

---

<sup>7</sup> Ver, por exemplo, o artigo de Tambosi (2007) sobre o jornalismo e as teorias da verdade.

<sup>8</sup> Embora contradizendo juízos que anteriormente o autor deste texto emitiu, pode ser errado, e um novo mito, falar-se da impossibilidade de o jornalista ser objectivo. De facto, a relação entre objectividade e subjectividade é, antes de mais, uma relação gradativa. De um lado tem-se a objectividade, que implica uma correspondência total entre a enunciação e o objecto enunciado; e do outro tem-se a subjectividade, que radica na ideia de que a enunciação difere do objecto enunciado, sendo o enunciador a medida da relação entre enunciado e o objecto a que este se refere. A objectividade assenta na possibilidade de verificação e de prova dos factos enunciados por qualquer pessoa. Por exemplo, o princípio da incerteza de Heisenberg e o teorema da incompletude de Gödel, tantas vezes usados pelos construcionistas e relativistas para denegrirem a objectividade, são objectivos em si.

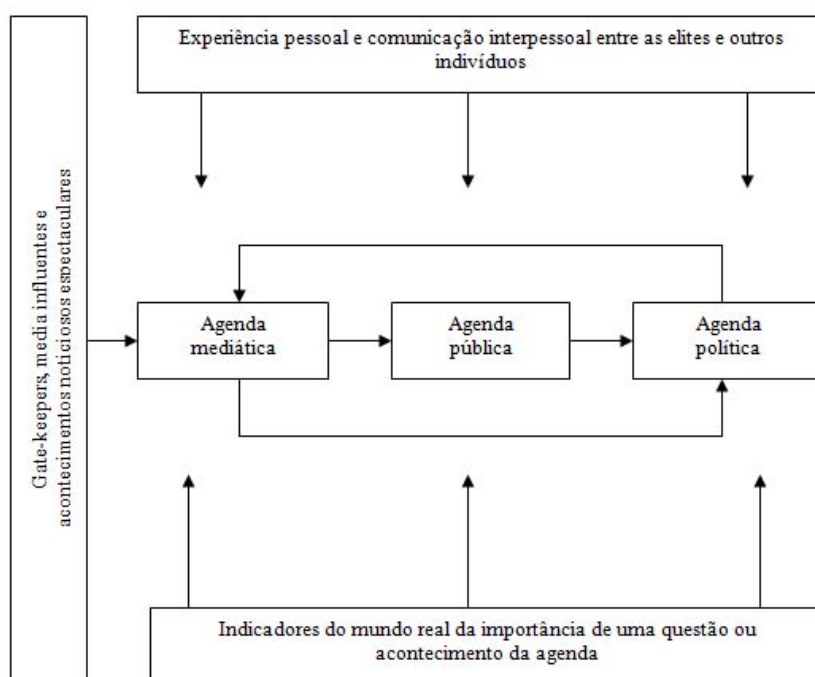
Nesse esquema pode observar-se que a agenda mediática influencia a agenda pública e a agenda política, conforme teorizado no texto fundador de McCombs e Shaw (1972), mas que esta última também influencia a agenda mediática, permeável, de resto, à influência de *promotores de notícias* (segundo o conceito de Molotch e Lester, 1974), que, em vários casos, são agentes políticos. A agenda pública, por sua vez, de acordo com o esquema, também pode influenciar directamente a agenda política, sendo as três agendas modeladas, ainda, quer no que respeita ao temário, quer no que respeita à importância relativa dos temas inscritos nesse temário, pela comunicação interpessoal que as pessoas estabelecem entre si, pela experiência pessoal que as pessoas têm da realidade e pelos acontecimentos que ocorrem no mundo. Essas ideias remetem, aliás, para a tese de William Solesbury (1976), segundo a qual os governos tendem a responder aos temas polémicos somente depois de os mesmos mobilizarem a atenção pública.

Nelson Traquina (2000: 23), por seu turno, acentua a importância da luta política democrática no contexto do estabelecimento das agendas, reconfigurando o modelo de Rogers, Dearing e Bregman, conforme exposto na figura 2.

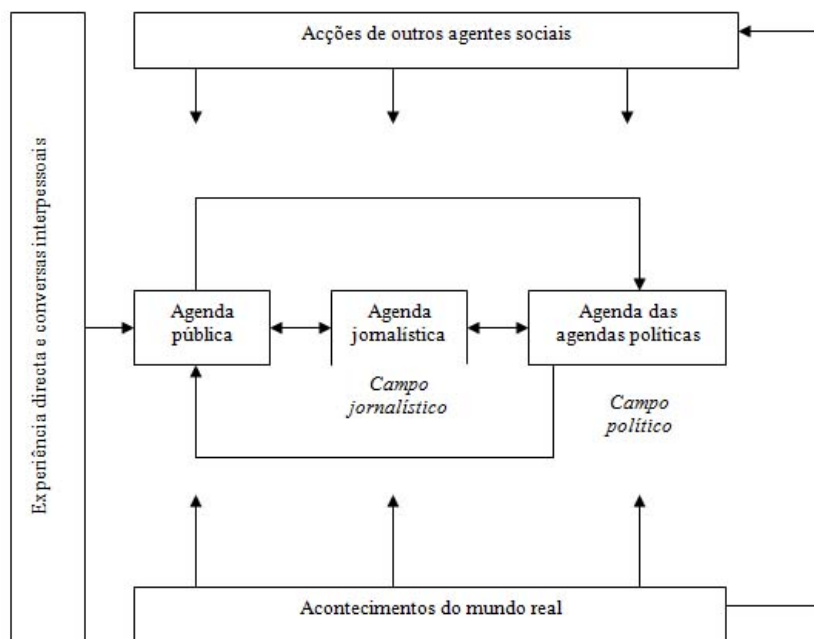
O esquema de Nelson Traquina tem, talvez, um mais elevado grau de correspondência com a realidade do que o de Rogers, Dearing e Bregman, pois evidencia como as diferentes agendas se inter-influenciam, sendo permeáveis, ademais, aos acontecimentos do mundo real, que também influem nas acções dos diferentes agentes sociais que procuram, com a sua acção, concorrer para o estabelecimento das diferentes agendas (pública, mediática e das agendas políticas). O modelo tem ainda como vantagem a inserção dos conceitos de *campo político* e de *campo jornalístico* (espaços de negociações, relações e tentativas de domínio e influências entre diferentes agentes), importados da sociologia de Bourdieu. O modelo de Traquina contribui, em acréscimo, para se distinguirem as diferentes agendas políticas entre si (por exemplo, as agendas específicas de cada partido), embora idêntico raciocínio também pudesse ser aplicado à agenda mediática (por exemplo, cada meio tem a sua pauta) e à agenda pública, opção que Traquina não segue. Por outro lado, a proposta de Traquina acentua a importância da experiência directa e das conversas interpessoais para a modelação da agenda

pública, mas este mesmo raciocínio também pode ser aplicado às restantes agendas.

**Figura 1**  
**O processo de agendamento segundo Rogers, Dearing e Bregman (1988)**



**Figura 2**  
**O paradigma do agendamento na teoria da notícia, segundo**  
**Traquina (2000)**



O desenvolvimento da pesquisa sobre o estabelecimento de agendas evidenciou, conforme salientaram McCombs e Shaw (1993: 65), que a mídia também sugere às pessoas “como pensar” acerca dos assuntos. Dito de outro modo, e usando o conceito de “enquadramento” de Goffman (1975), reformatado por autores como Gitlin (1980) e Gamson e Modigliani (1989), os meios são capazes de contribuir para agendar não apenas assuntos, mas também interpretações para esses assuntos.

Outros avanços na teorização da hipótese de agendamento, avançada por McCombs e Shaw em 1972, dizem respeito, entre outras questões:

1. Ao relevante papel da conversação sobre os temas abordados pela mídia na definição da agenda pública (McLeod, Becker e Byrnes, 1974; Benton e Frazier, 1976; Winter, 1981; Weaver, 1982);

2. À facilitação do agendamento de temas sobre os quais as pessoas denotam grande necessidade de “orientação”, seja por desconhecimento dos mesmos, seja pelo grande interesse que manifestam por eles (Weaver, 1977; Weaver, Graber, McCombs e Eyal, 1981);
3. À eventual correlação entre a hierarquia temática da agenda mediática e a hierarquia temática da agenda pública (Weaver, Graber, McCombs e Eyal, 1981);
4. Ao estabelecimento, por parte da mídia, dos padrões de avaliação do desempenho e das qualidades dos políticos (Iyengar e Kinder, 1987) ou, de forma mais geral, à correlação entre os atributos ou qualidades de temas ou pessoas enfatizados pelos media e os atributos ou qualidades que esses temas ou pessoas têm na agenda pública (McCombs, 1992);
5. Ao papel da natureza dos temas na sua transposição da agenda mediática para as outras agendas, em especial para a agenda pública (Manheim e Albritton, 1984);
6. Ao período de tempo (*tine frame*) em que se processa e mantém o efeito de agendamento (Eyal, Winter e DeGeorge, 1981);
7. À capacidade específica de cada meio (imprensa, rádio, televisão) na definição da agenda pública (Weaver, Graber, McCombs e Eyal, 1981; Brosius e Kepplinger, 1990);
8. À influência da familiaridade e proximidade com o tema no respectivo agendamento (Palmgreen e Clarke, 1977).

As questões ambientais desde cedo foram usadas nas investigações sobre estabelecimento de agendas, o que demonstra, já agora, a relevância que a própria Academia, em sintonia com a sociedade, devota ao temas “verdes”. Por exemplo, o estudo de Gamson e Modigliani (1989) atrás referido incide, justamente, sobre um assunto relevante das agendas política, pública e mediática contemporâneas: a energia nuclear. Por palavras diferentes, o estudo de Gamson e Modigliani remete para os problemas ambientais e para a expressão que estes adquirem nas várias agendas, mostrando que, em vários casos, as interpretações que

circulam publicamente sobre o ambiente decorrem das interpretações publicitadas pela mídia. Cohen (*cit. in* McCombs, 1993) também estudou a forma como uma questão ecológica mediatizada se repercutiu na agenda pública, tendo concluído, a exemplo de Gamson e Modigliani, que os atributos dessa questão considerados importantes pelo público correspondiam aos mesmos que tinham sido destacados na cobertura jornalística.

Uma das razões para o agendamento dos problemas ambientais nas várias agendas resulta do facto de muitos desses problemas serem directamente vivenciados pelas pessoas. Behr e Iyengar (1985) procuraram, precisamente, incluir os indicadores do mundo real num estudo sobre agendamento, tendo evidenciado que se o noticiário (para o caso, televisivo) contribuiu para moldar a agenda pública num tema de contornos ambientais – os problemas energéticos –, esta última agenda também foi contagiada pelas condições reais enfrentadas pelas pessoas noutras áreas (como o desemprego).

Esteban (2000: 108), ao analisar vários estudos desenvolvidos por instituições espanholas e internacionais, chegou à conclusão de que todos eles sustentam que mais de metade da população espanhola e europeia está preocupada com os problemas ambientais contemporâneos. Há, assim, na interpretação do autor, uma sintonia entre as agendas mediática e pública, que se retroalimentam uma à outra. No mesmo sentido, Perales e García (1999: 151) afirmam que as acções e propostas ambientalistas alimentam a comunicação social, mas esta também promove a importância do ambientalismo: “ecologismo y periodismo medioambiental se retroalimentan; el primero debe gran parte de su creciente influencia social a la difusión de actividades y el segundo es capaz de ganar cotas de espacio para las noticias medioambientales, gracias precisamente al eco que producen en la población ecológicamente concienciada” (Perales y García: 1999, 151)

Em suma, pode concluir-se que a experiência directa de problemas e catástrofes ambientais, a acção de organizações ambientalistas e de grupos de cidadãos, as promessas e acções “verdes” dos políticos e as políticas ambientais desenvolvidas pelos governos, entre outros factores, têm contribuído para colocar o ambiente na agenda dos media e na agenda dos cidadãos. E estando na agenda dos cidadãos e na agenda da

mídia, o ambiente acaba por também fazer parte da agenda das agendas políticas.

## 2 Os problemas ambientais e a construção de agendas

Para Dennis (1991: 55), “as questões ambientais podem ser importantes, mas no jogo das notícias são apenas mais um interesse em competição”. Hilgartner e Bosk (1988: 55), aliás, sugerem que a atenção pública é um recurso finito, “distribuído através da competição” pelas arenas públicas (política e governo, industrial, mídia, etc.), no seio das quais se digladiam, simbolicamente, os actores sociais. Para os autores, somente um número finito de assuntos enche cada arena num determinado momento. Pode mesmo haver desajustamentos entre os temas que preenchem a arena e a realidade, pois “se um assunto desaparece dos discursos públicos, isso não significa que a situação melhorou” (Hilgartner e Bosk, 1988: 58).

De facto, os problemas ambientais competem com outros pela atenção pública e pela atenção mediática, que são “recursos escassos”, mas a partir do momento em que a cobertura dos mesmos, ainda que cíclica, se rotinizou, então o ambiente “celebrizou-se”, o que lhe garante maiores probabilidades de ser notícia (Hilgartner e Bosk, 1988).

Um dos factores responsáveis pela popularização mediática dos temas ambientais foi o empenho demonstrado por certas figuras públicas nessas causas. Assim, os temas ambientais notabilizaram-se devido à satisfação de um dos critérios de noticiabilidade identificados por Galtung e Ruge (1965), a referência a pessoas de elite. Contudo, essa conclusão não é generalizável, já que Hansen (1993b) mostrou que a despersonalização foi um dos factores que contribuiu para o protagonismo mediático da Greenpeace e para a unidade dessa organização ambientalista internacional. Aliás, muitas vezes são os ambientalistas que, no sentido dado à expressão por Molotch e Lester (1975), *promovem* a ascensão de determinados acontecimentos e problemáticas ambientais à categoria de notícias (Jamison, 1996).

Por outro lado, conforme explica McCormick (1989), o jornalismo, que gira à volta do conflito (Katz, 1993; Chaparro, 2001), também persegue de moto próprio a cobertura ambiental, graças ao facto de as pre-

ocupações ambientais se terem transformado num assunto central da agenda pública e da agenda política.

Apesar do protagonismo mediático dos problemas ambientais, alguns destes são complexos e de difícil tratamento jornalístico, sobretudo quando é necessário explicar os contornos científicos e técnicos dos mesmos ou quando a duração dos processos ambientais não é compatível com os ritmos mediáticos (LaMay e Dennis, 1991; Chapman *et al.*, 1997). É o caso, por exemplo, das alterações climáticas ou da redução da biodiversidade e suas consequências. Porém, certas crises ambientais, como os derrames de petróleo, são, pelo contrário, mediagénicas, principalmente quando propiciam imagens impactantes (Cracknell, 1993; Neuzil e Kovarik, 1996; Anderson, 1997), um valor-notícia já salientado por Traquina (2002: 196-197) e Sousa (1997). De facto, conforme salientou Anderson (1997), a mídia cobre, principalmente, os acontecimentos concretos e não as problemáticas, pois estas são menos concretas, mais complexas e fluem difusamente pelo tempo.

Concentrando-se a atenção mediática ambiental nas catástrofes ambientais, estas tornaram-se o principal agente modelador da consciencialização ambiental e da inscrição dos temas ambientais nas agendas pública e política, conforme sugerem Mormont e Dasnoy (1993), ao analisarem o acidente nuclear de Chernobyl (1986), e Molotch e Lester (1975), ao estudarem um derrame de crude na Califórnia (1969). Suhonen (1993), no mesmo sentido, descobriu que as catástrofes ambientais modificaram, a longo prazo, as correntes de opinião pública. De qualquer modo, conforme acentua Jamison (1996: 126), certas organizações ambientalistas têm estratégias mediáticas que asseguram protagonismo aos problemas ambientais (e a elas mesmas), usando táticas como a produção de “pseudo-acontecimentos” (noção de Boorstin, 1971) ou a difusão de informações descodificadas e devidamente “empacotadas” (Luke, 1987), prontas para consumo jornalístico. Outras ONG’s, como a organização ambientalista portuguesa Quercus, também o fazem, mas distinguem-se pelo rigor dos relatórios que publicitam junto dos meios jornalísticos (Pereira Rosa, 2006).

Foi a partir dos finais de 60<sup>9</sup> e início dos anos 70 que o ambiente co-

---

<sup>9</sup> O célebre livro *Silent Spring*, escrito por Rachel Carson e publicado em 1962, é tido como grande iniciador do movimento ambientalista. A autora foi a primeira a denunciar os nocivos efeitos ambientais, e humanos, dos agrotóxicos.



meçou a encontrar espaço entre os conteúdos mediáticos (Lowe e Morrison, 1984), em consonância com a aquisição de protagonismo pelas organizações ambientalistas (Parlour e Schatzow, 1978), como a Greenpeace (Hansen, 1993b). Embora essa atenção tenha decaído na segunda metade da década de 70, a partir de meados da década de 80 intensificou-se, novamente, a cobertura mediática dos assuntos ambientais (Dunlap e Mertig, 1992), decaindo, de novo, no início dos 90, para, segundo Anderson e Gaber (1993), voltar a aumentar a partir da Cimeira da Terra, celebrada no Rio de Janeiro (1992). A ampliação da cobertura mediática teve o mérito de colocar o ambiente na ordem do dia, até porque, embora a sociedade seja sensível ao ambiente, “só o observa mediante a comunicação” (Luhmann, 1990: 214). Há que dizer, todavia, que nessa citação se revela um certo desprezo pela realidade extra-discursiva experimentada pelas pessoas, que também gera o agendamento de assuntos na agenda pública e política (Rogers, Dearing e Bregman, 1988). Na verdade, uma das razões para o agendamento dos problemas ambientais nas várias agendas resulta do facto de muitos desses problemas serem directamente vivenciados pelas pessoas. Behr e Iyengar (1985) procuraram, precisamente, incluir os indicadores do mundo real num estudo sobre agendamento, tendo evidenciado que se o noticiário (para o caso, televisivo) contribuiu para moldar a agenda pública num tema de contornos ambientais – os problemas energéticos –, esta última agenda também foi contagiada pelas condições reais enfrentadas pelas pessoas noutras áreas (como o desemprego).

Todavia, no caso do ambiente, muitos dos problemas não afectam visivelmente as pessoas, que deles têm conhecimento unicamente através das notícias. Verón (1981), por exemplo, ao analisar a cobertura do acidente nuclear de Three Mile Island (Março de 1978), mostrou que se a mídia não tivesse amplificado o assunto, o caso teria ficado restrito às pessoas que vivenciaram directamente a ocorrência. Essa amplificação, diga-se, poderá ter sido provocada, em grande medida, pela orquestração involuntária das mensagens mediáticas, que resulta do facto de os meios, confiantes uns nos outros, se agendarem e copiarem mutuamente (McCombs e Bell, 1995).

Várias pesquisas atestam que o grau de projecção mediática das notícias ambientais se relaciona com o grau de preocupação que, em sondagens, o público revela em relação ao ambiente (Parlour e Schatzow,

1978; Sandbach, 1980; Brosius e Keplinger, 1990). Certas celebrações cíclicas, como a do Dia da Terra, funcionam, por seu turno, como “cabide noticioso” (noção de Traquina, 1988) para a cobertura do ambiente (Mazur e Lee, 1993). O grau de preocupação pública em relação ao ambiente pode até ser mais determinado pelo grau de preocupação revelado pela mídia do que pela realidade objectiva (Funkhouser, 1973; Ader, 1995). Hansen (1993: XV) sugere, inclusivamente, que o grau, variável ao longo do tempo, de preocupação pública com o ambiente, não reflecte o seu estado real e extradiscursivo, até porque a comunicação social tende a empolar e dramatizar os assuntos (Verón, 1981). De qualquer maneira, o grau de preocupação pública com o ambiente influencia a agenda política e pode levar os decisores políticos a enveredarem por políticas amigas do ambiente (Protess *et al.*, 1987). Assim, através da preocupação que causa no público, a mídia pode condicionar a governação (Garraud, 1979). Aliás, e conforme explica Luísa Schmidt (2003: 92), as agendas dos cientistas e das organizações ambientalistas também podem influenciar a governação e o debate político, mas é a comunicação social que funciona como principal promotora dos temas ambientais à categoria de notícia, catapultando-os para as restantes agendas, em especial quando outros sectores sociais, como os cientistas ou os ambientalistas, se inibem de agir no espaço público. Mais: “Os *media*, enquanto estruturas poderosas, com autonomia face a outros grupos, podem até funcionar de forma independente face às fontes, criando, eles próprios, notícias “disfuncionais” para os outros poderes e instituições” (Schmidt, 2003: 92).

A pesquisa também tem mostrado que vários factores podem concorrer para o agendamento público dos temas ambientais cobertos pelos órgãos jornalísticos, embora não haja resultados definitivos nessa matéria.

Salwen (1988), por exemplo, descobriu que a *permanência* de temas ambientais nos media favorece a sua inclusão na agenda pública. Mas essa permanência é assegurada, principalmente, pela introdução e manutenção dos temas ambientais na agenda política. Por outras palavras, a *discussão política* de temas ambientais é relevante para iniciar e manter a cobertura dos problemas ambientais na mídia (Anderson, 1997). Como diz Luísa Schmidt (2003: 85), “a politização do ambiente foi (e é) essencial para a sua relevância mediática e pública”. Porém,

esta mesma autora descobriu que nem sempre a discussão travada em torno da produção legislativa ambiental teve, em Portugal, reflexo directo na intensificação do agendamento de temas ambientais na agenda mediática.

Por seu turno, Friedman *et al.* (1987) mostraram que a *quantidade* da cobertura condiciona o *impacto* que o tema adquire na agenda pública. No caso das notícias sobre rádon, que os autores estudaram, o aumento da quantidade das mesmas correlacionou-se com a intensificação da preocupação pública com esse gás poluente. Algo que, certamente, está relacionado com a importância que as pessoas devotam àquilo que ameaça directamente a sua sobrevivência, que talvez seja a *razão primeira* do jornalismo. Aliás, a pesquisa comprova que as pessoas recordam das notícias ambientais, por vezes até de forma empolada e desfasada da realidade, exactamente as consequências que mais directamente afectam a sua saúde, a sua qualidade de vida e, em última instância, conforme se disse, a sua sobrevivência (Wilkins, 1989). Inclusive, as pessoas tendem a imaginar cenários catastrofistas que vão muito além daquele que é desenhado na mídia (Sandman *et al.*, 1987).

Cohen (1975, *cit. in* McCombs e Shaw, 1993) estudou a forma como uma questão ecológica mediatizada se repercutiu na agenda pública, tendo concluído que os *atributos* dessa questão (isto é, o seu *enquadramento*, a ideia que os organiza e lhes dá sentido, segundo o conceito de Gamson, 1989) considerados importantes pelo público correspondiam aos mesmos que tinham sido destacados na cobertura jornalística. Ou seja, numa formulação já corrente, reunidas certas condições a mídia pode não só dizer às pessoas “sobre o que pensar” mas também “como pensar” (McCombs e Shaw, 1993: 65). Porém, um estudo de Gamson e Modigliani (1989) provou, por outro lado, que o enquadramento predominantemente dado a um tema ambiental nos meios de comunicação social nem sempre tem repercussões na agenda pública, embora as interpretações públicas para os acontecimentos tendam a ser construídas a partir dos enquadramentos patentes na mídia. No caso estudado pelos autores, o da energia nuclear, esta forma de energia foi sempre vista como potencialmente perigosa pelo público, mesmo quando a abordagem jornalística do assunto era balanceada e até mesmo positiva.

É de realçar que, apesar das pessoas terem, algumas vezes, ex-

periência directa de problemas ambientais, os meios de comunicação são, segundo explicitam Ader (1995: 301) e Nelkin (1989), o principal agente de *cultivo* de preocupações ambientais e de disseminação de informações, saberes e conhecimentos ambientais. A televisão tem o papel de protagonista nesse processo (Machatzke, 1995; Fortner e Lyon, 1985; Anderson, 1997; Shanahan *et al.*, 1997; Holbert, Kwak e Shah, 2003), pese embora o facto de, muitas vezes, serem os jornais a tematizarem primeiramente determinados temas ambientais (Mazur, 1998). De facto, a comunicação social, além de contribuir para a intensificação das preocupações públicas com o ambiente, faculta a aquisição de conhecimentos e saberes ambientais, ainda que possa aumentar o distanciamento social entre quem domina os vários temas ambientais e quem não os domina (Brother, Fortnr e Mayer, 1991). A mídia também pode estimular novas atitudes e comportamentos “ambientalistas” nas pessoas (Carveth e Desmond, 1996; Holbert, Kwak e Shah, 2003), mas, em certos casos, não logra fazê-lo (Anderson, 1997).

É de realçar que o grau de consciencialização ambiental e política é tal que certos sectores sociais tendem a desconfiar do governo e das empresas quando lhes parece que alguma informação sobre catástrofes ambientais lhes está a ser ocultada ou é obscura, sendo os meios jornalísticos um dos instrumentos de alerta para este estado de coisas (Anderson, 1997).

A pesquisa também demonstrou que o grau de protagonismo mediático das catástrofes ambientais depende das circunstâncias. Por exemplo, o incêndio e derrame de crude do petroleiro Jacob Maersk, ocorrido em 1975, no Porto, não teve o protagonismo mediático do desastre do Exxon Valdez, na Califórnia, em 1978, apesar de o primeiro ter sido mais gravoso (Schmidt, 2003: 76). Por um lado, Portugal, ao contrário dos EUA, não é um país de elite e, portanto, perde, em termos de noticiabilidade (Galtung e Ruge, 1965), para os Estados Unidos; por outro lado, o jornalismo português, acabado de sair da ditadura (1974), não seria muito sensível às questões ambientais. Num outro caso, estudado por Mazur (1984), mostrou-se que a atenção dos media para uma catástrofe ambiental pode ser detonada por esta ocorrer “no momento certo”, ou seja, quando as atenções públicas, por um ou outro motivo, já estão direccionadas para essas questões. O caso do assassinato do seringueiro ambientalista Chico Mendes, em 1988, pode ser invocado para

sustentar essa hipótese, pois vários outros seringueiros tinham sido assassinados antes sem que a comunicação social se tivesse ocupado deles (Shoumatoff, 1991).

As circunstâncias que rodeiam os diferentes segmentos de público também interferem no grau de protagonismo que, no seu seio, é dado ao ambiente, em geral, ou a tópicos ambientais, em particular. Na realidade, poder-se-ia dizer que não há *uma* agenda pública, mas várias, adquirindo o ambiente, em cada uma delas, diferente visibilidade. Lima e Schmidt (1996), por exemplo, asseguram que as camadas sociais mais informadas sobre o ambiente são também as mais preocupadas. Mas Spencer e Triche (1994) mostraram que a desinformação patente em certos sectores sociais pode intensificar a visibilidade dos problemas ambientais na respectiva agenda, pois estes adquiririam contornos mais assustadores. O mesmo ocorreria, conforme já atrás se fez notar, quando uma determinada população vivencia directamente um determinado problema ambiental. Aliás, o sentido das notícias ambientais, conforme também já se disse, pode ser rejeitado pelas comunidades locais, que criam o seu próprio universo simbólico em relação a problemas ambientais concretos em função da sua experiência da realidade (Burgess e Harrison, 1993).

O posicionamento sócio-político dos diferentes públicos também pode constranger a interpretação que os mesmos fazem das notícias ambientais (Easter, 1996).

Em suma, as notícias ambientais podem adquirir significados diferentes para diferentes comunidades e públicos (Chapman *et al.*, 1997), mas, em certos casos, ocorre uma convergência de interpretações para os assuntos do ambiente, quer ao nível dos públicos com diferente posicionamento sócio-político (Easter, 1996), quer ao nível das diferentes comunidades locais, quer ainda ao nível de países próximos e interdependentes (Harrison e Hoberg, 1991). Ou seja, para muitas das pessoas na Terra, o significado das notícias e outras mensagens mediáticas ambientais é o mesmo.

### 3 A interacção entre jornalistas e fontes: o que acontece no caso ambiental?

É sabido que os jornalistas prezam valores profundamente inscritos na sua cultura profissional, como o valor da *independência*, que se apoia na visão, algo mítica, do jornalista “cão de guarda” (Traquina, 2004: 87), capaz de proteger os cidadãos dos abusos do poder usando a pena em vez da espada. Também é sabido que os jornalistas nem sempre se sintonizam com as visões do mundo emanadas dos agentes de poderes, mesmo em matéria ambiental (Neuzil e Kovarik, 1996). Ora, paradoxalmente, várias investigações empíricas têm demonstrado que o campo jornalístico é particularmente permeável às fontes organizadas e sofisticadas de informação, em particular às fontes detentoras de poder, poder este que lhes é conferido pela seu carácter institucional e/ou pela sua representatividade. Estas fontes são, frequentemente, denominadas de *fontes oficiais* (Santos, 1997: 21-68; Traquina, 2002: 12-114), embora autores como Schlesinger (1992) ou Santos (1997) critiquem esta classificação, por a considerarem redutora, já que há organismos, como algumas organizações ambientalistas, que apesar de beneficiarem do sistema e nele se inserirem, mantêm uma esfera de liberdade crítica. Por vezes, as fontes “não oficiais” têm mesmo, em notícias sobre temas de risco, incluindo em notícias de carácter ambiental, mais exposição jornalística do que as fontes “oficiais” (Kitzinger e Reilly, 2002). Aliás, a acção de grupos organizados de cidadãos (e às vezes de indivíduos) e de organizações não-governamentais ecologistas também promove a inscrição das temáticas ambientais nas agendas mediáticas e, através destas, nas agendas públicas e políticas, como muito bem demonstram os trabalhos de Gonçalo Pereira Rosa (2006) e de Luísa Schmidt (2003). Em suma, o campo jornalístico também é permeável à acção dos *promotores de notícias* (Molotch e Lester, 1974), sejam ou não fontes oficiais, cujos recursos e habilidades, mas também cujas especialidades, capacidades e representatividade, podem rotinizar o seu acesso à mídia, levando-os a adquirir um determinado peso e um certo capital simbólico no espaço público. Pereira Rosa (2006), por exemplo, provou que a organização ambientalista portuguesa Quercus ganhou peso “institucional” na mídia portuguesa mais pela credibilidade técnica e científica dos seus relatórios, crescentemente aceites de forma rotineira

e sem balanceamento pelos jornalistas, mais pela elevada capacidade de descodificação do “cintifiquês” em “jornalês”, de molde a tornar o conhecimento científico acessível aos jornalistas e ao público em geral, do que pelas atitudes disruptivas que, em certas ocasiões, os seus activistas tomaram<sup>10</sup>. A pesquisa de Pereira Rosa, aliás, sintoniza-se com outras pesquisas, desenvolvidas noutros países, que mostram que a salutar desconfiança que as pessoas e os jornalistas têm em relação às fontes do poder político e económico contribuiu para institucionalizar o papel de fonte de informação das organizações ambientalistas. Estas organizações, inclusivamente, estão cada vez mais profissionalizadas e sofisticadas e são capazes, também elas, de desenvolverem campanhas que atraem os media, o que concorre para lançar e manter os problemas ambientais na agenda pública (Anderson, 1997; Hansen, 1993b). As organizações ambientalistas aparentam mesmo ser mais credíveis para o público e os jornalistas do que as fontes de poder, pelo que a mídia tende a reagir positivamente às solicitações informativas dessas organizações (Cottle, 1993; Anderson, 1993b). Uma interpretação possível para esse fenómeno é a de que os jornalistas partilham com o resto da população o sentido da sobrevivência e do bem-estar, ou seja, partilham com o resto da população determinadas formas de olhar para o mundo, pelo que vêem as ameaças ambientais à sociedade e às pessoas como ameaças a eles mesmos. Assim, e tal como diz Luísa Schmidt (2003: 86), quando o assunto é ambiente, há muitas e diversificadas fontes com acesso rotineiro aos media. Essas fontes competem entre si, tentando estabelecer *relações de força* e adquirir poder simbólico que lhes sejam favoráveis no seio do espaço público. Entre elas incluem-se as associações ecologistas, os políticos, os cientistas, a administração pública e mesmo determinadas personalidades de elite.

Quando chegam primeiro ao espaço público, as fontes ambientais podem agir como *primeiros definidores* de sentido (noção de Hall *et al.*, 1973) para os problemas do ambiente (Schmidt, 2003: 86), em-

---

<sup>10</sup> Várias pesquisas provam que uma das estratégias das fontes sem poder nem acesso rotineiro aos meios jornalísticos passa pela prática de actos desviantes para que as suas acções sejam cobertas e as suas visões do mundo cheguem também ao espaço público com a amplitude que só os grandes meios logram conseguir (ver Traquina, 2002: 112-114). Muitas vezes, os ambientalistas têm de praticar actos desviantes para que as suas acções sejam cobertas, precisamente porque não têm, ao contrário de fontes poderosas e rotineiras, acesso regular aos meios jornalísticos.

bora também não se possa excluir que, no caso das notícias ambientais, ocorra uma *negociação* de sentido para esses problemas, no contexto da interacção simbólica entre jornalistas e fontes (ver: Santos, 1997).

Pode, então, concluir-se que, em matéria ambiental, conforme nota Schmidt (2003: 89), na linha de autores como Santos (1997), as diferentes fontes ambientais por vezes competem entre si pelo protagonismo e pelo espaço mediático e pelo triunfo dos respectivos enquadramentos na luta simbólica pela definição de sentido para a natureza dos problemas ambientais. Inclusivamente, em certas ocasiões, são as próprias organizações ecologistas que apresentam diferentes enquadramentos para os acontecimentos, lutando entre si pelo triunfo dos respectivos pontos de vista na mídia, havendo até casos em que os membros de uma mesma organização ecologista apresentam publicamente diferentes visões sobre os assuntos ambientais (Capuzza, 1992). Em consequência, o movimento ambientalista não pode ser considerado um monólito ideológico, repercutindo-se a sua fragmentação no discurso mediático sobre o ambiente.

De qualquer modo, Hansen (1990), num estudo sobre as fontes das notícias ambientais em Inglaterra, constatou que as fontes oficiais, entendidas num sentido lato, predominam. Outros estudos mostram que há falta de diversidade nas fontes das notícias ambientais, o que permitiria às fontes com acesso rotineiro ao campo jornalístico definirem, em parte, os contornos dos problemas ambientais (Anderson, 1993b; Cracknel, 1993; Dunwoody e Griffin, 1993; Friedman, 1989; Friedman *et al*, 1987; Patterson, 1989). Porém, outros estudos constataam que, nos estados democráticos, os meios jornalísticos não agem todos de igual maneira, pelo que chegam sempre ao espaço público várias perspectivas sobre os problemas ambientais (Nimmo, 1985). Inclusivamente, os meios jornalísticos mais balanceados nas fontes e mais rigorosos e contextuais tendem a ser recompensados pelo público e reconhecidos pelos pares (Dejten e Fitzgerald, 1995). Aliás, o facto de as “fontes oficiais” terem acesso privilegiado à mídia não garante que a visão pública dos problemas ambientais se sintonize com as definições que as fontes oficiais dão para os mesmos. Muitas vezes, ocorre o inverso, consolidando-se fortes correntes de opinião pública bastante críticas para com as posições das “fontes oficiais” e sintonizadas com as posições de cientistas



e organizações ambientalistas (Smith, 1993). De facto, o significado de cada mensagem depende, em última instância, de quem a recebe.

Deve registar-se, também, que vários estudos empíricos demonstram que, em certas notícias ambientais, os riscos são arbitrariamente empolados e distorcidos acientificamente e a cobertura é superficial e, muitas vezes, confusa e contraditória (Singer e Endreny, 1987; Nohrstedt, 1993; Sandman *et al.*, 1987; Patterson, 1989; Singer, 1990). Noutros casos, as notícias ambientais são pouco contextualizadas, pouco diversificadas e pouco balanceadas, privilegiam os interesses económicos e não correlacionam os temas com áreas afins, como as políticas de saúde (Motta *et al.*, 2006). Santini de Abreu (2006) considera mesmo que há notícias ambientais que simplesmente reproduzem a lógica capitalista, “pela qual tudo é ou pode vir a ser tratado e vendido como mercadoria”, mesmo quando a temática é o desenvolvimento sustentável.

Por vezes, as próprias organizações ambientalistas dão, propositadamente ou não, informação errada, distorcida e exagerada sobre os problemas ambientais, o que as descredibiliza e, por acréscimo, descredibiliza os meios jornalísticos que dão, acriticamente e sem contextualização nem balanceamento, espaço às posições dessas organizações (Pearce, 1996).

Em todo o caso, os temas ambientais inscreveram-se profundamente nas agendas política e pública. A sua cobertura rende e é vista como necessária. Assim, ocasionalmente, são os próprios meios jornalísticos que, *por sua iniciativa*, devido à *competição* entre si, investigam e cobrem temas ambientais, lançando-os nas outras agendas (Yearley, 1992; Neuzil e Kovarik, 1996). Todavia, segundo Mormont e Dasnoy (1995), o protagonismo jornalístico também compete com o protagonismo e a iniciativa de outros actores sociais no lançamento de temas para a agenda pública e para a agenda política, designadamente com cientistas, ambientalistas e agentes de poder, pelo que quem ocupa em maior quantidade e mais rapidamente o espaço público a montante da comunicação jornalística tem maior capacidade de intervir na formação de correntes de opinião, sobretudo quando esse espaço público está, de algum modo, “desocupado”. Os cientistas, por exemplo, deveriam mesmo, segundo LaMay e Dennis (1991), ter a responsabilidade ética de, por sua iniciativa, revelarem as descobertas científicas mais rele-

vantes, pois, de outra forma, as mesmas só costumam sair do circuito fechado da produção, arbitragem e difusão do conhecimento científico por iniciativa jornalística. De facto, a mídia, normalmente, só ocupa primeiro o espaço público por sua iniciativa quando os restantes actores sociais não o fazem

É de salientar que a relação entre jornalistas, ambientalistas e cientistas do ambiente (conforme ocorre, aliás, noutras áreas científicas) nem sempre é fácil. Se em países como a Alemanha se notou que os cientistas tentam intervir no espaço público, para elevar o nível e o rigor do debate, e as organizações ambientalistas se profissionalizaram, conseguindo responder de forma rápida e credível às solicitações jornalísticas, noutros países, como a França, os cientistas tendem a evitar a mídia, que vêem como sendo incapaz de fornecer informação ambiental rigorosa e capaz de distorcer e empolar os assuntos, fomentando mesmo, irracionalmente, o medo e a histeria (Mormont e Dasnoy, 1995). De qualquer modo, de forma geral, os cientistas tendem a criticar os jornalistas por estes darem informações de cariz científico erradas, distorcidas ou pouco rigorosas (ver, por exemplo, Friedman *et al.*, 1987). Em consequência, para Luísa Schmidt (2003: 91), quanto mais organizados estiverem os campos científico, associativo e administrativo, mais profundo tende a ser o debate público sobre assuntos ambientais. “Pelo contrário, quanto mais dispersa, restrita e fechada se encontrar a informação científica e/ou oficial sobre um assunto ambiental e menos organizadas estiverem as associações, menor é a capacidade de “tradução” dos problemas e menos profícuo é o debate público”.

A capacidade jornalística para enquadrar rigorosamente os assuntos e balancear as fontes de informação também é desafiada quando os assuntos em causa são polémicos. Por exemplo, Hamilton (1991) relembra que a destruição da floresta tropical para fins industriais ou agrícolas dá aos países tropicais receitas que podem aplicar no seu desenvolvimento; já Dunwoody e Peters (1992), por seu turno, sublinham que a própria comunidade científica se encontra dividida em relação à interpretação científica de fenómenos como o da mudança climática, sendo que os jornalistas, nesses cenários de incerteza, por vezes recorrem não a verdadeiros especialistas, mas a pseudo-especialistas, independentemente de serem políticos, cientistas ou ambientalistas, que nos assuntos incertos intervêm com voz aparentemente segura, decidida e

confiante, como se fossem donos da verdade. Se a uma voz “decidida” os pseudo-especialistas adicionarem a capacidade de rapidamente simplificarem e traduzirem para “jornalês” as mensagens científicas, então esses pseudo-especialistas conseguem, com maior facilidade, aceder ao espaço público e nele marcarem a sua posição simbólica. Por isso, as organizações ambientalistas profissionalizadas, que possuem especialistas em converter rapidamente as mensagens científicas, ou pseudo-científicas, em mensagens digeríveis pela mídia, tornam-se, frequentemente, em *primeiras definidoras* dos enquadramentos dos acontecimentos ambientais e principais *gatekeepers* (conforme a noção de White, 1950) do fluxo informativo, substituindo-se aos cientistas, ainda que, em certos casos, as informações que providenciam possam estar erradas ou distorcidas (Anderson e Gaber, 1993; Anderson, 1997; Hansen, 1993 b).

A questão do tempo também não é despicienda quando se trata das relações entre jornalistas e cientistas. De facto, o processo científico tende a ser longo e desenvolve-se segundo ditames técnicos e metodológicos incontornáveis. Os cientistas preferem, também, dar primeiramente conta das suas pesquisas aos seus pares, em congressos e publicações científicas, do que aos jornalistas. Para além disso, usam uma linguagem técnica e focam-se em aspectos técnico-científicos. Ora, como os meios jornalísticos necessitam de informações urgentes, sintéticas e simples, preferencialmente mais centradas em valores ético-políticos (ainda que não *político-partidários*, conforme descobriu Thales de Andrade, 2003) do que em aspectos técnico-científicos (Schmidt, 2003: 92), torna-se evidente uma dessincronização entre as partes, razões que ajudam a compreender o interesse mediático pelos pseudo-especialistas, a que já se aludiu, sejam eles políticos ou ambientalistas, ou até cientistas de segundo plano ou não especializados no tema, ainda que estes pseudo-especialistas, por vezes, dêem aos jornalistas informações erradas, distorcidas ou pouco rigorosas (Schmidt, 2003; Anderson, 1997; Anderson e Gaber, 1993; Dunwoody e Peters, 1992). A insistência jornalística nos aspectos ético-políticos dos problemas ambientais em detrimento dos seus aspectos técnico-científicos pode, por seu turno, conduzir à dramatização, empolamento e sobremediatização dos mesmos (Mormont e Dasnoy, 1993).

Uma outra questão, ética, se levanta quando, segundo Wilson da

Costa Bueno (2007: 15), os cientistas que actuam como fontes de informação se tornam em “cúmplices” de actividades destrutivas do ambiente, quer por “viés do olhar”, quer porque agem de má-fé. O autor dá o exemplo de cientistas que promovem agrotóxicos, “cinicamente chamados defensivos agrícolas”. Bueno (2007: 15) considera, simplisiticamente, que eles estão errados e reduz a questão ao estabelecimento de cumplicidades interesseiras (devido, por exemplo, a um vínculo de trabalho ou de consultadoria) entre esses cientistas e as grandes corporações multinacionais, não admitindo, sequer, a hipótese de determinados cientistas defenderem os agrotóxicos porque acreditam que são mais benéficos do que prejudiciais. A visão de Bueno é, assim, ideologicamente enquadrada, antiliberal e anticapitalista, opção questionável numa reflexão que deveria tentar ser isenta, mas Bueno não deixa de apontar para uma eventualidade: a de uma fonte de informação potencialmente credível em matéria ambiental apregoar não aquilo que realmente pensa, mas aquilo que lhe pagam para dizer ou que se considera obrigada a dizer devido aos vínculos que possa manter com determinadas entidades.

Um penúltimo ponto a ponderar diz respeito ao carácter dinâmico e evolutivo das interacções entre jornalistas e fontes. De facto, essas interacções não são estáticas. Evoluem ao longo do tempo. No campo do ambiente, por exemplo, um estudo de Burgess e Harrison (1993) mostrou que as fontes, para além de competirem entre si pelo predomínio simbólico de determinados enquadramentos nas notícias ambientais, vão adaptando as suas estratégias de influência sobre os meios jornalísticos à evolução real da cobertura dos temas em que são parte interessada, cobertura essa que acompanham e tentam modificar em seu favor.

Por fim, neste campo das interacções entre jornalistas e fontes de informação em matéria ambiental, não se pode excluir que estas interacções sejam, frequentemente, de cooperação e não de antagonismo (Santos, 1997), podendo mesmo, em questões ambientais ou noutras, o jornalista contactar determinadas fontes por saber de antemão que concordará com aquilo que essas fontes dirão.

Em resumo, pode dizer-se que a cobertura ambiental, arena onde se movem muitos interesses, é dinâmica, mas também particularmente controversa e problemática.

## Em jeito de conclusão: propostas teóricas para um bom jornalismo ambiental

Se fica bem expresso o poder dos meios de comunicação, em concreto dos meios jornalísticos<sup>11</sup>, no estabelecimento da agenda pública e na definição das agendas políticas e governamentais, então sobre os jornalistas e os meios jornalísticos recaem grandes responsabilidades.

**Em primeiro lugar**, os meios jornalísticos, à luz da teoria do agendamento, podem exercer, conforme postularam Waever, Graber, McCombs e Eyal (1981: 155), um *papel didáctico*, em especial quando as pessoas necessitam de orientação. No campo ambiental, essa questão coloca-se com particular relevância, pois os meios podem promover o que Parrat (2006) denomina por *eco-alfabetização*.

**Em segundo lugar**, se bem que os jornalistas rejam a sua acção por critérios de noticiabilidade que promovem a atenção sobre os temas ambientais, até porque em muitas notícias ambientais estão presentes a luta pela sobrevivência e a sua derivação na morte e o impacto das questões em causa sobre a vida das pessoas<sup>12</sup>, também é de salientar que esses mesmos critérios conspiram para que a atenção ao ambiente seja *cíclica*. Efectivamente, conforme mostram trabalhos diversos (por exemplo: Parrat, 2006; Schmidt, 2003; Pereira Rosa, 2006), há um extraordinário fluxo de notícias ambientais quando há catástrofes ecológicas (incêndios, derrames de petróleo, contaminação de aquíferos, acidentes com centrais nucleares), quando o Inverno é seco (alterações climáticas), quando a gasolina aumenta (esgotamento das reservas petrolíferas, energias alternativas, combustíveis alternativos e problemas deles decorrentes, como o aumento do preço dos cereais) ou ainda quando uma figura pública se envolve na luta ambiental e ganha um prémio Nobel da Paz (Al Gore). Há atenção ao ambiente quando uma doença como a das “vacas loucas” se espalha porque o homem pôs as vacas a comer restos de outras vacas, transformadas em rações (a vaca involuntariamente “vacoprófaga”), como provaram López García *et al.* (2003), ou quando se percebe que as epidemias cíclicas de Ébola andam de mãos

<sup>11</sup> Na verdade, a pesquisa sobre agendamento mediático tem-se quase circunscrito ao campo jornalístico, reportando-se ao *noticiário* dos diferentes meios e não a outras formas de comunicação social, como, por exemplo, os programas de entretenimento.

<sup>12</sup> Sobre estes critérios, ver, nomeadamente, Traquina, 2002: 187 e 189.

dadas com a desflorestação ou quando se antevê que Portugal e Espanha venham a ter problemas de malária (e de desertificação) devido ao aquecimento global. Portanto, uma das responsabilidades dos jornalistas ambientais, ou dos jornalistas não especializados que cobrem temas ambientais, será a de contornarem os constrangimentos que tornam cíclica a cobertura do ambiente, em favor de *uma atenção constante* à temática. Os meios jornalísticos também têm aqui responsabilidades, pois a criação de secções fixas permitiria colocar em relevo outro critério importante: o do *equilíbrio do noticiário*, ou seja, o do equilíbrio temático, que nasce, frequentemente, da luta estabelecida entre as editoriais pelo seu espaço jornalístico.

**Em terceiro lugar**, ainda que a *independência* e os seus mitos correlatos dos jornalistas como “cães de guarda” que protegem os cidadãos dos abusos dos poderosos e dos jornalistas heróis da democracia estejam fortemente arreigados na cultura profissional dos jornalistas (Traquina, 2004: 87), a generalidade das investigações empíricas provam que o campo jornalístico é extraordinariamente permeável às fontes oficiais e às restantes fontes de poder e aos seus *spin doctors*<sup>13</sup>. Mas, por vezes, a acção de grupos organizados de cidadãos (e às vezes de cidadãos únicos) e de organizações não-governamentais ecologistas também promove a inscrição das temáticas ambientais nas agendas mediáticas e, através destas, nas agendas públicas e políticas, como muito bem demonstram, no caso português, os trabalhos de Gonçalo Pereira Rosa (2006) e de Luísa Schmidt (2003). Ou seja, por outras palavras, o campo mediático é permeável aos *promotores de notícias* (Molotch e Lester, 1974), sejam ou não fontes “oficiais”. Por tudo isto, o jornalista tem o dever de reflectir sobre quem determina, ou procura determinar, a agenda; tem de pensar em quem está a procurar desenhar uma pauta à medida dos seus interesses, ou em quem procura fazer passar para o espaço público enquadramentos para si convenientes. Só zelando pela sua independência e reflectindo em permanência sobre o seu trabalho, algo que reconhecidamente é difícil devido à pressão do tempo e à *cronomentalidade* que o atinge (Schlesinger, 1977; Schudson, 1986), é que o jornalista poderá corresponder ao papel que dele é esperado nos estados democráticos. A autonomia do jornalismo distingue as ditaduras das

<sup>13</sup> Para sistematizações dos resultados dessas investigações, consultar, nomeadamente: Santos, 1977: 21-68; ou Traquina, 2002, 112-114.

democracias, como muito bem lembraram Molotch e Lester (1974), pelo que o aprofundamento da democracia passa sempre pela promoção da liberdade de imprensa.

**Em quarto e último lugar**, sendo seguro afirmar a receptividade dos cidadãos aos temas ambientais, até porque estes muitas vezes estão relacionados com a sobrevivência e a qualidade de vida das pessoas, então o jornalismo tem importantes responsabilidades na difusão de uma informação rigorosa e o mais independente e balanceada possível sobre essas questões, pois a construção das agendas pública e política é influenciada pelos conteúdos veiculados pelos meios jornalísticos. O que pode ser feito, a este nível?

1. Criar secções fixas e estáveis dedicadas ao ambiente no seio das redacções, em especial nos meios públicos, pagos pelos contribuintes, com vista à promoção de uma eco-alfabetização marcada pelo rigor científico e não pela militância política nem pelos interesses económicos.
2. Estimular a especialização em jornalismo ambiental e a formação contínua dos jornalistas ambientais, devido à complexidade do campo e à necessidade de rigor e balanceamento científicos, num contexto em que muitas vezes a ecologia-ciência se confunde com o ecologismo-militância. A especialização em ambiente fomentaria, também, a capacidade de descodificação do jargão técnico-científico, de maneira a tornar as questões ambientais mais acessíveis aos cidadãos.
3. Preservar a independência e a capacidade de mediação jornalística face às fontes (todas as fontes) potencialmente interessadas em enviesar a cobertura dos temas ambientais, evitando a rotinização do acesso ao campo jornalístico das fontes mais poderosas e com maior capacidade de mobilizar recursos, em favor da auscultação balanceada e pertinente das várias partes com interesses atendíveis nas notícias ambientais. Permitir o embate de ideias e de interpretações para os factos, que é uma das funções centrais do jornalismo nos países democráticos. O jornalismo, mesmo no domínio ambiental, é uma arena pública simbólica.

4. Investigar sempre as relações de interesse que possam existir entre as fontes e as empresas, os grupos políticos, os grupos sociais, os lóbis ou mesmo as organizações ambientalistas, já que entender essas ligações pode ser determinante para compreender até que ponto a fonte é crível, pertinente e “benigna” para a informação.
5. Não ignorar os contributos que podem ser dados pelos cientistas do ambiente na interpretação dos fenómenos ambientais, ainda que os critérios de noticiabilidade potenciem uma cobertura mais sensacional e atractiva, mas também mais enviesada, em relação à realidade. Não ignorar, também, a voz dos cidadãos comuns, principalmente quando são estes a sofrer as consequências directas dos problemas ambientais ou das políticas que os tentam corrigir ou que os agravam; nem ignorar a voz dos governantes e políticos, que devem comparecer quotidianamente perante o “tribunal da opinião pública”, para que os seus actos e ideias sejam passíveis de avaliação, juízo e crítica ou elogio.
6. Ter em mente, como sempre, que para informar não é preciso enfadar. Para que o jornalista ambiental logre influenciar a agenda dos cidadãos, é preciso que seja contido, mas também que faça peças acessíveis, atraentes e elegantes, pois para que qualquer tema seja incluído na lista de preocupações cidadãs, é necessário, antes de mais, que os cidadãos reparem nas notícias, consigam aceder ao seu conteúdo e efectivamente as consumam por inteiro. Cultivar o interesse humano, na justa conta e medida, pode ser uma boa tática na informação jornalística ambiental.
7. Oferecer informação de proximidade, que tem maiores possibilidades de integrar a agenda pública, mas também informação *útil*, para que o receptor possa usar a informação que consumiu. Pode tentar respeitar-se a máxima ecologista “pensar global, agir localmente”.
8. Quando pertinente, procurar, ao informar, oferecer também informações sobre alternativas comportamentais que o receptor possa assumir para contribuir pessoalmente para a resolução ou atenuação dos problemas ambientais.



9. Procurar situar os problemas ambientais nos seus contextos económicos, políticos, sociais e culturais, mas evitando que a informação contextual suplante ou obscureça o núcleo duro da informação. Ter em mente que a prolixidade pode impedir que a notícia seja efectivamente consumida, especialmente na imprensa.
10. Tal como diz Bueno (2007: 40), as matérias jornalísticas sobre ambiente devem partir de situações concretas e devem apoiar-se em “dados fundamentados ou em hipóteses prováveis e que merecem ser analisadas”.
11. Evitar o denunciismo fácil e frouxo dos problemas ambientais, em favor da profundidade, do rigor e do balanceamento.

Marc-François Bernier (2003) sustenta que a legitimação social do jornalismo assenta na valorização da verdade, do interesse público, da integridade, da imparcialidade, da neutralidade e do rigor. Hannah Arendt (1992) considera que a imparcialidade jornalística deve ser vista como um imperativo moral que impõe ao jornalista regras de conduta susceptíveis de assegurar que a matéria elaborada foi a melhor possível face às circunstâncias experimentadas. Tambosi (2007) recorda, inclusivamente, que se podem estabelecer correspondências entre a realidade e os discursos, pois os factos reais são extralinguísticos. Pereira Rosa (2006: 35) relembra que se as notícias relatadas não tivessem qualquer relação com a realidade, então o jornalismo seria uma actividade “arbitrária e aleatória”, a que se poderia acrescentar o qualificativo de “absurda”. Em suma, a responsabilidade primeira do jornalismo, ontem como hoje, na área do ambiente ou noutra, continua a ser a de informar com integridade, honestidade, rigor e independência, interessando os cidadãos nas notícias. A criticada metáfora da “busca da verdade”, enraizada no *ethos* profissional, continua a ser um bom padrão de orientação jornalística, no campo do jornalismo ambiental ou noutros campos jornalísticos, já que é uma metáfora sintonizada com a necessidade de os discursos jornalísticos corresponderem, tanto quanto possível, à realidade, entendida como facto extradiscursivo, independentemente das interpretações passíveis de se fazerem sobre *o estado dessa mesma realidade*.

## Bibliografia

- ADER, C. (1995): A longitudinal study of agenda-setting for the issue of environmental pollution. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 27, n.º 2.
- ANDERSON, A. (1993): Source-media relations: The production of the environmental agenda, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- ANDERSON, A. (1997): *Media, Culture and Environment*. London: UCL Press.
- ANDERSON, A. e GABER, I. (1993): The yellowing of the greens. *British Journalism Review*, vol. 4, n.º 2.
- ANDRADE, T. (2003): *Ecológicas Manhãs de Sábado: O Espectáculo da Natureza na Televisão Brasileira*. São Paulo: Annablume.
- ARENDT, H. (1992): *Entre o Passado e o Futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- ATWATER, T.; SALWEN, M. B. e ANDERSON, R. B. (1985): Media agenda-setting with environmental issues. *Journalism Quarterly*, vol. 62, n.º 2.
- BEHR, R. L. e IYENGAR, S. (1985): Television news, real world cues, and changes in the public agenda. *Public Opinion Quarterly*, vol. 49.
- BENTON, M. e FRAZIER, P. J. (1976): The agenda-setting function of the mass media at three levels of information holding. *Communication Research*, vol. 3.
- BERNIER, M. - F. (2003): L'éthique et la déontologie comme éléments de la légitimité du journalisme. [On-line]. Disponível em : [http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000643.html](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000643.html). Consultado em 26 de Fevereiro de 2008.
- BOORSTIN, D. (1971): From news-gathering to news-making: a flood of pseudo-events, in SCHRAMM, W. e ROBERTS (Eds.): *The*

- Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: The University of Illinois Press.
- BROSIUS, H. B. e KEPPLINGER, H. M. (1990): The agenda-setting function of television news: Static and dynamic views. *Communication Research*, vol. 17, n.º2.
- BROTHERS, C.; FORTNER, R. e MAYER, V. (1991): The impact of television news on public environmental knowledge. *Journal of Environmental Education*, vol. 22, n.º 4.
- BUENO, W. C. (2007): *Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: Teoria e Pesquisa*. São Paulo: Mojoara Editorial.
- BURGESS, J. e HARRISON, C. (1993): The circulation of claims in the cultural politics of environmental change, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Change*. Leicester: Leicester University Press.
- CAPUZZA, J. (1992): A critical analysis of image management within the environmental movement. *The Journal of Environmental Education*, n.º 24.
- CARVETH, R. e DESMOND, R. (1996): Talking to each other about environment: Using video production to instruct adolescents about recycling, in MUIR, S. A. e VEENENDALL, T. L. (Eds.): *Earth-talk: Communication Empowerment for Environmental Action*. Westport: Praeger.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (2007): *Barómetro de Noviembre 2007*. Madrid: CIS.
- CHAPARRO, M. C. (2001): *A Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: Minerva.
- CHAPMAN, G.; KUMARK, K.; FRASER, C. e GABER, I. (1997): *Environmentalism and the Mass Media – The North-South Divide*. London: Routledge.
- COHEN, B. C. (1963): *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.

- COMISSÃO EUROPEIA (s/d): How European see themselves. European issues and priorities at the end of the 20<sup>th</sup> Century. [On-line]. Disponível em [http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu\\_documentation/05/txt\\_en\\_5.pdf](http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu_documentation/05/txt_en_5.pdf). Consultado em 5 de Fevereiro de 2008.
- COMISSÃO EUROPEIA. EUROBARÓMETRO (2005). The attitudes of European citizens toward the environment. [On-line]. Disponível em [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/](http://ec.europa.eu/public_opinion/). Consultado em 6 de Fevereiro de 2008.
- COMISSÃO EUROPEIA. EUROBARÓMETRO (s/d). EU action in certain areas key priority. [On-line]. Disponível em [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/cf/nationoutput\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/public_opinion/cf/nationoutput_en.cfm). Consultado em 6 de Fevereiro de 2008.
- COTTLE, S. (1993): Mediating the environment: Modalities of TV news, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- CRACKNELL, J. (1993): Issue arenas, pressure groups and environmental agendas, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- DALEY, P. e O'NEILL, D. (1991): "Sad is too mild a word": Press coverage of the Exxon Valdez oil spill. *Journal of Communication*, vol. 41, n.º 4.
- DENNIS, E. E. (1991): In context: Environmentalism in the system of news, in LaMAY, C. L. e DENNIS, E. E. (Eds.): *Media and the Environment*. Washington: Island Press.
- DUNLAP, R. E. e MERTIG, A. (Eds.) (1992): *American Environmentalism: The US Environmental Movement 1970-1990*. Philadelphia: Taylor & Francis.
- DUNWOODY, S. e PETERS, H. P. (1992): Mass media coverage of technological and environmental risks: A survey of research in the United States and Germany. *Public Understanding of Science*, vol. 1.

- DUNWOODY, S. e GRIFFIN, R. (1993): Journalistic strategies for reporting long-term environmental issues: A case study of three superfund sites, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- EASTER, D. (1996): Activism in a moderate world: media portrayals and audience interpretations of environmental activism, in MUIR, S. A. e VEENENDALL, T. L. (Eds): *Earthtalk: Communication Empowerment for Environmental Action*. Westport: Praeger.
- ESTEBAN CURIEL, G. de (2000): Actitudes de los españoles ante los problemas ambientales, *Observatorio Medioambiental*, n.º 3.
- EYAL, C. H.; WINTER, J. P. e DeGEORGE, W. F. (1981). The concept of time framing in agenda-setting, in WILHOIT, G. C. e DeBOCK, H. (Eds.): *Mass Communication Review Yearbook*, 2. Beverly Hills: Sage.
- FORTNER, R. e LYON, A. (1985): Effects of a Cousteau special on viewer knowledge and attitude, *Journal of Environmental Education*, vol. 16, n.º 3.
- FRIEDMAN, S. M ; POST, M. ; VOGEL, M. e EVANS, W. F. (1987): Environmental reporting : The role of local newspapers. *Environment*, vol. 29, n.º 2.
- FRIEDMAN, S. M. (1989): TMI: The media story will not die, in WALTERS, L. M.; WILKINS, L. e WALTERS, T. (Eds.): *Bad Tidings: Communication and Catastrophe*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- FUNKHOUSER, G. R. (1973): The issues of the sixties: an exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, vol. 37, n.º 1.
- GALTUNG, J. e RUGE, M. H. (1965): The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, n.º 1.
- GAMSON, W. (1989): News as framing. *American Behavioural Scientist*, n.º 33.

- GAMSON, W. A. e MODIGLIANI, A. (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, vol. 95, n.º 1.
- GARRAUD, P. (1979): Politique électro-nucléaire et mobilisation: La tentative de constitution d'un enjeu. *Revue Française de Science Politique*, vol. XXIX, n.º 3.
- GITLIN, T. (1980): *The Whole World is Watching*. Berkeley: The University of California Press.
- GOFFMAN, E. (1975): *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- GORNEY, C. (1992): Numbers versus pictures: Did network television sensationalize Chernobyl coverage? *Journalism Quarterly*, vol. 69, n.º 2.
- GRIFFIN, R. J. e DUNWOODY, S. (1997): Community structure and science framing of news about local environmental risks. *Science Communication*, vol. 18.
- HALL, S. (1973): The social production of news: Mugging in the media, in COHEN, S. e YOUNG, J. (Eds.): *The Manufacture of News*. London: Sage.
- HAMILTON, J. M. (1991): Survival alliances, in LaMAY, C. L. e DENNIS, E. E. (Eds.): *Media and the Environment*. Washington: Island Press.
- HANSEN, A. (1990): Socio-political values underlying media coverage of the environment. *Media Development*, n.º 37.
- HANSEN, A. (1990): *The News Construction of the Environment: A Comparison of British and Danish Television News*. Leicester: Center for Mass Communication Research/ Leicester University.
- HANSEN, A. (Ed.) (1993 b): Greenpeace and press coverage of environmental issues, in HANSEN, A. (Ed.): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.

- HANSEN, A. (Ed.) (1993): *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- HARRISON, K. e HOBERG, G. (1991): Setting the environmental agendas in Canada and the United States: The cases of dioxin and radon. *Canadian Journal of Political Science*, vol. 24.
- HILGARTNER, S. e BOSK, C. L. (1988): The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, vol. 94, n.º 1.
- HOLBERT, R. L.; KWAK, N. e SHAH, D. V. (2003): Environmental concert, patterns of television viewing, and pro-environmental behaviours: Integrating models of media consumption and effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 47, n.º 2.
- IYENGAR, S. e KINDLER, D. R. (1987): *News that Matters*. Chicago: The University of Chicago Press.
- JAMISON, A. (1996): The shaping of the global environmental agenda: the role of non-governmental organizations, in LASH, S.; SZERSZYNSKI, B. e WYNNE, B. (Eds.), *Risk, Environment and Modernity*. London: Sage.
- KATZ, E. (1993): Os acontecimentos mediáticos: O sentido de ocasião, in TRAQUINA, N. (Org.): *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- KITZINGER, J. e REILLY, J. (2002): *Ascensão e Queda das Notícias de Risco*. Coimbra: Minerva.
- KRENDL, K. A.; OLSON, B. e BURKE, R. (1992): Preparing for the environmental decade: A field experiment of recycling behaviour. *Journal of Applied Communication*, vol. 20.
- LaMAY, C. L. e DENNIS, E. E. (1991): *Media and the Environment*. Washington: Island Press.
- LIMA, A. V. e SCMIDT, L. (1996): Questões ambientais: Conhecimentos, preocupações e sensibilidades. *Análise Social*, vol. XXXI, n.º 135.

- LIPPMANN, W. (1922): *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2003): *O Discurso dos Medios Impresos no Caso das Vacas Tolas*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- LOWE, P. e MORRISON, D. (1984): Bad news or good news: Environmental politics and the mass media. *Sociological Review*, vol. 32, n.º 1.
- LUHMANN, N. (1990): *Ecological Communication*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LUKE, T. W. (1987): Chernobyl: The packaging of transnational ecological disaster. *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 4.
- MACHATZKE, H. W. (1995): Environmental journalism survey, in *Duquesne University Environmental Journalism Study*, Pittsburgh: Duquesne University.
- MANHEIM, J. B. e ALBRITTON, R. B. (1984): Changing national image during the Gulf Conflict, in BENNETT, W. L. e PELETZ, D. L. (Eds.). *Taken by the Storm: The Media, Public Opinion and Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago: The University of Chicago Press.
- MARKTEST (s/d). Lisboetas e portuenses preocupados com a protecção do ambiente. [On-line]. Disponível em [http://www.marktest.pt/produtos\\_servicos/Fone\\_Bus/default.asp?c=1020&n=1694](http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Fone_Bus/default.asp?c=1020&n=1694). Consultado em 5 de Fevereiro de 2008.
- MAZUR, A. (1984): The journalists and technology: Reporting about love canal and Three Mile Island. *Minerva*, vol. 22, n.º 1.
- MAZUR, A. (1998): Global environmental change in the news (1987-90 vs. 1992-96). *International Sociology*, vol. 13, n.º 4.
- MAZUR, A. e LEE, J. (1993): Sounding the global alarm: Environmental issues in the US national news. *Social Studies of Science*, n.º 23.



- McCOMAS, K.; SHANAHAN, J. e BUTLER, J. S. (2001): Environmental content in prime-time network non-news entertainment and fictional programs. *Society and Natural Resources*, vol. 14.
- McCOMBS, M. (1992). Explores and surveyors: Expanding strategies for agenda-setting research. *Journalism Quarterly*, vol. 69, n.º 4.
- McCOMBS, M. e SHAW, D. L. (1972): The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, n.º 36.
- McCOMBS, M. e SHAW, D. L. (1977): The agenda-setting function of the press, in SHAW, D. L. e McCOMBS, M. (Eds.): *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West Publishing Co.
- McCOMBS, M. e SHAW, D. L. (1993): The evolution of agenda-setting research: Twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, vol. 43, n.º 2.
- McCOMBS, M. E. e BELL, T. (1995): The agenda-setting role of mass communication, in STACKS, D. e SALWEN, M. (Eds.): *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCORMICK, J. (1995): *The Global Environmental Movement*, 2<sup>nd</sup>. edition. London: Wiley & Sons.
- McGUIRE, W. J. (1989): Theoretical foundations of campaigns, in RICE, R. E. e ATKIN, C. K. (Eds.): *Public Communication Campaigns*. 2<sup>nd</sup> edition. Newbury Park: Sage.
- McLEOD, J. M.; BECKER, L. B. e BYRNES, J. E. (1974): Another look at the agenda-setting function of the press. *Communication Research*, 1.
- MEISTER, M. (2001): Meteorology and the rhetoric of nature's cultural display. *Quarterly Journal of Speech*, vol. 87.
- MOLOCHT, H. e LESTER, M. (1974): News as purposive behavior: On the strategic use of routine events, accidents, and scandals. *American Sociological Review*, vol. 39, n.º1.

- MOLOTCH, H. e LESTER, M. (1975): Accidental news: the great oil spill as local occurrence and national event. *American Journal of Sociology*, vol. 81, n.º 2.
- MORMONT, M. e DASNOY, C. (1993): *L'Institutionnalisation du Changement Climatique: France, Allemagne et Belgique*. Luxembourg: Fondation Universitaire Luxembourgeoise.
- MORMONT, M. e DASNOY, C. (1995): Source strategies and the climate change mediatization. *Media, Culture and Society*, vol. 17, n.º 1.
- MOTTA, L. G. *et al.* (2006): Os transgénicos na grande imprensa: Uma análise de conteúdo, in PINHEIRO DO NASCIMENTO, E. e SOUZA VIANNA, J. N. (Orgs.): *Economia, Meio Ambiente e Comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond.
- NELKIN, D. (1989): Communication technological risk: The social construction of risk perception. *Annual Review of Public Health*, n.º 10.
- NEUZIL, M. e KOVARIK, W. (1996): *Mass Media and Environmental Conflict: America's Green Crusades*. London: Sage.
- NIMMO, D. (1985): TV network news coverage of Three Mile Island: Reporting disasters as technological fables. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, n.º 2.
- NORHSTEDT, S. A. (1993): Communication action in the risk-society: Public relations strategies, the media and nuclear power, in HANSEN, A. (Ed.) (1993): *The Mass Media and Environmental Change*. Leicester: Leicester University Press.
- PALMGREEN, P. e CLARKE, P. (1977): Agenda-setting with local and national issues. *Communication Research*, vol. 4, n.º 4.
- PARLOUR, J. W. e SCHATZOW, S. (1978): The mass media and public concern for environmental in Canada 1960-1972. *International Journal of Environmental Studies*, vol. 13, n.º 1.

- PARRAT, S. F. (2006): *Medios de Comunicación y Medio Ambiente*. Madrid: Fragua.
- PATTERSON, P. (1989): Reporting Chernobyl: Cutting the government fog to cover the nuclear cloud, in WALTERS, L. M.; WILKINS, L. e WALTERS, T. (Eds.): *Bad Tidings: Communication and Catastrophe*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- PEARCE, F. (1996): Greenpeace mindbombing the media. *Wired*, vol. 52, n.º 5.
- PERALES, F. J. e GARCÍA, N. (1999): Educación ambiental y medios de comunicación, *Comunicar*, n.º 12, 1999.
- PEREIRA ROSA, G. (2006): *A Quercus nas Notícias. Consolidação de uma Fonte Não Oficial nas Notícias de Ambiente*. Porto: Porto Editora.
- PROTESS, D. L. *et al.* (1987): The impact of investigative reporting on public opinion and policy-making targeting toxic waste. *Public Opinion Quarterly*, vol. 51, n.º 2.
- ROGERS, E.; DEARING, J. e BREGMAN, D. (1988): Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?, in ANDERSON, J. A. (Ed.): *Communication Yearbook*, 11. Newbury park: Sage.
- ROGERS, E.; DEARING, J. e BREGMAN, D. (1993). The anatomy of agenda-setting research. *Journal of Communication*, vol. 43, n.º 2.
- SALWEN, M. B. (1988): Effect of accumulation of coverage on issue salience in agenda-setting. *Journalism Quarterly*, vol. 65, n.º 1.
- SANDMAN, P. M. ; SACHMAN, D. B.; GREENBERG, M. R.; GOCHFELD, M. e DUNWOODY, S. (1987): *Environmental Risk and the Press: an Exploratory Assessment*. New Brunswick: Transaction Books.
- SANTINI DE ABREU, M. (2006): *Quando a Palavra Sustenta a Farsa – O Discurso Jornalístico do Desenvolvimento Sustentável*. Florianópolis: Editora da UFSC.

- SANTOS, R. (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva.
- SCHLESINGER, P. (1977): Newsmen and their time machine. *The British Journal of Sociology*, vol. 28, n.º 3.
- SCHLESINGER, P. (1992): Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme. *Reseaux*, n.º 51.
- SCHMIDT, L. (2003): *Ambiente no Ecrã. Emissões e Demissões no Serviço Público Televisivo*. Lisboa: Universidade de Lisboa/Imprensa de Ciências Sociais.
- SCHUDSON, M. (1986): Deadlines, datelines and history, in MANOFF, R. K. e SCHUDSON, M. (Eds.): *Reading the News*. New York: Pantheon Books.
- SHANAHAN, J. e McCOMAS, K. (1997): Television's portrayal of the environment, 1991-1995. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, n.º 1.
- SHANAHAN, J. e McCOMAS, K. (1999): *Nature Stories: Depictions of the Environment and Their Effects*. Cresskill: Hampton Press.
- SHANAHAN, J.; MORGAN, M. e STENBJERRE, M. (1997): Green or brown? Television and the cultivation of environmental concerns. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 41.
- SHOUMATOFF, A. (1991): *The World is Burning: Murder in the Rain Forest*. New York: Avon.
- SINGER, E. (1990): A question of accuracy: How journalists and scientists report research on hazards. *Journal of Communication*, vol. 40, n.º 4.
- SINGER, E. e ENDRENY, P. (1987): Reporting hazards: their benefits and costs. *Journal of Communication*, vol. 37, n.º 3.
- SMITH, C. (1993): News sources and power elites in news coverage of the Exxon Valdez oil spill. *Journalism Quarterly*, vol. 70, n.º 2.

- SOLESBURY, W. (1976): The environmental agenda. *Public Administration*, 54.
- SOUSA, J. P. (1997): *Fotojornalismo Performativo*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.
- SPENCER, J. W. e TRICHE, E. (1994): Media constructions of risk and safety: differential framings of hazard events. *Sociological Inquiry*, vol. 64, n.º 2.
- SUHONEN, P. (1993): Environmental issues: the Finnish major press, and public opinions. *Gazette*, vol. 51.
- TAMBOSI, O. (2007): Jornalismo e teorias da verdade. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 30, n.º 1.
- TARDE, G. (1901): *L'Opinion et la Foule*. Paris: Alcan, 1901.
- TRAQUINA, N. (1988): As notícias. *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 8.
- TRAQUINA, N. (2000): *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.
- TRAQUINA, N. (2002): *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- TRAQUINA, N. (2004): *A Tribo Jornalística: Uma Comunidade Transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias.
- VÉRON, E. (1981): *Construire l'événement*. Paris: Editions de Minuit.
- WEAVER, D. H. (1977): Political issues and voter need for orientations, in SHAW, D. L. e McCOMBS, M. E. (Eds.): *The Emergence of American Public Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West.
- WEAVER, D. H. (1977): Political issues and voter need for orientations, in SHAW, D. L. e McCOMBS, M. E. (Eds.): *The Emergence of American Public Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West.

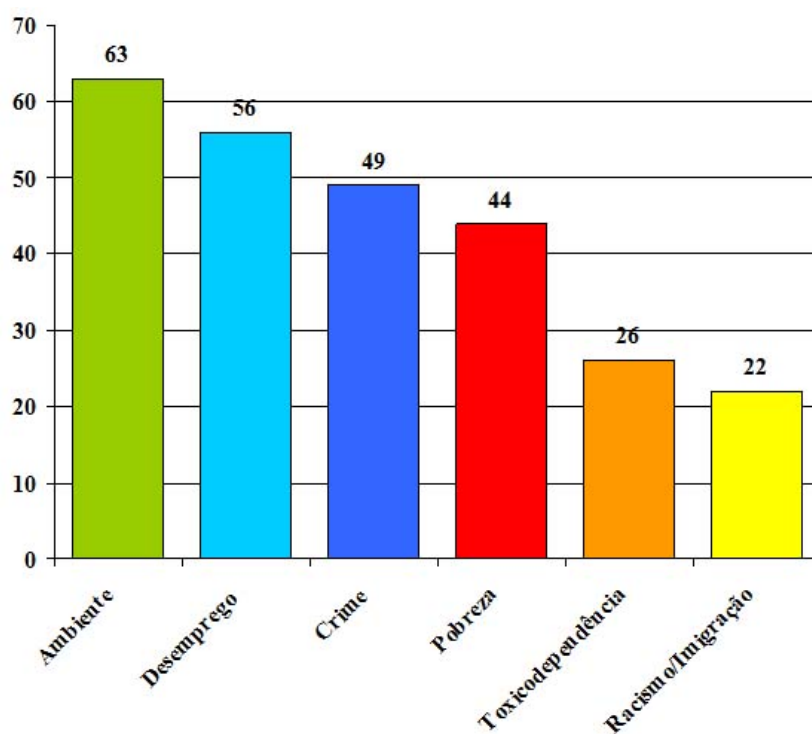
- WEAVER, D. H. (1982): Media agenda-setting and media manipulation, in WHITNEY, D. C.; WARTELLA, E. e WINDAHL, S. (Eds.): *Mass Communication Yearbook*, n.º 3. Beverly Hills: Sage.
- WEAVER, D. H.; GRABER, D. A.; McCOMBS, M. E. e EYAL, C. H. (1981): *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images and interest*. New York: Praeger.
- WHITE, D. M. (1950): The gate-keeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, vol. 27, n.º 3.
- WILKINS, L. (1989): Bhopal: The politics of mediated risk, in WALTERS, L. M.; WILKINS, L. e WALTERS, T. (Eds.): *Bad Tidings: Communication and Catastrophe*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- YEARLEY, S. (1992): *A Causa Verde : Uma Sociologia das Questões Ecológicas*. Oeiras: Celta.

### Site

AGÊNCIA EUROPEIA DO AMBIENTE. <http://reports.eea.europa.eu/>

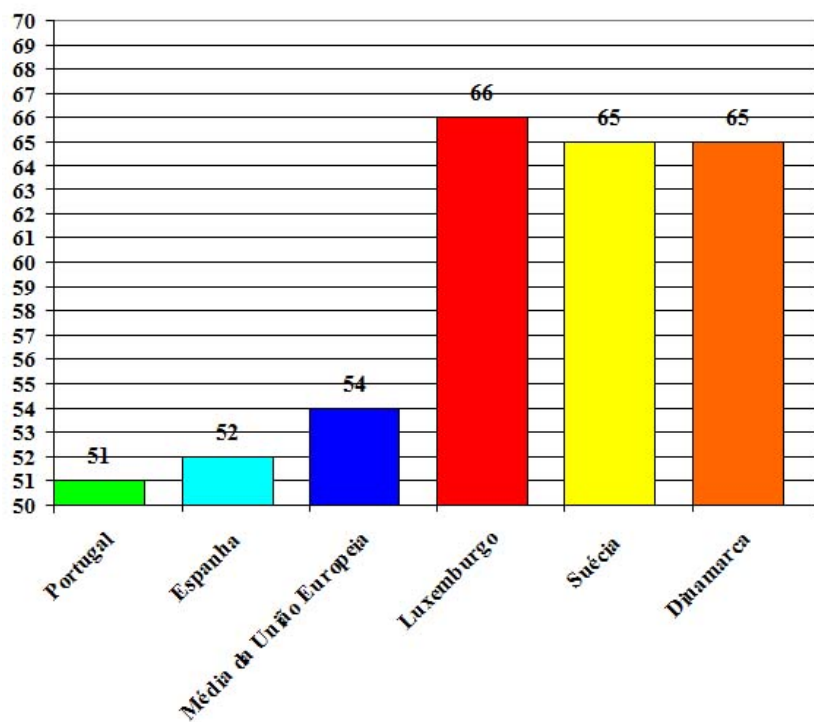
## Apêndices

**Gráfico 1**  
**Preocupações dos Europeus**



**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados do Eurobarómetro.

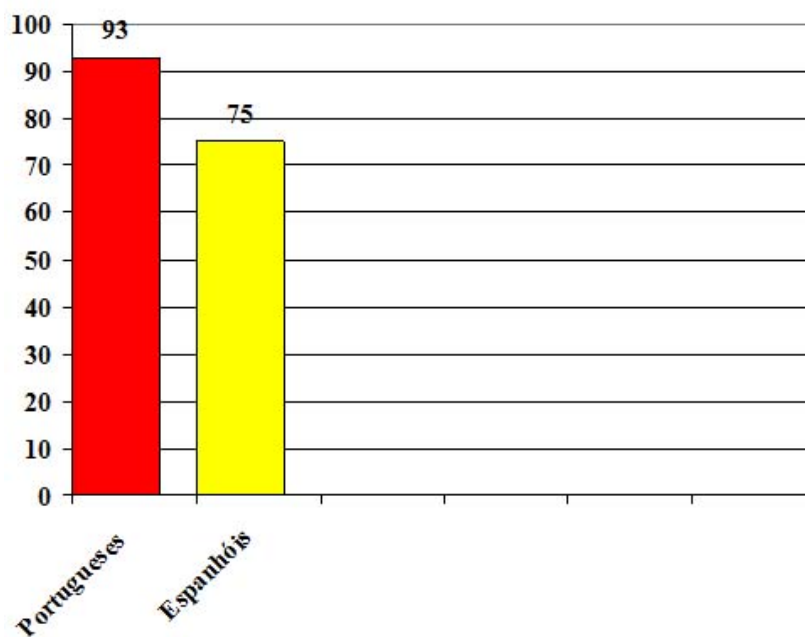
**Gráfico 2**  
**Portugueses, espanhóis e outros europeus que consideram que a protecção do ambiente requer atenção prioritária por parte dos governos nacionais e da União Europeia**



**Fonte: elaboração própria a partir de dados do Eurobarómetro.**

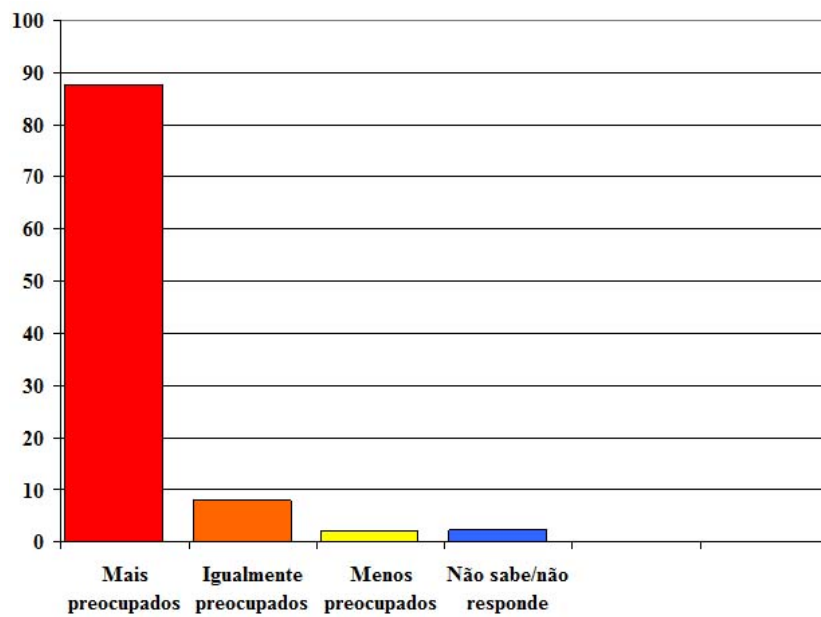


**Gráfico 3**  
**Percentagens de portugueses e espanhóis que se interessam pelas questões ambientais e as acompanham pelos meios de comunicação**



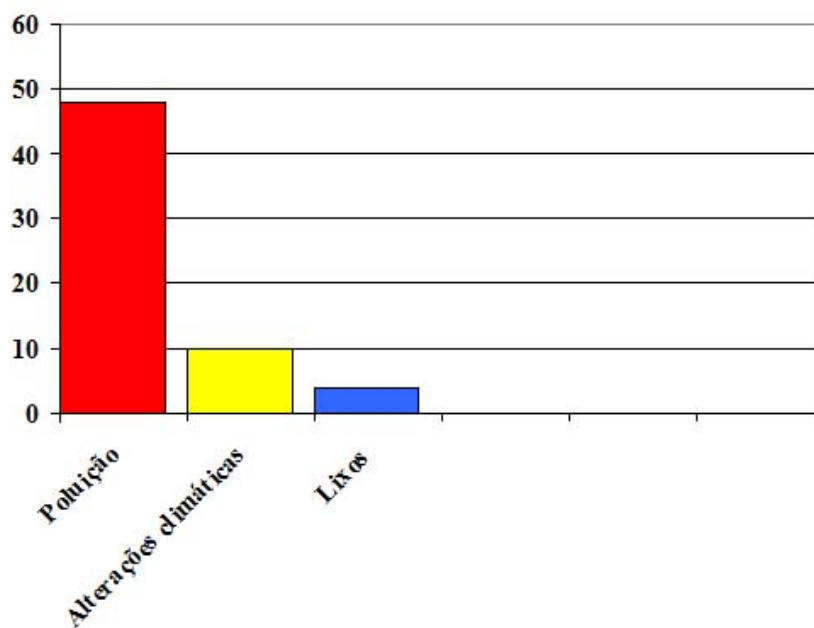
**Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Marktest (Portugal) e do Centro de Investigaciones Sociológicas (Espanha)**

**Gráfico 4**  
**Portugueses que se preocupam mais com o ambiente do que há dez anos atrás**



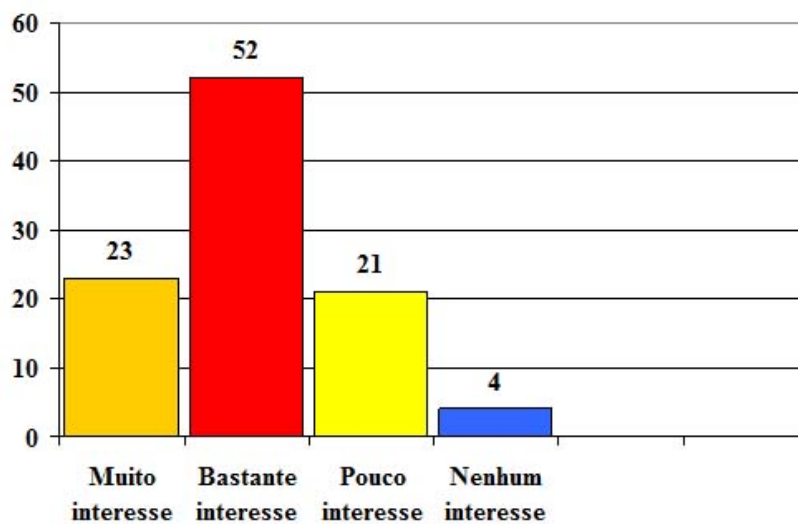
**Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Marktest.**

**Gráfico 5**  
**Questões ambientais que mais preocupam os portugueses**



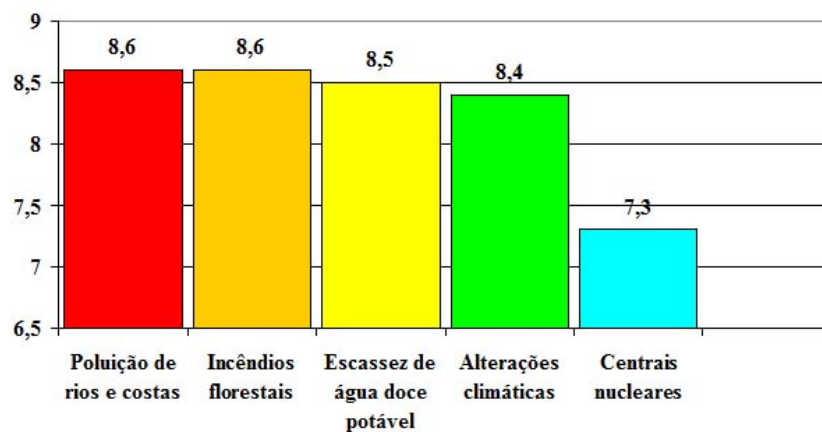
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Marktest.

**Gráfico 6**  
**Grau de interesse com que os espanhóis acompanham as notícias ambientais**



**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados do barómetro do centro de Investigaciones Sociológicas.

**Gráfico 7**  
**Questões ambientais que mais preocupam os espanhóis: média de preocupação em 10 valores (máximo)**



**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados de estudo da Fundação BBVA sobre a atitude dos espanhóis face ao ambiente (2007).

	Nível de interesse	Nível de informação	Diferença entre informação e interesse
Temas de ecologia ou de meio ambiente	6.4	5.3	1.1
Temas de medicina	6.2	4.9	1.3
Temas económicos	5.5	4.7	0.8
Temas de desporto	5.4	5.4	-
Temas internacionais	5.1	4.7	0.4
Temas científicos	5.0	4.2	0.8
Temas tecnológicos	5.0	4.3	0.7
Temas políticos	4.2	4.5	-0.3

Muitas vezes	4.9
Bastantes vezes	19.8
Poucas vezes	44.5
Praticamente nunca	29.7
Não sabe/Não responde	1.2

**Fonte: estudo da Fundação BBVA sobre as atitudes dos espanhóis face ao ambiente (2007).**