

SUSTENTABILIDADE E CONSUMO NA IMPRENSA

Ana Carolina Milo Britto

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (Unesp), pós graduada em Linguagens Midiáticas pelo Centro Universitário Barão de Mauá, de Ribeirão Preto e formada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Sagrado Coração de Bauru.

Resumo

Boa parte das discussões em torno da questão ambiental surge da necessidade de evidenciar a importância da sustentabilidade na sociedade contemporânea como alternativa aos recursos limitados do planeta. Surge então, um novo olhar para os problemas ambientais, com foco no consumo, que será explorado a luz da perspectiva midiática com o objetivo de estabelecer uma ponte entre esses fenômenos.

Palavras-chave: Consumo; meio ambiente; comunicação; mídia

Abstract

Some discussions around environmental issues arise from the need to highlight the importance of sustainability in contemporary society, as an alternative to the limited resources of the planet. Then comes a new way of looking at environmental issues, focusing on consumption, which will be explored with media perspective, with the objective of establish a bridge between those phenomena.

Keywords: Consumption; environment; communication; media

Abstract

Grand porción de la conversación en torno a la cuestión ambiental surge de la necesidad de destacar la importancia de la sostenibilidad en la sociedad contemporánea, como una alternativa a los limitados recursos del planeta. Surge entonces, una nueva mirada a los problemas ambientales, centrándose en el consumo, que será explorado a la luz de la perspectiva de los medios de comunicación con el fin de establecer un puente entre estos fenómenos.

Palabras clave: Consumo; medio ambiente; comunicación; medios de comunicación

Visibilidade e experiência

A responsabilidade global discutida nas Conferências de Estocolmo¹ em 1972 e de Tbilisi em 1977, designado à época como “abordagem do eco desenvolvimento”, termo em constante aprimoramento (SACHS, 1993 p. 7), bem como a Constituição Federal de 1988 - capítulo VI, artigo 225 -, que passa a assegurar o direito a um meio ambiente saudável a todos, aquece as discussões ambientais. A efervescência da Eco-92² no Brasil e a elaboração da Agenda 21 culminou em metas que dizem respeito à diversidade biológica, a poluição, a preocupação com as constantes variações climáticas, catástrofes ambientais e o bem estar social, entre outros.

Após duas décadas, o Rio de Janeiro voltou a ser palco de discussões ambientais, com a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, colocando novamente em evidência questões ambientais e a busca por projetos que viabilizem uma nova forma de pensar o global. O conceito de sustentabilidade reflete a possibilidade de encontrar um caminho possível para a manutenção da economia sem que, para isso, o meio ambiente seja prejudicado. Assim, “o futuro da humanidade depende do equilíbrio entre o avanço tecnológico e a preservação ambiental” (DASHEFSKY, 2001 p. 57).

A urgente necessidade da mudança de paradigma sobre o desenvolvimento vai além da preocupação com os desastres ambientais e mudanças climáticas - temas mais explorados pela mídia -, alertando para a conscientização nos padrões de consumo, desperdício e utilização dos recursos naturais (SACHS, 1993).

No entanto, com a maioria dos países em crise, os problemas colocados em pauta são vistos através do viés econômico, o que impossibilita a sensibilização para a resolução dos problemas que podem afetar a qualidade de vida ambiental e humana. Para Leff (2002 p. 59), “a problemática ambiental - a poluição e degradação do meio, a crise de recursos naturais, energéticos e de alimentos - surgiu nas últimas décadas do século XX como uma crise de civilização, questionando a racionalidade econômica e tecnológica dominante”.

Foi na década de 50 que provavelmente as primeiras noções dos prejuízos da ação do homem ao meio ambiente foram noticiados. O livro *Silent Spring*, de Rachel Carson, chamou a atenção para o perigo global da contaminação por pesticidas, na década de 60, estimulando que se pensasse sobre efeitos antes não imaginados (PARRAT, 2006).

A partir de então, os critérios para se produzir a notícia ambiental tinham como base o interesse humano. Cobertura de catástrofes, desmatamentos, tsunamis, extinção de animais, furacões, degelo e até fenômenos específicos como, por exemplo, as consequências do consumo excessivo das sacolas plásticas.

Experiências relatadas em determinada pesquisa sobre o tema ambiental na mídia evidenciam um cenário em que há o predomínio da superficialidade das explicações, o discurso da natureza como acessório humano e do discurso tecnocrático, em que se pressupõe que a tecnologia dará conta de contornar os problemas ambientais, apontando a sustentabilidade como interessante para os objetivos do mercado (GIRARDI; PEDROSO; BAUMONT, 2011).

Em outra pesquisa sobre o discurso ambiental na mídia impressa, no Rio Grande do Sul, verificou-se a lacuna da sensibilização sobre os problemas ambientais locais e, além disso, a ausência do estreitamento dos vínculos entre a mídia e a audiência, tornando o discurso cada vez mais político e menos voltado para o comunitário, distanciando os problemas ambientais da realidade de cada indivíduo (MAZZARINO; KAUFMANN, 2011).

Ainda em relação ao conteúdo jornalístico, outro problema pode ser levantado com relação

à escolha das fontes para a matéria. Com base na pesquisa da *American Press Institute*, sobre as fontes mais utilizadas pelos jornalistas, quando o assunto é meio ambiente, a pesquisadora Parrat (2006) confirma a preferência por fontes oficiais, que representam a legitimidade do poder e responsabiliza em partes o fator tempo, que não permite investigações mais apuradas, bem como o desconhecimento de algumas questões. Logo em seguida estão listados os pesquisadores e especialistas no assunto, que explicam os fatos utilizando linguagem de difícil compreensão e por conta disso, muitas vezes, são descartados.

O relacionamento dos jornalistas com as ONG's, no entanto, é diferente. São eles que perseguem a visibilidade concedida pelos meios de comunicação e podem quebrar a barreira do fator tempo emitindo sua visão prontamente. Mas esse tipo de relacionamento não é explorado, pois as organizações ambientalistas sentem a necessidade de se manifestarem contra o poder estabelecido: “cuando logran hacerse oír la cobertura de sus reivindicaciones suele simplificarse al considerarse más relevante desde el punto de vista informativo la forma que adquieren sus protestas que el propio contenido de éstas” (PARRAT, 2006, p.37-38).

Para Zamberlan (2011, p. 82), a informação ambiental começou a ser explorada com mais frequência recentemente, e parece haver, ainda, uma grande lacuna entre a informação e os acontecimentos externos, “fruto de uma compartimentação, relegando a plano secundário o contexto *complexus planetário*”, impossibilitando uma visão mais abrangente sobre os assuntos abordados.

Reforçamos a necessidade de olhar para a complexidade do tema e dos valores que podem ser refletidos através do jornalismo. Para que isso ocorra, é necessário que o problema seja encarado de forma integral, em que o jornalista responsável tenha em mãos todas as explicações dos fenômenos e esteja conscientizado dos problemas ambientais. Esta noção, no entanto, não depende da vontade de criar espaços democráticos, mas sim da lógica do sistema de produção e consumo em que o jornalista está inserido.

Ainda, o jornalismo ambiental também pode sofrer as consequências do próprio projeto editorial, que contextualiza a descrição do acontecimento por meio da tendência em equilibrar polos de confronto: de um lado, reforçar o poder instituído, e de outro, priorizar as relações de confiança com o leitor. Este fato se deve ao processo de construção da notícia, pertencente a um esquema industrial de produção e, ao mesmo tempo, o jornalismo exige complexidade tal que torna esse processo paradoxal.

Outra observação sobre o produto jornalístico foi feita por Bueno (2007), situa sobre a investigação sobre as editoriais dos jornais, que prejudicam a visão mais integrada do assunto:

A segmentação dos veículos em cadernos, editoriais ou páginas consolida olhares ou focos e compromete o esforço de articulação ou religação de saberes, para usar expressão de Edgar Morin. Esta fragmentação desestrutura a perspectiva que deve ser sempre ampliada do saber ambiental, de seus problemas e soluções (BUENO, 2007. p 17).

O que se pode observar é que quando as ações que giram em torno da questão ambiental são vistas de modo fragmentado, não se faz justiça à complexidade dos desafios criados pela busca de redução das desigualdades no interior de cada país (VIEIRA, 2002).

Educação ambiental, mídia e sustentabilidade

A informação gerada pelo veículo de comunicação, e consequentemente disseminada nos espaços públicos, educa e contribui para o exercício da cidadania. Isso porque participa o cidadão das decisões sobre seu cotidiano, da consciência coletiva, e gera o conhecimento dos fatos, permitindo o julgamento sobre eles (BELTRÃO, 1980). O esforço do leitor em interpretar o fato, “tirando suas conclusões e emitindo juízos”, conforme aponta Beltrão (1980 p.13) transforma a mensagem original em outra diferente, pois o leitor incorpora o conhecimento do jornal ao seu próprio repertório cultural.

A função cognitiva prevista se estabelece a partir da educação informal, que se caracteriza pela não organização (do contrário seria educação formal), pelo formato estruturado e pela intencionalidade (pois a informação é pensada e direcionada), sendo um tipo de aprendizagem que ocorre no dia a dia, orientada pela família, no trabalho ou pela sociedade (ARAÚJO; CALUZI; CALDEIRA, 2006 p. 23).

Em função das marcas da intencionalidade nos textos jornalísticos, deve-se ter em mente questões que auxiliem no reconhecimento do objetivo dessas mensagens. Afinal, elas informam para que as pessoas as entendam cientificamente? Trazem questões de interesse público? Permitem a ampliação do conhecimento sobre o tema? Ou apenas informam dados factuais?

Lima (1984 p.133) acredita que a proposta educacional postula-se como um caminho para repensar a educação tradicional voltada “exclusivamente para o desenvolvimento econômico”, que tem o objetivo de disseminar valores como a competitividade, a supremacia da tecnologia e a produtividade. Assim, a ação educativa tem o poder atuar na base do problema, substituindo o valor de competitividade por solidariedade. Certamente, essa visão entra em conflito com a ideia pós-industrial da educação associada à ascensão social, de conhecer mais para produzir mais e alavancar o crescimento do país.

Somente amparados pela educação ambiental poderemos identificar se as notícias estão sendo construídas com a intenção de garantir a sensibilização para o problema ambiental ou se reforça os aspectos mercadológicos relacionados. Atualmente, a corrente da educação ambiental voltada para tais questões é a da *Sustentabilidade*.

Formalizada como disciplina dos currículos escolares após a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, a Eco-92, a Educação Ambiental se posiciona a favor da intensificação dos valores ambientais, da mentalidade ecológica, da sociedade igualitária, da interação entre as culturas e do comprometimento dos meios de comunicação com os interesses da população (SATO, 2002).

No entanto, critérios e princípios fundamentais da educação ambiental ainda estão em fase de construção, sempre buscando uma forma de incorporar nos sujeitos a mentalidade ecológica, no que diz respeito a princípios como os listados abaixo (SATO, 2002):

- a) respeito aos ciclos naturais e vitais, impor limites à exploração
- b) incentivo ao pensamento crítico e inovador para transformação;
- c) propostas e alternativas para uma sociedade mais igualitária;
- d) interação entre indivíduos, a natureza, o universo de forma integrada;
- e) promoção da interação entre as culturas;
- f) divulgação de estratégias para estimular a democracia;
- g) respeito e reflexão sobre a história indígena e a cultura local;
- h) elucidação do contexto social e histórico relacionados ao meio ambiente e o desenvolvimento;

- i) estímulo e potencialização do poder das comunidades;
- j) diversificação do conhecimento;
- l) resolução dos conflitos de maneira justa;
- m) diálogo entre indivíduos e instituições.

Assim, a consciência ambiental da forma como se apresenta na sociedade atual, de acordo com Sato (2002), tem origem no modo pelo qual a reflexão sobre meio ambiente deixou de ter uma dimensão individual, baseada na religião e na ética, e passou a ter uma dimensão coletiva, atingindo a esfera política.

A importância da Educação Ambiental se dá pela possibilidade de compreender que há a transformação social através da disseminação de valores que auxiliem na consciência do papel do homem com relação ao meio ambiente e sua responsabilidade na extração dos bens naturais nos processos produtivos, alertando também para a etapa de consumo, que alimenta a cadeia produtiva.

Educação ambiental e consumo

Torna-se essencial reconhecer o papel do consumo no século XXI, pois vivemos as contradições do modelo neoliberal, que redimensionam a cultura e a sociabilidade às regras do comércio (CANCLINI, 2002 p. 34). Não podemos esquecer que a problemática ambiental é uma questão complexa, com característica plural, mas também pode ser vista sob a ótica do consumo quando associada à exploração da natureza para o suprimento de seu ciclo, como afirma Leff (2002):

Esta crise tem sido explicada a partir de uma diversidade de perspectivas ideológicas. [...] é interpretada como o efeito da acumulação de capital e da maximização da taxa de lucro em curto prazo, que induzem a padrões tecnológicos de uso e ritmos de exploração da natureza, bem como formas de consumo, que vêm esgotando as reservas de recursos naturais, degradando a fertilidade dos solos e afetando as condições de regeneração dos ecossistemas naturais (LEFF, 2002 p. 59).

Face a esse cenário, Stern (PORTILO, 2010 *apud* Stern 1997), mobilizou o governo americano a investigar o nível de consumo no país, comprovadamente superior aos demais países, forçando-o a investigar os possíveis danos ambientais que o consumo poderia causar.

A partir de então, na década de 90, houve um deslocamento da percepção dos problemas ambientais relacionados aos processos de produção para o foco nos altos padrões de consumo, relacionado aos estilos de vida na sociedade pós-industrial (PORTILHO, 2010).

A transposição da percepção ambiental, no entanto, foi gradativa. No início, a crise era atribuída ao crescimento demográfico, constituindo uma das visões sobre o problema, tal como afirma Leff (2002 p. 59), em que a crise é “percebida como resultado da pressão exercida pelo crescimento da população sobre os limitados recursos do planeta”.

Em 1972, na Conferência de Estocolmo, líderes de diversos países se reuniram e reconheceram que o problema não estava apenas no crescimento populacional, mas sim no estilo de produção dos países industrializados, cuja demanda por energia, água e recursos naturais estariam causando grande parte do impacto ambiental. Essa teoria foi associada ao argumento de que o consumo estaria afetando a qualidade ambiental, e ainda promovendo um

deslocamento da visão dos impactos ambientais atrelados aos estilos de produção, para o alto padrão de consumo, com base na constatação de que as principais atividades na sociedade pós-industrial eram o lazer e o consumo (PORTILHO, 2010).

Esta recente relação socioambiental aponta para uma realidade paradoxal da sociedade contemporânea, pois ao mesmo tempo em que o termo “sustentabilidade” se torna a palavra chave para sintetizar os apelos da contemporaneidade, vivemos em uma sociedade em que o indivíduo trabalha mais para poder consumir mais, causando uma infinidade de problemas relacionados ao descarte de resíduos e a produção exacerbada para atender a demanda (PORTILHO, 2010).

O consumo excessivo está relacionado ao volume do lixo e sua destinação. Para Esqueda, Leão e Reis (2003 p.75), os resíduos são considerados um grande problema ambiental do mundo contemporâneo, pois “com o aumento e a expansão rápida da população, além do consumismo exagerado, os resíduos gerados como subprodutos das atividades humanas transcendem a capacidade de adaptação do ambiente”.

Em seu livro, Barbosa e Campbell (2006) enfatizam as múltiplas identidades que o homem contemporâneo adquire através do consumo, para poder se diferenciar através da maneira como se apresenta em sociedade. Para a autora, o consumo diz respeito à aquisição de bens e serviços em seus inúmeros desdobramentos que, sob a ótica das ciências sociais, são produtoras de identidade, fronteiras e distinções sociais e estilos de vida em situações cotidianas. Entretanto, essa máxima pode dar espaço a questionamentos, por serem passivas de falta de evidências e aprofundamento fenomenológico, no que diz respeito às singularidades de cada experiência.

O consumo, neste estudo, deve ser considerado para além da ótica da integração social, do influente jogo de sedução publicitário, sendo avaliado especialmente por seu potencial impacto ambiental, como “ato que incorra em uso de recursos ambientais, analisados a luz dos limites ecológicos em relação ao crescimento econômico” (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Segundo Parrat (2006 p. 25), “a publicidade está em permanente contradição com o respeito ao meio ambiente”, pois impulsiona o consumo, que por sua vez contribui para a desigualdade social, degradação ambiental e idealização da natureza - apresentando uma imagem romantizada de seus fenômenos. E mesmo ao impulsionar a compra de produtos considerados “verdes” ou reciclados, a propaganda, na verdade, está contribuindo para o estímulo a uma nova compra, como sugere a autora:

Quando se anuncia un producto como procedente de material reciclado, en realidad se está animando a reciclar sino a consumir un producto de nuevo. Esto nos hace ver lo opuestos que son la publicidad y los valores ambientales: la primera, como parte crucial de nuestra economía, apoya el incremento de la producción, los segundos sostienen que el crecimiento continuado del consumo es insostenible (PARRAT, 2006 p. 25-26).

Para Damásio e Sampaio (2003), é pertinente a associação do consumismo ao poder sugestivo da propaganda e dos meios de comunicação de massa, que constroem um mundo fantástico da satisfação de todas as necessidades (reais ou não).

Outro desdobramento da mesma questão tem a ver com as formas de liberdade criadas pelo acesso ao consumo, em que a cidadania permanece cada vez mais restrita àqueles que participam de suas atividades. A desigualdade social tem raiz justamente onde as formas de liberdade se criam, promovendo incertezas e disseminando valores contrários à formas de consumo sustentáveis (PORTILHO, 2010 p.35).

Canclini (2002 p.63), por sua vez, reflete sobre a possibilidade de exercício da cidadania proporcionada pelo ato de consumir, indagando sobre a “racionalidade integrativa e comunicativa” construída pelo consumo.

Para Barbosa (2010), o consumo é central no processo de reprodução social, e é através dele que ações cotidianas se tornam participativas diante de um contexto global:

Através do consumo, atos locais e mundanos são relacionados a forças globais de produção, circulação, inovação tecnológica e relações políticas que nos permitem mapear e sentir na vida cotidiana aspectos que de outra forma nos parecem extremamente distanciados e presentes apenas nas discussões políticas sobre as desigualdades regionais e sociais (BARBOSA, 2010 p. 13).

A atividade de consumo e sua indiscutível atuação na formação dos significados que regulam a vida (CANCLINI, 2002 p. 64), estão em permanente confronto com as formas de manutenção da saúde ambiental, quando suas atividades extrapolam os limites da extração dos recursos naturais, promovendo a aceleração dos prejuízos. Neste espaço, portanto, consideramos o trânsito entre a urgência do consumo, segundo necessidades de satisfação pessoal, processo cultural, político e econômico e a postura ética e senso moral diante das crises ambientais, em alguns casos específicos: um paradoxo dos novos tempos. Neste caso, a quase “obrigatoriedade de consumir” e a “busca por um estilo de vida simples” são, respectivamente, consideradas postura hedonista e altruísta, e por isso o consumo possui aspecto cultural, como manifestação de práticas e rituais de seus usuários (PORTILHO, 2010, p. 62-63). As categorias de cultura, portanto, são visíveis e viabilizadas quando a comunicação social reflete elementos possíveis da configuração resultante entre forças sociais entre produção e consumo.

Podemos explorar dois lados da questão consumo e impacto. De um lado, aqueles que mais se utilizam do consumo ambiental (organizações públicas, privadas, militares), que estariam à frente em impactos produzidos e, do outro, a soberania do sujeito-consumidor, que teria o poder de provocar mudanças sociais significativas relacionadas ao consumo ao inverter a lógica do processo, colocando o consumo como propulsor da intensa produção (PORTILHO, 2010, p. 64). Sem elevado consumo, não existe elevada produção. No entanto, apesar da importância do comprometimento individual em relação aos problemas ambientais relacionados ao consumo, é importante destacar que a lógica desse processo não pode estar centrada na responsabilidade do consumidor. É preciso reconhecer o papel dos governantes e detentores do poder e do capital que move empresas, indústrias e instituições para a resolução dos problemas, considerando que a problemática ambiental tem caráter político.

Outra forma de consumir está ligada diretamente ao consumo coletivo de bens e serviços, que não atingem a esfera material como, por exemplo, as leis, a defesa e a ordem, que tem papel importante no julgamento das questões relacionadas ao acordo das sacolas plásticas neste estudo. Para reconhecer essa questão, é importante citar o direito de decisão dos indivíduos sobre ações relacionadas ao consumo, pois ele está centrado na satisfação plena das necessidades, desejos e aspirações (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

Ainda, podemos citar aquele consumidor que considera diversos fatores no momento da compra, seja ambiental, pela saúde humana e animal ou por relações justas de trabalho. Esse é o chamado consumo consciente, termo criado para designar aquele consumidor que enxerga além do preço e da marca (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2012). Este termo está sendo levado ao conhecimento da maioria através de grupos específicos que almejam uma sociedade mais sustentável e menos desigual, atendendo tanto aos requisitos da agenda 21, estabelecida em 1992 na Eco-92, quanto da Rio+20, na Conferência das Nações Unidas pelo Desenvolvimento Sustentável.

Para Sachs (1993 p.158), antes de finalizar esta hipótese, é necessária a promoção de discussões mais amplas, especialmente quando se fala em transformações sociais. Um dos

requisitos para a prática da educação ambiental (SATO, 2002) é promover a responsabilidade social sobre o meio ambiente, que deve ser proliferada pela ampla divulgação de seus valores através da comunicação social.

Considerações

O homem está completamente imerso no processo de racionalização das forças produtivas (TAVOLARO, 2001), dificultando a resolução dos conflitos entre sociedade e meio ambiente. Portanto, apreender, incorporar e manifestar o compromisso com alternativas sustentáveis são atitudes relevantes para o equacionamento da degradação ambiental (AFONSO, 2006).

Já que o ritmo de produção e consumo estão consolidados, é necessário criar formas de resolução de conflitos que não interfiram no atual estágio de desenvolvimento, mas que respeite os limites naturais. Considerando esse padrão, é possível atender aos requisitos da sustentabilidade mantendo foco em novas estratégias e políticas de desenvolvimento (FERREIRA, 2003).

Considerando o papel do consumo para a sociedade, em que “na dimensão de esgotamento, não diz respeito apenas à exaustão de bens materiais”, possuindo uma “dimensão física e emocional” (BARBOSA E CAMPBELL, 2006 p. 21), enfatizamos sua natureza ambígua, pois ao mesmo tempo em que é definido como fonte de alienação, também é necessário para a realização humana. Entende-se, ao descrever esses aspectos, que o consumo não é algo que deva ser condenado ou simplesmente celebrado pela mídia.

Geração de conhecimento, transmissão de ideias, opiniões e juízos críticos com capacidade de construção sentido são associados aos veículos de comunicação, que são ativos no processo de construção do imaginário social. É preciso considerar que o produto da comunicação social está condicionado às leis de mercado, mas se constitui em importante espelho para compreender a produção de significados no seio social.

O desafio é compreender de que forma o espaço de produção e circulação das informações contribuem para a formação do leitor consumidor (CORREIA, 2011 p.20) quando o assunto é sustentabilidade. Isso porque a informação compartilhada nos espaços públicos contribui para o exercício da cidadania, participa o cidadão das decisões sobre seu cotidiano, da consciência coletiva, e gera o conhecimento dos fatos, permitindo o julgamento sobre eles (BELTRÃO, 1980).



Referências

- ARAÚJO, Elaine Sandra N. N de; CALUZI, João José; CALDEIRA, Ana Maria de A. “Divulgação e cultura científica”. In: ARAÚJO, Elaine Sandra N. N de; CALUZI, João José; CALDEIRA, Ana Maria de A. (Orgs). *Divulgação científica e ensino de ciências: estudos e experiências*. São Paulo: Escrituras, 2006. (Coleção Educação para a ciência, v. 7)
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Rio Grande do Sul: Sulina, 1980.

- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa*. São Paulo, Marajoara Editorial, 2007.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: ed. UFRJ, 2002.
- CORREIA, João Carlos. *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. LabCom Books (Online Publishing House), 2011. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/26>. Acesso em: 20 maio 2013.
- DASHEFSKY, Steven. *Dicionário de ciência ambiental*. Tradução de Eloisa Helena Torres. São Paulo: Gaia, 2001.
- ESQUEDA, Marimiriam Dias; LEÃO, Alcides Lopes; REIS, Marília F. de C. Tozoni-Reis. “A problemática dos resíduos sólidos urbanos e a educação ambiental”. In: TALAMONI, Jandira; SAMPAIO, Aloísio Costa (Orgs). *Educação Ambiental: da prática pedagógica à cidadania*. São Paulo: Escrituras, 2003 p. 73-84 (Coleção Educação para a Ciência).
- FERREIRA, Leila da Costa. *A questão Ambiental: sustentabilidade e políticas públicas no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2003.
- GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; PEDROSO, Rosa Nívea; BAUMONT, Clarissa Cerveira. “Jornalismo e Sustentabilidade: as armadilhas do discurso”. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; PEDROSO, Rosa Nívea; BAUMONT, Clarissa Cerveira. *Ecos do planeta*. Estudos sobre informação e jornalismo ambiental. Porto Alegre: UFRGS, 2011, p. 48-61.
- LEFF, Henrique. *Epistemologia Ambiental*. Traduzido por Sandra Valenzuela. São Paulo: Cortez, 2002.
- LIMA, Maria José de Araújo. *Ecologia Humana: realidade e pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 1984.
- MAZZARINO, Jane; KAUFMANN, Cristine. “O Discurso ambiental da mídia impressa de Estrela (RS) e a formação de meios de comunicação comunitários”. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; LOOSE, Eloísa Beling; BAUMONT, Clarissa Cerveira de (Orgs). *Ecos do Planeta*. Estudo sobre informação e jornalismo ambiental. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011 p. 63-79.
- PARRAT, Sonia. *Medios de comunicación y medio ambiente*. Madrid: Fragua, 2006.
- PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ª edição. São Paulo: Cortez, 2010.
- SACHS, Ignacy. *Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente*. Prefácio: M. F. Strong; trad. Magda Lopes. São Paulo: Studio Nobel: Fundação do desenvolvimento administrativo (FUNDAP), 1993.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são*. 2ª. ed. volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.
- VIEIRA, Paulo Freire. Apresentação. In: LEFF, Henrique. *Epistemologia Ambiental*. Traduzido por Sandra Valenzuela. São Paulo: Cortez, 2002
- VILAS-BOAS, Sérgio. *Formação e informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus, 2004.
- ZAMBERLAN, Liège. “(Des)Educação Ambiental”. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; LOOSE, Eloísa Beling; BAUMONT, Clarissa Cerveira. *Ecos do planeta*. Estudos sobre informação e jornalismo ambiental. Porto Alegre: UFRGS, 2011, p. 81-93.

Notas

¹Realizada em junho de 1972, a Conferência de Estocolmo teve como objetivo discutir problemas relacionados aos impactos ambientais realizada no mundo. O evento ajudou a levar a preocupação ambiental para a agenda política, tendo sido a primeira grande conferência nesta área e lançando as bases para o ECO-92.

² A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), conhecida também como ECO-92 ou Rio-92, realizada no Rio de Janeiro, discutiu estratégias de desenvolvimento aliadas à preservação e proteção do meio ambiente. A Conferência foi um marco na história do ambientalismo e para as nações. A reunião de diversos atores sociais propiciou importante debate sobre a questão ecológica e ambiental. Um dos pontos mais relevantes da emergência de ações sociais provenientes da questão ecológica tem sido o de cristalizar o significado de cidadania [...] sobretudo na construção de uma identidade (FERREIRA, 2003 p. 96).