

Jornalismo online ambiental em Mato Grosso: uma análise de notícias sobre desmatamento¹

Ana Carolina de Araújo SILVA²
Eduardo Fernando Uliana BARBOZA³
Miriam Soares de ARAUJO⁴
Adriana Porto SANTOS⁵
Jeferson Boldrini da SILVA⁶

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT
Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

Este artigo traz os resultados parciais de uma pesquisa que mapeou a notícia sobre meio ambiente em quatro dos principais sites jornalísticos do estado de Mato Grosso. O objetivo principal da pesquisa é entender como a questão ambiental está presente no jornalismo online de Mato Grosso e, mais especificamente neste artigo, analisar como o tema desmatamento aparece nas notícias mapeadas. Para tanto, primeiro foi realizada uma pesquisa quantitativa nos sites, seguida de uma análise qualitativa utilizando técnicas da análise de conteúdo. Os estudos apontaram que as matérias tendem a apresentar o tema desmatamento sob uma mesma perspectiva, sem a ampliação da discussão junto à população, privilegiando fontes oficiais e especialistas sobre os temas discutidos.

Palavras-chave: jornalismo ambiental; jornalismo online; Mato Grosso; desmatamento.

1. Introdução

Este artigo apresenta alguns dos resultados preliminares do projeto de pesquisa “Jornalismo ambiental e as novas tecnologias da informação e comunicação no Estado de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alto Araguaia e doutoranda em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), email: anacarolaraujosilva@gmail.com

³ Docente do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alto Araguaia e mestrando em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), email: eduardofermandouliana@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alto Araguaia, email: araujomih@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alto Araguaia, email: adripsantos9@gmail.com

⁶ Graduado em Ciências Biológicas pela Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alta Floresta e estudante de graduação do 6º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UNEMAT, Campus de Alto Araguaia, email: boldrinijs@unemat.br

Mato Grosso”, desenvolvido por docentes e alunos pesquisadores do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Alto Araguaia. A primeira fase da pesquisa consistiu no estudo da literatura pertinente sobre Jornalismo Ambiental e Jornalismo Online. Na fase posterior, o objetivo foi mapear a notícia ambiental online em quatro dos principais sites de notícias de Mato Grosso: Olhar Direto, Folha do Estado, Diário de Cuiabá e Gazeta Digital. Em quatro meses de pesquisa, foi realizado levantamento quantitativo das notícias sobre meio ambiente divulgadas pelos meios de comunicação elencados. Depois, por meio das técnicas da análise de conteúdo, os dados coletados foram categorizados e analisados. Este artigo traz, então, os primeiros resultados desta pesquisa, com enfoque especial para a análise das notícias que trataram sobre o tema desmatamento.

No entanto, antes da apresentação dos resultados da pesquisa, é preciso entender em quais conceitos ela foi baseada. Assim, os dois tópicos a seguir tratarão sobre os dois temas norteadores deste trabalho: o Jornalismo Ambiental e o Jornalismo Online.

2. Jornalismo Ambiental

Desde a ECO 92, que atraiu as atenções do mundo para o Rio de Janeiro e para uma discussão entre os principais líderes do planeta sobre meio ambiente, a questão ambiental é pauta recorrente no Brasil. Duas décadas depois, a Rio+20 trouxe de volta as discussões mundiais sobre meio ambiente para solo brasileiro. No entanto, ainda são poucos os estudos que têm como foco o caráter da informação sobre meio ambiente que chega à população, que seria, em tese, a principal transformadora do cenário ambiental no mundo.

A pesquisa propõe, então, o estudo de como a notícia sobre meio ambiente é veiculada no estado de Mato Grosso, com recorte para o jornalismo online produzido pelos principais sites e portais jornalísticos do estado na Internet. Este artigo, que apresenta o mapeamento e análise das notícias com enfoque especial no tema desmatamento, assim como o restante dos dados coletados, servirá de base para a próxima fase do projeto de pesquisa, que vai propor uma nova narrativa jornalística ambiental, voltada para as novas tecnologias da informação e comunicação (TICs).

A escolha pelo recorte do jornalismo ambiental nas TICs é proposital. O jornalismo ambiental tem como um dos seus objetivos o incentivo à mudança de comportamento da população com vistas à preservação do meio ambiente. As narrativas jornalísticas

tradicionais acabam sendo limitadas no cumprimento desse objetivo, em especial quando o foco é o público jovem. Já o jornalismo produzido com as novas tecnologias da informação e comunicação pode ser uma maneira de incentivar o interlocutor da informação ambiental à conscientização para a preservação da vida no planeta.

A aplicação da pesquisa é pertinente a Mato Grosso, estado brasileiro que vive o dilema entre preservação ambiental e desenvolvimento agropecuário. Ao mesmo tempo em que é um dos maiores produtores nacionais de soja, milho, arroz, algodão, cana-de-açúcar e carne bovina, o estado possui 19 unidades de conservação federais, 42 estaduais e 44 municipais, além de 75 territórios indígenas.⁷ O território total de 903.131,326 km² possui três diferentes biomas: Amazônia, que corresponde a 53,53% da área do estado; Cerrado, com 39,71% de território e o Pantanal, que ocupa 6,77% de Mato Grosso⁸.

Este artigo pretende entender como esse dilema entre meio ambiente e desenvolvimento agropecuário é noticiado pelos meios de comunicação online do estado, especialmente quando o tema tratado é o desmatamento. Para tanto, é importante entender o conceito de jornalismo ambiental.

Wilson Bueno (2008) faz uma importante e esclarecedora diferenciação entre comunicação ambiental e jornalismo ambiental.

Vamos assumir a Comunicação Ambiental como todo o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental, enquanto o Jornalismo ambiental, ainda que uma instância importante da Comunicação Ambiental, tem uma restrição importante: diz respeito exclusivamente às manifestações jornalísticas. (BUENO, 2008, p. 105)

Bueno (2008) também apresenta sua conceituação de Jornalismo ambiental.

Podemos conceituar 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. (BUENO, 2008, p. 109)

André Trigueiro (2008) faz um panorama da cobertura sobre meio ambiente na imprensa brasileira e chega à seguinte conclusão:

⁷ INDICADORES de Desenvolvimento Sustentável. Secretaria de Estado de Meio Ambiente. Disponível em: <http://www.sema.mt.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2435&Itemid=778>. Acesso em 27 mar. 2014.

⁸ MAPA de Biomas e Vegetação. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/21052004biomashtml.shtm>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

Na Era da Informação, na Idade Mídia, em que os profissionais da comunicação pertencem ao que se convencionou chamar de Quarto Poder, meio ambiente ainda é uma questão periférica, porque não alcançou esse sentido mais amplo, que extrapola a fauna e a flora (TRIGUEIRO, 2008, p. 77).

Trigueiro apresenta uma definição de meio ambiente que envolve esse sentido mais amplo, conceito este apresentado pelo *Dicionário brasileiro de ciências ambientais*. “Meio ambiente é um conjunto de fatores naturais, sociais e culturais que envolvem um indivíduo e com os quais ele interage, influenciando e sendo influenciado por eles” (LIMA E SILVA, P. P., 1999, apud TRIGUEIRO, 2008, p. 77).

Frome (2008) lembra que o jornalismo ambiental é diferente do que ele chama que jornalismo tradicional. Segundo o autor, o jornalismo ambiental

[...] É jogado segundo regras baseadas em uma consciência diferente daquela predominante na sociedade. Ele é mais do que uma forma de fazer reportagens e escrever, mas uma forma de viver, de olhar para o mundo e para si próprio. Ele começa com um conceito de serviço social, dá voz à luta e às demandas e se expressa com honestidade, credibilidade e finalidade (FROME, 2008, p. 60).

Esse engajamento, “essa forma de viver” diferenciada, também é apontado em Bueno, Trigueiro e Dornelles. Beatriz Dornelles, em especial, publicou um artigo que trata essencialmente sobre uma proposta de jornalismo ambiental pautado no fim da objetividade e da neutralidade. Ela assim justifica sua proposta:

Estou convencida de que precisamos adotar um novo estilo de jornalismo, especialmente para o acompanhamento das questões ambientais no âmbito da sociedade. Primeiro, porque precisamos pensar não só em manter a população informada sobre os acontecimentos, especialmente sobre a ação dos homens na natureza e seus efeitos, mas porque também precisamos educá-la para que, vivendo em democracia, possa se organizar e se mobilizar para exigir ações que levem em consideração o futuro de nossos filhos e netos e de toda nossa geração (DORNELLES, 2008, p. 121).

O objetivo desse novo estilo de jornalismo, segundo Dornelles, é justamente envolver a população no debate sobre as questões ambientais.

O que queremos dizer é que a pauta ambiental precisa fundamentalmente desempenhar uma função pedagógica, sistematizando conceitos, disseminando informações, conhecimentos e vivências, ou seja, dando condições para que o cidadão comum participe do debate. (DORNELLES, 2008, p. 122)

E como engajar a população e, em especial, os jovens nessa conscientização sobre meio ambiente? Com o avanço e consolidação das novas tecnologias como plataformas de novas fontes de informação, o questionamento geral no campo da Comunicação tem sido sobre as novas formas de se fazer jornalismo neste contexto. E o ponto de partida para o desenvolvimento desta nova narrativa jornalística é o jornalismo online, sobre o qual trata o próximo tópico.

3. Jornalismo Online

Antes do início do mapeamento da notícia sobre meio ambiente nos sites de Mato Grosso, os pesquisadores procuraram entender quais características do jornalismo online seriam determinantes para que o jornalismo ambiental estivesse presente de forma diferenciada nos sites. Depois de entender os principais conceitos e características do jornalismo online, as categorias de análise foram estabelecidas e as notícias coletadas.

É preciso salientar que as primeiras iniciativas jornalísticas no ambiente online começaram com a popularização da *Web*, que organizou os sites da Internet, oferecendo aos usuários um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas. Partindo da concepção de Deuze (2003), podemos dizer que o jornalismo online é um mix das mídias tradicionais, com as vantagens visuais da televisão, a mobilidade do rádio, a capacidade de detalhamento e análise do jornal impresso e da revista, resultando em um meio multimídia. “A multimídia pode oferecer texturas múltiplas para o jornalismo. Por exemplo, você pode ouvir o depoimento da testemunha ocular enquanto lê o relatório do jornalista” (WARD, 2006, p. 23).

Logo, a Internet, enquanto ambiente comunicacional, proporcionou aos veículos de comunicação digitais características como instantaneidade, interatividade e a não-linearidade. Segundo Pinho (2003), diferente das mídias tradicionais, a velocidade de disseminação da Internet transforma o jornalismo online em uma superestrada da informação – imediata e instantânea.

Contudo, as diferenças entre os meios tradicionais de comunicação e o online não se resumem à forma como o conteúdo jornalístico é disseminado. O trabalho de pesquisa, produção e publicação online também é diferente. “Um dos benefícios do meio online como ferramenta de pesquisa é a capacidade de fazer o que se fazia anteriormente, de forma mais ampla e rápida” (WARD, 2006, p. 19). Pela *Web*, o jornalista tem acesso a um grande

volume de dados e fontes variadas. Além disso, os jornalistas podem interagir com os internautas, receber informações complementares e obter o *feedback* do seu trabalho. Na opinião de Ward (2006), o material jornalístico, quando é publicado online, abre novas possibilidades de disseminação da informação, além de estabelecer um relacionamento mais dinâmico e próximo com o leitor.

Isso porque na *Web*, os sites jornalísticos podem oferecer ao internauta acesso a diferentes tipos de conteúdo que podem ser estáticos, apenas com textos e fotos ou em movimento, com vídeos, mapas e gráficos animados. Tudo por meio de hiperlinks e navegação não-linear, não precisando necessariamente seguir uma seqüência obrigatória de leitura das notícias postadas no site, diferente da televisão, do rádio ou do jornal impresso que produzem conteúdo de forma linear. Nesse caso, o acesso à informação precisa seguir uma seqüência obrigatória, diferente da proposta apresentada no jornalismo online onde

o padrão de consumo é controlado pelo público, não pelo provedor. E é um consumo não-linear. Isso sugere necessidade de repensar o processo da narrativa tradicional; analisar um texto e reconstruí-lo para um público online e seus padrões de consumo não-linear. (WARD, 2006, p. 24)

Além de oferecer liberdade para acessar e consumir o conteúdo online na ordem que desejar, a não-linearidade é um elemento importante da interatividade, permitindo que o usuário escolha o que deseja visualizar, ignore o resto e interaja com o produto selecionado. Contudo, a interatividade “desafia toda a premissa do jornalista como guardião e provedor da informação. Promove também toda espécie de discussão sobre a exatidão, veracidade e perspectiva daquela informação e reportagem” (WARD, 2006, p. 25).

A questão da interatividade é determinante para uma classificação do jornalismo online. Cabrera González (2000) estabelece quatro modelos de jornalismo realizado na Internet:

- Modelo fac-símile: se distingue dos demais pela simples reprodução do jornal impresso, que é digitalizado e convertido para o formato PDF. “É um modelo estático e inútil para o leitor que de alguma forma utilize as possibilidades de interatividade oferecidas pelo novo meio” (CABRERA GONZÁLEZ, p.1, 2000, tradução nossa).⁹

⁹ Sin duda, se trata de un modelo estático y de poca utilidad de cara al lector que en manera alguna, aprovecha las posibilidades de interactividad que ofrece el nuevo medio. [texto original]

- Modelo adaptado: algumas características do meio online, como o uso de hipertexto e links, são utilizadas de forma simples. A principal diferença entre este modelo e o anterior é que a aparência da informação online, diferente do jornal impresso. No entanto, segundo Cabrera González (2000), as suas características definidoras são o abuso excessivo de texto e a simplicidade de design.
- Modelo digital: a autora explica que é o modelo mais utilizado atualmente e é projetado especialmente para os meios digitais e tenta explorar ao máximo as qualidades do meio online. Não tem qualquer similaridade de aparência com o jornal impresso. “Jornais que se encaixam nesse modelo são mais interativos, visuais e oferecem serviços e conteúdos diferentes do jornal impresso. Assim, a edição online do jornal, na verdade, torna-se um complemento da versão impressa” (CABRERA GONZÁLEZ, p.1, 2000, tradução nossa).¹⁰
- Modelo multimídia: se difere do impresso tanto no design quanto no conteúdo. Espera-se que esse modelo aumente as possibilidades de escolha de conteúdo pelo usuário ou receptor da informação. “Sua principal característica é o uso máximo das possibilidades de interatividade e multimedialidade do novo meio, mediante as quais se pode oferecer informações em diferentes formatos (áudio, imagens estáticas ou em movimento e texto)” (CABRERA GONZÁLEZ, p.1, 2000, tradução nossa).¹¹

Canavilhas (2006), em seus estudos, também cita a classificação apresentada por Cabrera González, mas esclarece que tal divisão faz sentido quando o enfoque são veículos na Internet que surgiram a partir de empresas que possuíam jornais impressos como produto. Por isso, o autor propõe uma classificação mais simples, porém, mais abrangente, ampliando a sistematização para outros meios, como rádio e TV. Canavilhas (2006) também propõe, intrinsecamente, definições de jornalismo online e webjornalismo/ciberjornalismo.

No primeiro caso [*jornalismo online*], as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem. No caso dos jornais, as versões online acrescentam a actualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias. No caso das rádios, a emissão está disponível online, são acrescentadas algumas notícias escritas e disponibilizam-se a programação e os contactos. As televisões têm também informação escrita, à qual são acrescentadas notícias em vídeo, a programação do

¹⁰ Los periódicos que se ajustan a este modelo son más interactivos, visuales, y ofrecen servicios y contenidos diferentes a los del periódico en papel. De esta forma, la edición en línea del periódico se convierte realmente en un complemento de la versión impresa. [texto original]

¹¹ Su principal característica es el máximo aprovechamiento de las posibilidades de interactividad y multimedialidad del nuevo medio, mediante las cuales, se puede ofrecer la información en distintos formatos (sonido, imagen fija o en movimiento, y texto). [texto original]

canal e os contactos. Como se pode verificar, trata-se de uma simples transposição do modelo existente no seu ambiente tradicional para um novo suporte. Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura (CANAVILHAS, 2006, p. 2).

Logo, o que Cabrera González chama de modelo multimídia do jornalismo online, Canavilhas define como webjornalismo ou ciberjornalismo.

As várias definições de jornalismo online elencadas evidenciam características marcantes deste tipo de jornalismo. Deuze (2003), em consonância com Cabrera González, Canavilhas e Ward, apresenta como fundamentais três características do jornalismo online: a hipertextualidade, a interatividade e a multimídia/convergência, discutidas nos modelos de jornalismo online no início deste tópico. No entanto, Palácios (2002) acrescenta a essas três características, mais três: a customização do conteúdo/personalização, que consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses; a memória, que é a capacidade de armazenamento de informações de forma mais viável e técnica e economicamente na Web do que em outras mídias; e a instantaneidade/atualização contínua, possibilitada pela “rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de actualização do material nos jornais da Web” (PALÁCIOS, 2002, p. 4).

Na atual conjuntura de produção e consumo de informações, acreditamos que o jornalismo online multimídia possui características essenciais para despertar o interesse desse usuário multiconectado, como apontam Ward (2006), Canavilhas (2006), Cabrera González (2000), Deuze (2003) e Palácios (2002). Entre elas, destacamos a necessidade de adotar um processo de construção do texto para o público online levando em consideração padrões de consumo não-linear, ou seja, deixando que o usuário escolha a forma e a ordem como ele deseja acessar e consumir a informação. Além disso, incorporar à prática jornalística diferenciais como interatividade, multimídia, hipertextualidade e customização de conteúdo. Estas foram algumas das características observadas quando da análise do material coletado para esta pesquisa.

4. Metodologia

Para verificar de que maneira é realizada a cobertura jornalística sobre meio ambiente por sites e portais noticiosos do estado de Mato Grosso, a metodologia incluiu três momentos. O primeiro consistiu na captação diária das matérias sobre meio ambiente em quatro dos mais importantes e acessados sites de notícia de Mato Grosso: Olhar Direto (<http://www.olhardireto.com.br>), Folha do Estado (<http://www.folhadoestado.com.br>), Diário de Cuiabá (<http://www.diariodecuiaba.com.br>) e Gazeta Digital (<http://www.gazetadigital.com.br>). A fase de coleta das informações levou quatro meses, de setembro a dezembro de 2014. Ao longo deste período, foram mapeadas 126 notícias sobre meio ambiente. Depois, foi realizada a tabulação dos dados coletados e a terceira etapa consistiu na análise destes dados. As duas últimas fases contaram com as técnicas e etapas da análise de conteúdo.

As notícias foram tabuladas em nove categorias de análise. São elas:

- Presença de chamada da notícia na capa (página inicial) dos sites: como manchete ou como chamada secundária;
- Dias da semana em que foram publicadas;
- Ferramentas multimídia características do jornalismo online utilizadas na matéria: texto, foto, vídeo, áudio, links/hiperlinks, newsgames, infográficos, slideshows;
- Ferramentas de interatividade para participação do leitor: botões de compartilhamento em redes sociais, possibilidade de escrever comentários;
- Âmbito da matéria: local, regional, nacional ou internacional;
- Editoria em que a matéria foi publicada;
- Bioma a que está relacionada: Pantanal, Amazônia, Cerrado, Mata Atlântica ou Caatinga;
- Fontes utilizadas em cada notícia: número de fontes e tipo de fontes ouvidas (oficial, especialista ou cidadãos comuns);
- Temas mais comuns abordados nas notícias.

Através destas nove categorias foi possível construir um diagnóstico preliminar da maneira como a cobertura sobre meio ambiente é realizada pelos sites jornalísticos pesquisados em Mato Grosso, traçando um perfil da importância dada por estes veículos a este tema e quais as características das matérias veiculadas. Neste artigo, será detalhada a análise das notícias que trataram especificamente sobre o tema desmatamento, que foi o assunto mais mencionado pelos sites no período de coleta de dados.

5. Análise

Nos quatro meses de coleta de material, foram publicadas 126 matérias com temática ambiental nos sites pesquisados, sendo 66 na Gazeta Digital, 33 no Olhar Direto, 17 no Diário de Cuiabá e 10 na Folha do Estado. Deste total, o tema que apareceu em um maior número de notícias foi o desmatamento, com 19 matérias. Como Mato Grosso possui parte de seu território na Amazônia Legal, a incidência de notícias sobre o tema foi maior nos períodos em que houve divulgação de relatórios de monitoramento sobre o desmatamento naquela região do país. Das 19 matérias sobre desmatamento, 8 foram publicadas no site Olhar Direto, 6 no Diário de Cuiabá, 3 na Gazeta Digital e 2 no site da Folha do Estado.

É importante salientar que não foi simples para que o internauta tivesse acesso às notícias sobre meio ambiente nos sites mato-grossenses. Do total de 126 matérias mapeadas, apenas quatro apareceram como manchete na página inicial dos sites. Mas nenhuma dessas quatro notícias tratavam especificamente sobre desmatamento. Todas as notícias sobre o tema foram publicadas em páginas internas dos sites, sem qualquer menção na página principal.

Nota-se que apesar de haver publicações de matérias sobre meio ambiente, a importância dada a elas pelos veículos ainda é pequena. Logo, a visibilidade destas também é ínfima. É comum o destaque a matérias de política, economia, esportes, entre outras, mas, apesar das questões sobre meio ambiente terem ganhado maior espaço recentemente, a cobertura ambiental ainda permanece pequena. Moraes (2008) afirma que temas ambientais cotidianos continuam tendo pouco valor nos jornais locais e regionais. Esta verificação ratifica o que Wilson Bueno (2008) define como a “síndrome da baleia encalhada”, na qual o jornalismo ambiental ganha destaque ou entra na pauta de discussões da mídia de maneira isolada, em casos de tragédias como incêndios, terremotos, furacões. Essa prática acaba contribuindo para o distanciamento da temática ambiental com o público, que não vê relação dos acontecimentos espetaculares com a sua realidade e localidade.

Em relação aos dias da semana em que as notícias foram publicadas, não houve um dia em específico em que o tema foi mais trabalhado. As pautas dependeram, conforme observado no mapeamento, da divulgação de relatórios de monitoramento do desmatamento

ou releases de assessorias. Logo, os dias da semana não se apresentaram como fator determinante para a publicação de notícias sobre este tema.

Quando analisadas as ferramentas utilizadas em cada site, verificamos um dado alarmante: não há a utilização de vídeos, arquivos de áudio, newsgames (jogos noticiosos), infográficos ou slideshows (como uma galeria com várias imagens). Todas as matérias utilizam texto, e somente algumas eram acompanhadas de uma foto ou poucos hiperlinks. Quando utilizadas, as fotos eram meramente ilustrativas ou de arquivo, acrescentando pouca ou nenhuma informação à notícia. Os sites Olhar Direto, Folha do Estado e Gazeta Digital possuem recurso que apresenta, no fim da página em que está a notícia, links para notícias relacionadas ao mesmo tema e que já foram publicadas no veículo.

Observa-se que apesar destas notícias estarem na Internet, não foram planejadas ou adaptadas para o meio, não explorando as potencialidades do jornalismo online já descritas neste artigo. Os textos parecem simples transposições do impresso e os recursos multimidiáticos são majoritariamente ignorados. A navegação é linear e o design simples, o que indica que o jornalismo online nos sites mato-grossenses analisados ainda se encontram no Modelo Adaptado, apontado por Cabrera González (2000). Nas notícias que tratam sobre o desmatamento, a utilização de infografia seria especialmente importante para que o internauta pudesse visualizar o avanço da derrubada de florestas. Mas em nenhum caso o recurso foi utilizado. Nem mesmo a comparação entre fotos de satélite apareceu nas matérias mapeadas. Tal comparação também traria maior entendimento sobre o avanço do desmatamento.

Com relação à categoria que diz respeito à possibilidade de participação do internauta na notícia, a pesquisa apontou que três sites possuem a opção de compartilhamento da notícia em redes sociais online. O Olhar Direto permite compartilhar no Facebook e no Twitter. Apesar de possuir botão para compartilhamento no Instagram, as matérias do Olhar Direto não apresentavam fotos, logo, não há funcionalidade para o compartilhamento. A Folha do Estado e a Gazeta Digital permitem compartilhar as matérias no Facebook, no Twitter e no Google+. Além dessas redes, a Folha do Estado permite o compartilhamento para mais 20 redes sociais, porém as contas do jornal nestas redes não são atualizadas. Apenas o Diário de Cuiabá não oferece botão ou link para compartilhamento de suas matérias em redes sociais online. Os sites Olhar Direto, Folha de Cuiabá e Gazeta Digital disponibilizam espaço para envio de comentários, mas há um

pequeno formulário a ser preenchido e a publicação dos comentários enviados é mediada. A Folha do Estado não oferece esta possibilidade.

Quanto ao âmbito das notícias, observamos que 18 notícias sobre desmatamento dizem respeito ao estado de Mato Grosso e à região da Amazônia Legal, o que caracterizam matérias locais e regionais. Apenas uma matéria trata do assunto de forma nacional.

Já com relação às editorias em que as notícias foram publicadas, só o Olhar Direto dispõe de uma editoria específica de Meio Ambiente, onde publicou 5 matérias sobre desmatamento. Ainda assim, o mapeamento encontrou notícias sobre meio ambiente em outras editorias neste mesmo site (Agronegócios, Brasil e Cidades). No todo, a editoria em que mais matérias sobre desmatamento foram veiculadas foi na de Cidades.

A pesquisa também se preocupou em analisar sobre quais biomas tratavam as matérias. Tratando dos dados gerais da pesquisa, embora o Pantanal seja o mais famoso cartão de visitas de Mato Grosso, a maioria das matérias foi sobre a Amazônia e o Cerrado, com 20 notícias sobre cada bioma. Apenas cinco matérias trataram sobre o Pantanal. Com relação ao desmatamento, todas as 19 matérias trataram sobre a Amazônia.

Bueno (2008), dentre as síndromes do jornalismo ambiental que discute, cita a “lattelização” das fontes, criticando a consulta excessiva dos jornalistas aos especialistas em meio ambiente e a fontes oficiais, deixando de lado a população em geral e as pessoas afetadas pelos problemas ambientais. A pesquisa confirmou a tese de Wilson Bueno. Nas 19 notícias sobre desmatamento apenas foram ouvidas fontes oficiais ou especialistas. Em nenhum texto há entrevistas com pessoas que sofrem com o desmatamento, como representantes da população indígena, por exemplo. Nem mesmo na notícia “Índios realizam operação para conter desmatamento em área do Maranhão”¹², publicada pelo Olhar Direto, há consulta aos índios. A notícia é republicada do portal de notícias G1, que traz a informação apenas a partir de uma foto publicada pela agência Reuters.

Em uma questão como esta, caberia ao jornalista ambiental relativizar as informações provenientes de diferentes fontes, contrapô-las e buscar outros dados que pudessem oferecer ao público um amplo cenário sobre o tema discutido na matéria. Porém, nem sempre as rotinas de produção da notícia, em especial no que se refere à *deadline*, permitem que essa reflexão e análises sejam feitas. O jornalista acaba por evidenciar na

¹² Disponível em: <http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=%CDndios_realizam_operacao_para_conter_desmatamento_em_area_do_Maranhao&id=376912>. Acesso em: 4 set. 2014.

matéria a informação da fonte que lhe parece mais crível, com a qual já estabeleceu certa confiança e que, salvo exceções, não lhe trará problemas. Assim como em outras áreas do jornalismo, o profissional que cobre meio ambiente vive diariamente as tensões entre diferentes fontes que buscam destaque no agendamento midiático das questões que defendem.

Dos quatro meses de coleta de dados, o mês de setembro de 2014 se destacou com relação à divulgação de notícias sobre desmatamento. Foi o período em que houve a divulgação de um relatório do INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais) sobre a taxa de desmatamento na Amazônia Legal no período de agosto de 2012 a julho de 2013. O relatório foi tema de matérias na Gazeta Online, no site do Diário de Cuiabá e no Olhar Direto. Os textos não se diferenciaram muito: trouxeram os dados que colocaram Mato Grosso de volta na segunda colocação em área desmatada no Brasil (depois do Pará), destacando, no entanto, que o ritmo do desmatamento diminuiu em relação aos anos anteriores. As fontes escolhidas para as matérias foram as mesmas: representante do próprio INPE, um representante do ICV (Instituto Centro Vida) - uma ONG que desenvolve a Iniciativa Transparência Florestal, e um representante da SEMA (Secretaria de Estado de Meio Ambiente).

Em novembro, há uma nova série de notícias sobre o desmatamento, também publicadas a partir da divulgação de novos dados do INPE. Desta vez, os dados mostram que o desmatamento aumentou exponencialmente entre os meses de agosto e setembro de 2014 em relação ao mesmo período em 2013. Os dados, que já eram conhecidos pelo governo desde outubro de 2014, só foram divulgados em novembro do mesmo ano. Há duas vertentes que apontam a razão para o atraso na divulgação dos dados (descritas nas matérias analisadas): 1) o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), órgão governamental responsável pela fiscalização das áreas protegidas, escondeu o aumento do desmatamento para não atrapalhar a reeleição da presidente Dilma Rousseff; 2) A divulgação dos dados em tempo real, segundo o IBAMA, beneficiam os criminosos, que informados sobre as áreas onde a fiscalização será intensificada, mudam de local e começam a desmatar em outros lugares. Com relação às fontes, foram consultadas as mesmas que haviam sido entrevistadas em setembro, acrescentadas falas de um representante do IBAMA.

Apesar da fase de tabulação dos dados já ter acabado, a pesquisa ainda segue com a análise e interpretação do material, que deverá resultar em um estudo que vai apontar quais são as deficiências do jornalismo ambiental online em Mato Grosso e sugerir a criação de um produto jornalístico transmídia sobre meio ambiente com foco nas notícias locais e regionais.

6. Considerações finais

Algumas considerações já foram apontadas ao longo da análise, mas é pertinente salientar algumas delas e evidenciar outras. A primeira diz respeito ao número total de notícias sobre meio ambiente publicadas nos quatro sites ao longo dos quatro meses de pesquisa. A publicação de 126 notícias indica a média de 2 matérias por semana em cada veículo. Pouco para um cenário tão preocupante quanto o que se delineia cada vez mais com relação ao meio ambiente. Quando a questão é o destaque atingido por essas matérias, a pesquisa mostrou outro cenário alarmante: poucas notícias com destaque nas capas dos sites. Nem mesmo as tragédias ambientais renderam grandes manchetes no período de análise.

A estrutura burocrática dos meios de comunicação, aliada a interesses empresariais e políticos, influenciam diretamente na produção da notícia. Mas é na construção social da notícia ambiental em que o jornalista pode agir, buscando fontes mais diversas, apontando caminhos para uma visão sistêmica e mais geral do meio ambiente. A pauta ambiental permeia todas as editorias, da economia a matérias policiais, basta que os profissionais da imprensa passem a ver o meio ambiente como mais que florestas e animais. As cidades integram o meio ambiente e os seres humanos também. Quando essa visão sistêmica da sustentabilidade permear o noticiário diário, o jornalismo ambiental poderá atingir um dos seus objetivos, que é tornar a conscientização ambiental e a mudança de atitudes não só uma discussão fundamental na agenda midiática, mas também na agenda pública de discussões.

Com relação às características da notícia online sobre meio ambiente, foi evidenciado que o jornalismo online mato-grossense ainda está muito atrasado em relação às possibilidades oferecidas a partir das narrativas multimidiáticas. Ainda trata-se de um jornalismo transposto do impresso, com pouca adaptação para Internet, linear e com poucas possibilidades de interação com o internauta. Assim é realmente difícil que esse tipo de



notícia chame a atenção da população – em especial do público jovem – para questões ambientais, promovendo a educação ambiental e mudança de comportamento.

Referências

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo ambiental: explorando além do conceito**. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; SCHWAAB, Reges Toni (org.). **Jornalismo ambiental: desafios e reflexões**. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008.

CABRERA GONZÁLEZ, M.A. **Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimé dia**, 2000. Disponível em: <http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm> Acesso em: 03 dez. 2014.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para mudança**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

DEUZE, Mark. **The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online**. *New media & society* 5 (2), 203-230, 2003.

DORNELLES, Beatriz. **O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental**. *Brazilian Journalism Research*. v. 4, n. 2, 2008. p. 121-131. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/index.php/bjr/article/view/167>>. Acesso em: 29 out. 2011.

FROME, Michael. **Green Ink: uma introdução ao jornalismo ambiental**. Curitiba: Editora UFPR, 2008.

MORAES, Cláudia Herte de. **Jornalismo Ambiental: dilemas de uma quase especialidade**. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admgor/arquivos/individual23claudiahertedemoraes.pdf>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, Departamento de Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior, Portugal, sob a coordenação do prof. Antonio Fidalgo. Jun. 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaoememoria.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2013.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

TRIGUEIRO, André (org.). **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 5ª ed. Campinas: Armazém do Ipê, 2008.

WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.