

Jornalismo ambiental e afetos: panorama das experiências tecnológicas do movimento socioambiental¹

Katarini Miguel²

Mylena Fraiha Machado³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

RESUMO

Trazemos para este trabalho uma discussão sobre as proximidades e cruzamentos entre o conceito do jornalismo ambiental, o diálogo dos afetos e as possibilidades tecnológicas que permitem a difusão de informações por meio de experiências como as narrativas multi e transmidiáticas, a realidade virtual e a gamificação. Partimos do pressuposto que esses formatos possibilitam a prática de um jornalismo de imersão, mais participativo, engajado, e que comporta os problemas socioambientais com mais profundidade e empatia. Para apoiar nossas hipóteses, dialogamos com as plataformas desenvolvidas pelas organizações socioambientais Instituto Socioambiental, WWF e Greenpeace, que observamos desde agosto de 2017, na tentativa de entender de forma exploratória o fenômeno.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Ambiental; Afetos; Multimídia, Movimento Socioambiental.

Introdução

As organizações do movimento ambiental, que atuam diretamente com a divulgação das causas e com a prática de um jornalismo ambiental engajado e militante, são pioneiras na apropriação tecnológica e utilização dos espaços da web para difusão das problemáticas (MIGUEL, 2014). Notamos, em nossas investigações anteriores com o Instituto Socioambiental (ISA) e Greenpeace Brasil, que estão extrapolando os convencionais sites e blogs e criando plataformas transmídias, que se desenvolvem em diversos espaços midiáticos ou não (com texto, vídeo, áudio, imagens, campanhas, objetos), com linguagens específicas, formando um conjunto informativo que vai além da multimídia, além de ousarem com a realidade virtual e a gamificação. Concomitante ao instrumental, privilegiam um jornalismo mais imersivo, colocando-se no centro dos acontecimentos e revelando o outro, em um processo empático que dilata a

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 15 a 17 de junho de 2018.

² Jornalista, doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente nos cursos de Jornalismo e no Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

³ Acadêmica do curso de Jornalismo da UFMS, bolsista de Iniciação Científica. E-mail: myle.fraiha@gmail.com

militância, se liberta das amarras do denunciamento e do pragmatismo das técnicas jornalísticas mais convencionais e propicia a construção de experiências mais sensíveis e de narrativas de afetividade (MEDINA, 2008).

Essas reflexões e investigações integram o projeto de pesquisa em andamento, desenvolvido no curso de Jornalismo e Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, “Pensar a Cibercultura Ambientalista”, mais especificamente contempla os resultados obtidos, até então, com a pesquisa de Iniciação Científica “Narrativas Ambientalistas em Plataformas Transmídias”, que está investigando a comunicação em rede produzida pelos movimentos socioambientais para entender de que maneira a apropriação tecnológica está interferindo na divulgação das causas e influenciando na produção jornalística realizada.

Assim, trazemos para o presente trabalho uma discussão conceitual sobre o jornalismo ambiental e a narrativa dos afetos, indicando seus pontos de contato e possibilidades. Na sequência, contextualizamos as ofertas tecnológicas para o jornalismo, elencando os formatos transmídias, longform, realidade virtual e gamificação (SICART, 2008; RENÓ, FLORES, 2012; LONGHI, 2014; RENÓ, 2015) já dialogando com os exemplos que estamos levantando em nossas investigações, a partir das observações das experiências comunicativas produzidas pelas principais ONGs ambientais do Brasil, Greenpeace e Instituto Socioambiental e WWF, desde agosto de 2017, mês de início da pesquisa. Nosso ponto de partida são as campanhas das organizações divulgadas em seus portais institucionais, mas que possuem plataforma própria. Tratamos aqui de descrever o cenário, ou seja, uma proposta exploratória de familiarização com o tema e com os formatos existentes, para reconhecer as diversas faces do fenômeno e também ampliar das nossas hipóteses para trabalhos futuros (GIL, 2010).

Jornalismo, movimento ambiental e afetos que se cruzam

O movimento ambiental percorreu diferentes trajetórias até chegar ao nível de influência e importância que passou a ocupar na pauta de discussão pública. Após a catástrofe deixada pelas Grandes Guerras Mundiais no século XX, aflora-se uma conscientização acerca da capacidade autodestrutiva do ser humano, o que inclui o potencial de destruir o próprio ecossistema. Ademais, as consequências da industrialização suscitaram o debate sobre a paradoxal relação entre progresso e o bem-estar comum. A ideia de suportar os “males necessários” pela busca do progresso

tecnológico e urbano entra em conflito com essa nova consciência de preservação ambiental (BEHRENDTS, 2011). Essa inconformidade se materializa nos movimentos socioambientais.

A primeira discussão intergovernamental ocorreu em 1968 e ficou conhecida como Conferência da Biosfera de Paris. Sob coordenação da Unesco, a conferência reuniu mais de 300 países delegados para discutir o uso de recursos naturais de uma forma sustentável. Após o debate suscitado em 1968, foi vista a necessidade de repensar o desenvolvimento econômico em conformidade com a conservação ambiental. Esta foi a tônica da chamada de Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, realizada em Estocolmo de 5 a 16 de junho de 1972, que resultou na Declaração de Estocolmo Sobre o Meio Ambiente Humano, documento que continha 26 princípios sobre a necessidade de preservação do meio ambiente (COLOMBO, 2010). Países europeus, como Dinamarca, França e Alemanha, começaram a repensar sua política ambiental. Além disso, a década de 1970 foi marcada pelo surgimento e fortalecimento de organizações não-governamentais (ONGs) engajadas na causa ambiental, como o *Greenpeace* (criada em 1971, no Canadá) e a implantação da WWF no Brasil, em 1971.

O fortalecimento do movimento ambiental também lhe conferiu maior visibilidade midiática. Torna-se evidente a necessidade de uma cobertura mais compromissada com a temática. No Brasil, essa preocupação foi amplificada devido à Conferência Mundial da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida como Rio 92, que evidenciou a escassez de profissionais da comunicação especializados no tema ambiental (TRIGUEIRO, 2003). A partir da Rio 92, a discussão acerca dos problemas ambientais se expandiu e alcançou a opinião pública, ao mesmo tempo em que alicerçou um movimento ambiental no Brasil. O Greenpeace chega ao Brasil no pós-Eco 92 e o Instituto Socioambiental surge na mesma esteira, em 1994. O ciclo das grandes conferências ambientais ainda continuou com a Rio+10, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Johannesburgo, África do Sul para reavaliar os compromissos firmados dez anos atrás. E 20 anos depois do auge ambientalista, sem a mesma notoriedade, o evento retornou ao Brasil com a Rio+20, Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (MIGUEL, FLORES, MAZZARINO, 2015). Os eventos são exaustivamente abordados pela mídia e o debate ambiental se amplia e torna as fronteiras dialógicas mais permeáveis. Pautas que antes eram postas em segundo plano,

ou que eram apenas discutidas por veículos alternativos, agora elevam seu grau de importância nas grandes redações jornalísticas brasileiras (TRIGUEIRO, 2003).

Diante desse preâmbulo histórico, cabem certos questionamentos acerca da relação entre o meio ambiente e a cobertura jornalística. Qual é o nível de importância que o jornalismo brasileiro tem despendido à causa ambiental? Qual a função social do jornalista que cobre esses temas? E sobre a abordagem especializada realizada pelo movimento ambiental? Além disso, é necessário discutir conceitualmente o termo “Jornalismo Ambiental”, visto que grande parte dos equívocos nas coberturas jornalísticas provém da compreensão errônea do termo “meio ambiente”.

Pensar o conceito de meio ambiente é um exercício que perpassa pelos estágios de confusão, imprecisão e simplificação. Segundo Trigueiro (2003), a palavra por si só é redundante, uma vez que reúne dois vocábulos latinos que remetem ao espaço que envolve os indivíduos. Contudo, reduzir o termo em uma totalidade muito ampla também não define com clareza o que é o meio ambiente. Como um conjunto de fatores naturais, sociais e culturais em constante interação, tal como coloca Trigueiro, encontramos uma compreensão holística que está distante do conceito utilizado pelo senso comum e pela própria cobertura midiática. A exuberância da fauna e da flora, animais selvagens e santuários ecológicos, são imagens que povoam o imaginário coletivo quando se evoca o termo meio ambiente, ou quando se menciona o movimento ambiental. E justamente nesse contexto que optamos pelo termo socioambiental, ainda que pareça redundante nesta conceituação, torna-se prudente para evidenciar o entroncamento entre homem e natureza.

O fato é que a visão reducionista comprime a amplitude da questão ambiental e empobrece as discussões que englobam o âmbito social, econômico, político e cultural. Tratar da questão ambiental exige uma visão sistêmica acerca das problemáticas, que englobam inúmeros aspectos da realidade, desde a preservação da fauna e da flora, até as questões sociais que envolvem diretamente o fator humano, como a problemática da produção desenfreada de lixo, as condições de habitação (favelização, edifícios doentes, etc.), as condições de produção alimentar (uso de transgênicos e agrotóxicos) e até mesmo a valorização do conhecimento tradicional de pequenas comunidades.

Diante desses fatores complexos que compõem a realidade, o jornalista se depara com desafio de interpretar e traduzir os fenômenos em informação. Bueno (2007, p. 35) classifica o jornalismo ambiental como “o processo de captação, produção, edição e

circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado”. Essencialmente, o jornalismo ambiental tem função basilar de informar, mas diferente das outras editorias especializadas, tem o dever de também desempenhar a função formativa. O desenvolvimento de um *ethos* próprio, defendido por Bueno (2007), traz à tona uma cobertura jornalística preocupada em informar e formar cidadãos comprometidos com as questões ambientais.

O Jornalismo Ambiental é, antes de tudo, jornalismo (que é o substantivo, o núcleo da expressão) e deve ter compromisso com o interesse público, com a democratização do conhecimento, com a ampliação do debate. Não pode ser utilizado como porta-voz de segmentos da sociedade para legitimar poderes e privilégios. (BUENO, 2007, p. 36)

Para pensar numa prática jornalística aprofundada e multidimensional, além de desenvolver a compreensão holística em relação ao meio ambiente, o jornalista deve estar consciente do amplo jogo de interesses no qual está inserido. É necessário o engajamento sócio-político do jornalista, visto que em meio aos tensionamentos que ocorrem entre as instituições governamentais, privadas e científicas, não existe espaço para isenção ou omissão política. O jornalista que amputa sua sensibilidade para a militância ambiental, com o receio da parcialidade jornalística, corre o risco de limitar sua cobertura e torná-la distante da prática cotidiana. Como argumenta Medina (2008, p.109), para criar uma narrativa complexa “é preciso contato e o movimento: o corpo por inteiro abre a sensibilidade para a intuição criadora que, por sua vez, mobiliza a razão complexa para uma intervenção transformadora”.

Esse distanciamento também é propício para o surgimento de práticas reprováveis nas coberturas jornalísticas. Bueno (2007, p.37-38) pontua os principais equívocos cometidos pelos jornalistas que cobrem temas ambientais e os classifica como “síndromes do jornalismo ambiental”. A primeira delas é chamada de “síndrome do zoom ou do olhar vesgo”, que diz respeito aos enquadramentos noticiosos que retiram a perspectiva inter e multidisciplinar das reportagens ambientais, devido à natureza fragmentada da produção jornalística. A “síndrome do muro alto” - refere-se à desvinculação do aspecto técnico dos demais aspectos (econômico, político e sociocultural), com maior valorização do discurso técnico; já a “síndrome da baleia encalhada” - diz respeito à espetacularização

das tragédias ambientais e o isolamento desses casos do seu contexto e dos seus reais fomentadores. Outra síndrome elencada pelo autor é a “*lattelização* das fontes”, ou seja, a supervalorização de fontes que possuem um currículo acadêmico e conhecimento legitimado pelo meio científico, mas que, por vezes, estão movidas por interesses corporativos e pessoais.

O campo jornalístico em sua totalidade não está imune desses erros. Historicamente, o jornalismo herdou características positivistas, que refletem nessa constante busca por uma suposta objetividade e uma verdade absoluta, mas acabam por reduzir a complexidade da realidade a um único ângulo.

Das ordens imediatas nas editorias dos meios de comunicação social às disciplinas acadêmicas do Jornalismo, reproduzem-se em práticas profissionais os dogmas propostos por Auguste Comte: a aposta na objetividade da informação, seu realismo positivo, a afirmação de dados concretos de determinado fenômeno, a precisão da linguagem. Se visitarmos os manuais de imprensa, livros didáticos da ortodoxia comunicacional, lá estarão fixados os cânones dessa filosofia, posteriormente reafirmados pela sociologia funcionalista. (MEDINA, 2008, p. 25).

Também é nítido o desprezo pela inter e transdisciplinaridade, visto que a tendência da práxis jornalística é a fragmentação do conhecimento. Devido ao fenômeno de industrialização e a consequente divisão técnica do trabalho, o jornalismo começou a ser dividido em editorias específicas, como jornalismo econômico, jornalismo político, jornalismo científico e jornalismo cultural. Para Medina (2006), essa fragmentação gerou uma disputa de hierarquia, que se modifica de acordo com a hegemonia da época. Ademais, a autora vê essa fragmentação como um obstáculo para a prática de um jornalismo multidimensional apto para relacionar as multicausalidades dos fatos sociais e se distanciar de definições reducionistas e maniqueístas.

Distante da ambição de decretar verdades absolutas, a proposta dialógica de Cremilda Medina (2008) procura construir uma narrativa jornalística que consiga desvelar as várias facetas e nuances dos fenômenos sociais. Diante da complexidade dos problemas ambientais, a sensibilidade e a densidade das narrativas dos afetos se mostram como a forma mais hábil de retratar tais questões, além de ser a mais eficiente de promover a conscientização da sociedade. Além disso, as narrativas afetivas buscam evidenciar personagens do cotidiano que são silenciadas no jornalismo convencional pelo monopólio da fala dos especialistas e de pessoas proeminentes. Esse pensamento

converge com o ideal de jornalismo ambiental proposto por Bueno (2007), que pretende estabelecer uma aproximação entre o diálogo acadêmico e o saber tradicional.

Como o saber ambiental, o Jornalismo Ambiental não é propriedade dos que detêm o monopólio da fala, mas deve estar, umbilicalmente, sintonizado com o pluralismo e a diversidade. O Jornalismo Ambiental deve potencializar o diálogo entre o catedrático e o pescador, entre o agrônomo e o trabalhador rural, o mateiro e o biólogo e não deve estigmatizar a sabedoria dos pajés. As fontes no jornalismo ambiental devem ser todos nós e sua missão será sempre compatibilizar visões, experiências e conhecimentos que possam contribuir para a relação sadia e duradoura entre o homem (e suas realizações) e o meio ambiente. (BUENO, 2007, p.36).

A constituição desse elo dialógico entre os discursos e a promoção da evidência do outro, são preceitos comuns ao jornalismo ambiental e às narrativas complexas. Ambas procuram extrapolar os limites dessa objetividade positivista. Cabe ao jornalismo o dever de propiciar aos leitores essa partilha discursiva, e mostrar à população que a discussão sobre o meio ambiente não se trata de algo distante e fora da vida cotidiana, mas sim como uma questão que exige do cidadão uma conduta diária e consciente. Em uma dimensão mais ampla, o jornalismo ambiental também deve fomentar a interlocução entre as diversas áreas (política, econômica, social, científico) e seus agentes sociais, para desta forma gerar discursos consistentes que resultem em hábitos conscientes. E quanto ao jornalismo especializado, desenvolvido de forma especializada pelas ONGs socioambientais?

Notamos em nossas investigações que as organizações, em especial o Instituto Socioambiental e o Greenpeace, se aproximam dessa prática engajada e fazem uso na contemporaneidade das alternativas tecnológicas para ampliar a experiência comunicativa. Na sequência, colocamos em debate as possibilidades e apresentamos os exemplos das plataformas desenvolvidas pelas ONGs citadas, além da WWF, numa proposta exploratória e reflexiva sobre a prática do jornalismo ambiental na internet.

Possibilidades tecnológicas na experiência do jornalismo ambiental

Antes mesmo de se pensar em Internet, smartphones, notebooks e nos inúmeros gadgets existentes, na década de 60, Marshall McLuhan já discutia em sua obra *Understanding Media: The Extensions of Man* (2007) a mudança que as novas tecnologias midiáticas estabeleciam na vida cotidiana, pressuposto que pode ser resumido

em sua conhecida expressão “o meio é a mensagem”. As transformações que as tecnologias de informação e comunicação instauram na sociedade vão além da evolução tecnológica, visto que essas mudanças também alteram a subjetividade dos indivíduos, suas percepções, comportamentos e relações sociais. O jornalismo, fruto dessa evolução tecnológica inaugurada no século XV com a prensa gutenberguiana, não passa ileso a essas transformações. As mudanças oriundas dos novos suportes midiáticos são visíveis nas rotinas de produção jornalística, principalmente nas técnicas e estéticas aplicadas no fazer jornalístico.

Para Lima Júnior (2009, p.204) “as tecnologias de comunicação digital representam uma quebra de paradigma no campo da produção e distribuição de conteúdo informativo e de entretenimento, impactando a sociedade de diversas formas e intensidade”. Para compreender o impacto proporcionado pelas tecnologias de informação e comunicação, sejam elas analógicas ou digitais, basta comparar a história da midialogia com a história da humanidade, e deste modo se deparar com as mudanças radicais na sociedade e no cotidiano dos indivíduos. Exemplo disso é quebra da barreira espaço-temporal na transmissão de informação, por meio da invenção do telégrafo elétrico e de códigos com sinais longos e curtos, modificou e acelerou a dinâmica da produção jornalística.

Essas alterações na concepção de espaço e tempo são potencializadas com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICS), em especial a internet, visto que agora é possível transitar e se confundir no espaço imaterial, o denominado ciberespaço, que proporciona a interlocução de inúmeros usuários e alicerça a cibercultura, traduzida aqui como a cultura da contemporaneidade (MIGUEL, 2014). Ademais, é possível notar a construção de um conhecimento comum, por meio das experiências de compartilhamento que fomentam um novo fenômeno, chamado por Pierre Levy (2007) de “inteligência coletiva”, ou seja, “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada e mobilizada em tempo real” (LEVY, 2007, p. 30). A junção dessa perspectiva de temporalidade e espacialidade, a interligação entre os indivíduos e a distribuição e descentralização do conhecimento, são elementos que compõem a complexidade da cibercultura.

Nessa dinâmica mais fluida, o processo comunicacional não coloca o receptor como uma parte meramente passiva, mas age de forma participativa, com o objetivo de

“envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem” (RENÓ, FLORES, 2012, p.16, tradução nossa).

Além de modificar as formas de socialização, as TICs expandem as possibilidades narrativas. As inovações têm se tornado cada vez mais comum, seja em entretenimento ou informação. O jornalismo também tem experimentado as modificações na forma de narrar os fatos. Longhi (2014) classifica como o “*turning point*” do jornalismo digital, período caracterizado pelas diversas experimentações técnicas, como os especiais multimídias, no período de 2000 a 2011, até chegar ao estado da arte da grande reportagem multimídia, iniciado a partir de 2012 em diante. Agora é possível experimentar a multimídia na produção jornalística, com o uso de diferentes artifícios midiáticos, como: vídeos, imagens, áudio e hipertexto. Além da proposta transmídia, que transcende um único espaço comunicativo e se configura como:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p. 138).

Em consonância com essas transformações, as organizações socioambientais, têm se apropriado das TICs e desses novos formatos e gêneros narrativos emergentes na produção de suas informações. Em nossas investigações anteriores com campanhas do Instituto Socioambiental (ISA), observamos a crescente tendência de unir os recursos multi/transmidiáticos à proposta de narrativas complexas e mais sensíveis. Essa sensibilidade é notada em exemplos como a campanha “#MenosPreconceitoMaisÍndio”⁴ que procura combater o preconceito contra os povos indígenas, por meio uma plataforma multimidiática, que reúne textos, recursos audiovisuais, divulgações em diferentes plataformas como o próprio site, blog, *facebook*, além dos hiperlinks com informações adicionais, criando uma leitura não linear, vertical, que leva para mais informações sobre as etnias indígenas em outras mídias. O vídeo principal, de pouco mais de um minuto, é narrado, em língua nativa, pelos índios da etnia Baniwa, que vivem no Alto do Rio Negro (AM), e os coloca como sujeito, em primeiro

⁴ Disponível em: campanhas.socioambiental.org/maisindio. Acesso em: 03abr 2018.

plano, e como ator, rompendo com a lógica dominante e com a invisibilidade dos povos, numa narrativa irônica próxima do ficcional que problematiza o preconceito e questiona o que é ser indígena hoje? (MIGUEL, 2017).

Outro exemplo é a plataforma “O Ribeira Vale!”⁵ que busca documentar o cotidiano da comunidade quilombola Ivaporunduva, no Vale do Ribeira, litoral sul do estado de São Paulo. São usados diferentes formatos, linguagens e intenções, compondo uma história de caracterização transmídia (MIGUEL, 2017: textos, infográficos (que contextualizam 14 diferentes temáticas como ‘florestas’, ‘diversidade agrícola’, ‘turismo’, ‘culinária’, ‘danças’), hiperlinks e a websérie “Ribeira Essencial” em quatro episódios, sobre as visitas de estudantes para conhecer o local e suas tradições. Também extrapola o contexto informativo, e entra na seara da militância propriamente, ao disponibilizar para o internauta uma petição pública que exige das autoridades competentes o reconhecimento das terras quilombolas não homologadas.

No mesmo contexto da websérie, que trata uma temática de forma audiovisual seriada e integrada com outras mídias, também analisamos a produção de “Sol de Norte a Sul”⁶ do Greenpeace que, além de multimidiática, se autodenomina como um webdocumentário, que narra os benefícios sociais, econômicos e ambientais da energia solar, por meio de depoimentos de personagens, além de fontes especialistas e oficiais. Ademais, o webdocumentário permite uma visualização mais fluída da narrativa, visto que os vídeos, apesar de estarem interligados, podem ser vistos em uma ordem não-cronológica. A definição exata de webdocumentário ainda é permeada de debates, no entanto, a primeira vez que o termo foi utilizado aconteceu durante o “Les Cinémas de Demain”, que ocorreu paralelamente ao “Festival du Cinéma du Réel”, no Centro Pompidou, em Paris (França), em março de 2002 (RENÓ, 2015). Os idealizadores do evento definiram como “um documentário que trabalha com ferramentas multimídia, textos, imagens, vídeos, uma maneira de colocar as novas tecnologias a serviço do conhecimento e de um ponto de vista”. Essa definição é consonante com o conceito dado por Renó (2015, p. 193), que entende que o documentário transmídia “resgata essa essência original do registro documental, proporcionando ao usuário uma navegação (analógica ou digital) por múltiplos espaços e linguagens comunicacionais que ampliam o processo cognitivo”, justamente o que ocorre na plataforma do Greenpeace.

⁵ Disponível em: www.ribeiravale.org.br. Acesso em: 03 set. 2017.

⁶ Disponível em: www.soldenorteesul.org.br. Acesso em: 03abr 2018.

Outro tipo de experiência que o ciberespaço propicia, são as narrativas de Realidade Virtual (VR), com o uso de recursos 360°. De acordo com Kirner e Siscouto (2007, p.4), “a realidade virtual surge então como uma nova geração de interface, na medida em que, usando representações tridimensionais mais próximas da realidade do usuário, permite romper a barreira da tela, além de possibilitar interações mais naturais”. Essa potencialidade narrativa tem sido explorada por alguns veículos jornalísticos tradicionais, com destaque para os vídeos 360° produzido pelo The New York Times. Já no que diz respeito a produção midiática das ONGs socioambientais, vale destacar o produto audiovisual “Fogo na Floresta”, do Instituto Socioambiental, que trouxe uma narrativa com cenas 360° que buscam demonstrar o cotidiano da comunidade indígena localizada no Parque Indígena do Xingu. É possível, a partir de um aplicativo e dos óculos apropriados, acessar a aldeia e percorrê-la em uma experiência imersiva, que amplia a sensação de presentificação, para conhecer as condições do local e as ameaças da devastação ambiental.

Outra aposta notada em nossas análises, especialmente pelo Greenpeace, é *gamificação* dos conteúdos. O *newsgame*, como também é classificado por Scart (2008), procura explorar a interatividade e a sensorialidade do usuário. Além disso, segundo Sicart (2008), é um videogame criado para oferecer, a partir de uma realidade, informações e envolvimento por meio do entretenimento para, dessa forma, fomentar a discussão sobre alguma temática. Por meio do lúdico, do divertido e da exploração do real, é construída uma ponte dialógica entre os participantes desse processo comunicativo. A campanha “Chega de Madeira Ilegal”⁷ do Greenpeace, por exemplo, convida o leitor em sua página inicial a participar de uma investigação coletiva sobre a extração ilegal de madeira na Floresta Amazônica, como forma de estimular o controle coletivo. Por meio de uma plataforma que explora os recursos de geolocalização, o usuário pode investigar, da própria casa, possíveis fraudes e indícios de extração ilegal de madeira, e depois alertar os órgãos competentes e exigir a conservação das florestas do país, com isso vai pontuando, avançando na disputa, e aprendendo sobre as condições ambientais com as informações disponíveis na plataforma. Nessa mesma seara, está a WWF que nas nossas análises é a que menos explora os recursos tecnológicos, mas disponibilizou em seu portal o aplicativo “Safari Central”⁸, desenvolvido pela startup queniana *Internet of Elephants*,

⁷ Disponível em: www.chegademadeirailegal.org.br. Acesso em: 27 abr.2018

⁸ Disponível em: www.safaricentralgame.com. Acesso em: 27 abr.2018

em parceria com o Instituto Pró- Carnívoros e organizações socioambientais de outros países. A tecnologia de realidade aumentada é usada nesta plataforma, e se confunde com a realidade virtual, mas no caso desse jogo não há a experiência de ser transportado para um novo ambiente: os elementos virtuais se expandem para o mundo físico. Com a intenção de ser o “*Pokemón Go* da natureza”, o aplicativo dá a oportunidade aos jogadores de detectar as versões virtuais dos animais, e estimular a busca por informações sobre o comportamento das espécies, para criar vantagens táticas no game. É notada uma customização de acordo com a localização do usuário, visto que a diversidade dos animais se altera de acordo com o bioma do local de acesso.

Por fim, há um formato que amplifica a experiência multimidiática e o jornalismo complexo que é a *longform*, ainda não identificada com toda a sua amplitude no jornalismo praticado pelas organizações em questão, mas que vale contextualizar. O gênero foi marcado pelo surgimento do HTML 5 e consagrado no exemplo *Snow Fall*, produzida pelo The New York Times, em dezembro de 2012. Longhi (2014) coloca algumas características que definem esse tipo de narrativa, por exemplo, a leitura vertical; a densidade da apuração jornalística; a extensa produção textual, caracterizada por matérias com mais de 4 mil palavras e grandes reportagens entre 10 e 20 mil palavras; sua capacidade de divisão em capítulos ou temáticas; a não-obrigação de manter uma linearidade na narrativa, ao possibilitar a navegação do leitor na plataforma; e o investimento nos conteúdos de imersão, por meio de imagens, vídeos, sons, infográficos e outros recursos multimidiáticos. A narrativa *longform* é um exemplo dessa modificação e experimentação na produção jornalística convencional, além de evidenciar o paradoxo nos modos de produção jornalística no meio digital, visto que a tradição de conservar o modelo fragmentado e enxuto de notícias, diverge da proposta de complexidade e aprofundamento temático das *longforms*. Além disso, se mostra como herdeira da grande reportagem impressa, uma vez que conserva as características de pesquisa e apuração exaustiva, a busca pela pluralidade de fontes e a contextualização temática, além de despender uma preocupação com a qualidade estética nos quesitos visuais e textuais da reportagem.

Considerações possíveis

Nas nossas investigações em andamento, notamos o investimento das organizações socioambientais na produção de informações de forma mais experimental, se apropriando das tecnologias para relatar as problemáticas e, ao mesmo tempo, envolver o leitor na história, numa perspectiva militante, renunciando um tipo de jornalismo que além de especializado, vai ao encontro da proposta mais dialógica e interessada no outro. Os exemplos do Instituto Socioambiental nas narrativas “Fogo na Floresta” e “Ribeira Vale” justamente dão foco e protagonismo às comunidades, no caso indígenas e quilombolas. O Greenpeace no webdocumentário “Sol de Norte a Sul” também relata histórias de pessoas beneficiadas pela energia solar, sem, contudo, negligenciar o documental e o informativo ao trazer dados, números e pesquisas sobre o uso das fontes alternativas. Mais tímida na sua produção está a WWF. A única iniciativa que identificamos em nossos levantamentos foi o aplicativo “Safari Central”, disponibilizado por um parceiro, na linha de um *newsgame* que une informação, entretenimento e realidade aumentada sobre animais e seus biomas.

É fato que as organizações socioambientais não limitam suas campanhas ao ciberespaço ou às plataformas produzidas. Conjugadas com a proposta transmidiática, suas divulgações são expandidas para petições públicas, manifestos, campanhas na mídia convencional, *games* e até material promocional.

Vemos com isso que as TICs proporcionam experiências sensoriais, imersivas e interativas, que podem contribuir com a sensibilização do público e promoção de uma maior conscientização devido à presentificação gerada no receptor em contato com essas realidades. Essa união entre as inovações tecnológicas e a sensibilidade narrativa tem se mostrado como uma interessante hipótese para o jornalismo, especialmente para as pautas ambientais, que precisam de produtos midiáticos que consigam abarcar a complexidade dos problemas ambientais. Mas ressaltamos aqui que poderiam ampliar a discussão e se aprofundar mais nos temas, na prática de um jornalismo interpretativo e nos preceitos da reportagem se explorassem, por exemplo, as estratégias da *longform*. Nossa preocupação é a técnica suplantando o conteúdo e acabar por incorrer nos mesmos deslizes do jornalismo convencional: superficial e pautado numa visão reducionista de meio ambiente.

Nossas pesquisas devem avançar para tirarmos conclusões mais sólidas a respeito das abordagens jornalísticas propriamente. Por enquanto, temos um cenário previamente traçado e iremos desvelá-lo com rigor nos próximos trabalhos.

Referências

BEHRENDTS, Laura Romeu. **O movimento ambientalista como fonte material do Direito Ambiental**. 1. ed. Porto Alegre: Editora Pucrs, 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. Paraná: Editora UFPR, Desenvolvimento e Meio Ambiente, nº 15, p.33-44, janeiro/junho, 2007.

COLOMBO, Macri Elaine. **Jornalismo Ambiental: a sua história e conceito no contexto social**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2010, Caxias do Sul-RS. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2674-1.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Suzana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KIRNER, Claudio; SISCOUTO, Robson. **Realidade Virtual e Aumentada: Conceitos, projetos e aplicações**. Livro do Pré-Simpósio; IX Symposium on Virtual and Augmented, 2007.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Tecnologias emergentes desafiam o jornalismo a encontrar novos formatos de conteúdo**. Comunicação & Sociedade, v. 30, p. 201-225, 2009.

LONGHI, Raquel. **O turning point da grande reportagem multimídia**. In: Revista Famecos. Porto Alegre, v. 21, n. 3, setembro-dezembro 2014. p. 897-917. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660/12569>. Acesso em: 26 de abr. 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo - Da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.

MEDINA, Cremilda. **O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos**. São Paulo: Paulus, 2006.

MIGUEL, Katarini. **Pensar a cibercultura ambientalista: comunicação, mobilização e as estratégias discursivas do Greenpeace Brasil**. 2014, Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo.

MIGUEL, Katarini. **Narrativas socioambientais, afeto e experimentação em plataformas transmídias**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2017, Curitiba-PR. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2978-1.pdf>. Acesso em: 03 mai.2018.

MIGUEL, Katarini; FLORES, Vinicius, MAZZARINO, Jane. Jornalismo especializado, conferências ambientais e processos de agendamento: a Rio+20 na Folha de S.Paulo e no O Estado de S.Paulo. In: SANTOS, Marli; BUENO, Wilson. **Jornalismo especializado no Brasil: teoria, prática e ensino**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2015. p.191-222.

RENÓ, Denis y FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia**. Madrid: Fragua editorial, 2012.

RENÓ, Denis. **O documentário transmídia: como produzir**. In: Revista Âncora, ano 2, vol.2 n.2, jul./dez. 2015, João Pessoa. p. 191 a 211. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/26007/0>. Acesso em: 26 abr. 2018.

SICART, Miguel. **Newsgames: Theory and Design, In Entertainment Computing – ICEC 2008, Nov/2009**.

TRIGUEIRO, André. Mídia. In: TRIGUEIRO, André (org). **Meio ambiente no século XXI: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p.75-89.