
Novos Recursos De Linguagem No Jornalismo Ambiental¹

Marcos Aurélio CARDINALLI²

Isabel Flávia da SILVA³

Isabella HOLOUKA⁴

João Pedro FERREIRA⁵

Naiara Aparecida Alves TEIXEIRA⁶

Angelo Sottovia ARANHA⁷

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo, SP

RESUMO

Os produtos transmídia reúnem características com potencial para atrair a atenção dos leitores e fazê-los compartilhar seu conteúdo. O objetivo com este artigo é analisar estratégias de comunicação em meio à tanta informação e à influência do mercado no noticiário. Interesses econômicos, muitas vezes, distorcem os conteúdos das matérias relacionadas à temática ambiental. Por meio da análise de alguns produtos transmídia, procurou-se, com este trabalho, perceber o potencial de cada um dos novos elementos que compõem a linguagem desses produtos. Verificou-se que esses elementos, somados às interações via redes sociais, podem tornar a informação sobre meio ambiente – que costuma ser acadêmica ou técnica – atrativa o suficiente para conscientizar e sensibilizar a sociedade sobre a importância do envolvimento de todos nas ações que visam à preservação dos ecossistemas.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo ambiental; jornalismo de dados; jornalismo online; meio ambiente; transmídia.

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da industrialização, do desenvolvimento urbano-tecnológico e do capitalismo, a tendência a uma preocupação maior com o meio ambiente é cada vez mais notável. Tendo em vista que, com o progresso das civilizações e das tecnologias, a influência do homem sobre a natureza aumentou proporcionalmente, passou-se a dar mais importância aos fatores ecológicos e suas implicações em sociedade.

No âmbito da comunicação, as notícias referentes ao meio ambiente se tornaram tendência mundial, o que, aos poucos, foi dando origem a um novo segmento jornalístico, o do Jornalismo Ambiental. A essa especialização do Jornalismo, atribui-se justamente a produção de informações que revelem a situação ambiental mundial e gerem maior consciência quanto à necessidade de preservação da natureza e de

¹ Trabalho apresentado na IJ 01 – Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Graduado do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: marcos.cardinalli@gmail.com.

³ Graduada do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: bell.flavia@hotmail.com.

⁴ Graduada do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: isa.holouka@gmail.com.

⁵ Graduado do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: jpferreiraxd@gmail.com.

⁶ Graduada do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: naiara.teixeira@yahoo.com.br.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAAC-UNESP, e-mail: sottovia@faac.unesp.br

moderação no uso de seus recursos, imprescindíveis à sobrevivência humana.

A revolução tecnológica também gerou evolução na mídia, que hoje conta com a possibilidade de convergência entre múltiplas linguagens (verbais, visuais e sonoras), o que propicia maior dinamicidade na transmissão de notícias, abordagens mais aprofundadas e experiências interativas entre transmissor e receptor. O desenvolvimento de ferramentas digitais fez com que o Jornalismo se reformulasse, não pela substituição das mídias tradicionais por novas, mas sim de convergência entre elas, pelo aproveitamento de seus aspectos positivos, a chamada convergência midiática.

Com este artigo, visa-se verificar como o surgimento de novas plataformas midiáticas e a difusão de informações nesses novos formatos influenciam o Jornalismo, sobretudo o Jornalismo Ambiental. Para tanto, busca-se contextualizar o surgimento desse novo segmento jornalístico, e também das narrativas transmídia, criando-se uma relação entre os formatos embasada em exemplos atuais.

2. O JORNALISMO AMBIENTAL NO CONTEXTO ATUAL

Os assuntos ambientais vêm sendo cada vez mais discutidos e pautados pelos meios de comunicação, pois são uma "tendência irreversível na imprensa mundial" (VILLAR, 1997, p. 4). "O jornalismo ambiental vem crescendo de importância nas últimas décadas, tendo em vista o agravamento da crise ecológica que desperta o interesse de toda a sociedade" (CAMPOS, 2006, p. 276). O jornalista, contudo, precisa conquistar o interesse do público, mediante a grande quantidade de informações disponíveis, e despertá-lo para a consciência ecológica. "Conquistar sua atenção para os assuntos de interesse ambiental e mobilizá-lo a favor de um novo comportamento diante do mundo à sua volta é uma tarefa de bom tamanho que o jornalista especializado tem pela frente" (CAMPOS, 2006, p. 171).

A cobertura jornalística ambiental pode estar inserida num veículo ao lado de outras coberturas (como ocorre basicamente nos jornais e revistas de informação geral ou nos programas de rádio e televisão), mas também pode ser o foco exclusivo de uma publicação, como acontece nas chamadas mídias ambientais. (BUENO, 2007, p. 35)

Apesar de alcançar seu espaço na mídia, o Jornalismo Ambiental ainda precisa se desenvolver. A imprensa ainda não costuma tratar questões ambientais com profundidade, e acaba optando por pautas que garantam repercussão internacional, como desastres ecológicos (VILLAR, 1997). As abordagens continuam focando na

repercussão internacional, opta-se pela cobertura de grandes desastres ambientais, como o desmatamento da Amazônia e da Mata Atlântica, por exemplo.

A divulgação de catástrofes é importante só se levar o público à reflexão. A cobertura jornalística superficial é insuficiente, não aprofunda a discussão ambiental e nem aproxima o cidadão do meio ambiente, mas a mídia parece priorizar a divulgação de catástrofes em detrimento da conscientização e educação ambiental (AGUIAR, 2008).

Há graves deficiências de linguagem no modo como a questão ambiental é divulgada através da mídia convencional. Para os educadores, isto significa que a mídia está perdendo - deliberadamente ou não - uma grande oportunidade de contribuir com um debate sério e consciente sobre a problemática ambiental, ajudando a educar a sociedade na direção de um outro mundo possível. (CAMPOS, 2006, p. 114)

Para Campos (2006), as questões ambientais estão envoltas em politicagens que atrapalham o desenvolvimento do Jornalismo Ambiental. Empresas, partidos políticos e governos influenciam a mídia para que se divulguem apenas as notícias que lhes sejam interessantes. KOLLING (2011) afirma que a mídia tradicional é comercial, e isso torna a notícia, que deveria ser um bem social, um produto a ser vendido ao público:

O jornalismo ambiental não pode comprometer-se com a isenção porque participa de um jogo amplo (e nada limpo) de interesses. Não deve admitir-se utópico porque é fundado na realidade concreta, na luta pela qualidade do solo, do ar, da água, da vida. (KOLLING, 2011, p. 6)

Como forma de reduzir a influência das instituições, as novas mídias possíveis pelo avanço da tecnologia são alternativas para o Jornalismo Ambiental. Os meios de comunicação estão em constante transformação técnica e essas transformações impõem mudanças nos modelos tradicionais, “e isso se deve não pela substituição das mídias tradicionais pelas novas mídias, mas sim pela convergência entre ambas, buscando conciliar os pontos positivos de cada uma delas” (SYLVESTRE, 2011, p.13).

Nos veículos de comunicação tradicionais, as questões ambientais são abordadas superficialmente por ferirem interesses de patrocinadores. Nas reportagens não se confrontam o desenvolvimento econômico e o esgotamento dos recursos naturais, o que deveria ser feito, como explica Bueno:

O Jornalismo Ambiental desempenha inúmeras funções, mas é possível ressaltar de imediato três delas: 1) a função informativa; 2) a função pedagógica e 3) a função política. Essa função política [...] tem a ver com a mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental. Incluem-se entre esses interesses a ação de determinadas empresas e setores que, recorrentemente, têm penalizado o meio ambiente para

favorecer os seus negócios [...]. Incorpora também uma vigilância permanente com respeito à ação dos governantes que, por omissão ou comprometimento com os interesses empresariais ou de grupos privilegiados da sociedade, não elaboram e põem em prática políticas públicas que contribuem efetivamente para reduzir a degradação ambiental. (BUENO, 2007, p. 36).

Nas novas mídias, com diferentes linguagens e plataformas, o jornalista pode se ver independente das instituições controladoras e tornar-se um agente para que o Jornalismo Ambiental cumpra suas funções de informar, educar, e de se posicionar na defesa da preservação da natureza.

3. NOVOS FORMATOS E NARRATIVAS TRANSMÍDIA NO JORNALISMO

Para entender o processo de produção jornalística na internet é necessário distinguir os termos ciberjornalismo, jornalismo digital e web jornalismo.

A princípio, no ciberjornalismo apenas se transferia o conteúdo do impresso para o ambiente digital. Dessa forma, as primeiras práticas virtuais se originaram do jornalismo online, termo que se refere ao noticiário que, apesar de publicado na internet, ainda segue os formatos e a lógica da informação impressa. Os textos eram produzidos como em um jornal ou revista impressos e publicados em páginas extensas e monótonas na rede. Esse formato de jornalismo é derivado da produção nas mídias tradicionais e definido por Helder Bastos como jornalismo eletrônico, termo que engloba jornalismo online, sendo a prática da apuração e do jornalismo digital como desenvolvimento e publicação (BASTOS, 2012).

Contudo, ao passo que mais se descobria o potencial da internet surgia a necessidade de se acompanhar as notícias a todo instante, de se globalizar. O acesso ao conteúdo 24 horas por dia e a facilidade para encontrá-lo tornavam a internet um ótimo investimento. Não se enxergavam vantagens na compra de jornais impressos hoje que não serviriam para as notícias de amanhã, quando em um único URL estariam disponíveis as notícias da semana inteira. Assim, nas últimas décadas as ferramentas digitais tem beneficiado a transformação do jornalismo em uma prática mais interativa e colaborativa. A integração entre linguagens audiovisuais e verbais não permite apenas diagramações mais atrativas, permite agora uma nova maneira de explorar por diversos ângulos uma informação.

Para Barbosa e Torres (2013), uma categoria expressiva do jornalismo digital é a dinamicidade, que permite flexibilidade na exploração do conteúdo, inter-

relacionamento de conteúdos, densidade informativa, diversidade temática, modos diferenciados de visualização da informação, convergência midiática e automatização do processo de apuração, produção e armazenamento da informação. A interação de conteúdos entre plataformas digitais resultou na convergência midiática, com a qual se explora novas alternativas para expandir o fluxo de informação, como o uso de blogues, redes sociais e vídeos que ampliam as alternativas de abordagem do conteúdo, sua área de transmissão e seu aproveitamento, além de promover maior e mais ágil interatividade entre leitores/ usuários e o meio de comunicação.

Aos poucos, os avanços tecnológicos trouxeram à tona o webjornalismo, que incorporava recursos multimídia ao texto. Inserido no Jornalismo online, o webjornalismo é marcado pela interação direta do leitor com a notícia. Isso é feito por meio de elementos multimídia (vídeos, fotos, áudio, textos) que proporcionam a não linearidade da leitura (“Webjornalismo ou Jornalismo Online”, 2013).

A globalização foi fator essencial na adaptação do webjornalismo atual, conhecido como jornalismo multimídia e multiplataformas. O rápido e constante fluxo de informações impuseram inovações. A produção para web ganhou técnica própria, afastou-se do jornalismo eletrônico e se adaptou ao universo online. Quem acessa a Internet pôde ver a expansão, a nova formatação dos produtos jornalísticos. Muitos

têm origem ‘pré-Internet’, ou seja, já existiam como produtos jornalísticos e expandiram suas fronteiras [...].Podemos citar alguns casos aqui para ilustrar esse processo. A revista ‘Veja’ e a ‘Isto É’, ambas contam com versões publicadas na Internet, denominadas on-line. Da mesma forma, o rádio também está na Rede por meio de sites como o da “Jovem Pan” e a televisão com os sites das emissoras e canais de televisão a cabo: Rede Globo, Record, SBT, MTV, entre outros. (FAGGION, 2001, p. 2)

A possibilidade de tornar a notícia um espaço de interação uniu o jornalismo de dados e o webjornalismo na composição do novo formato da notícia: dados, textos, imagens, vídeos e conexão às redes sociais convergindo sob um mesmo tema. Nesse novo jornalismo, recursos como interatividade, hipertexto, trans-narrativa e *storytelling* ditam a absorção de conteúdo de forma contrária à da passividade do leitor, tornando-a cada vez mais presente no sistema de comunicação e trazendo para o jornalismo a necessidade de se renovar e se transdisciplinar, ousando conectar conhecimentos de outras áreas como as de marketing e de tecnologia. Assim, um novo profissional multitarefas passa a enxergar a notícia como moldável a infinitos formatos.

Contudo, a problemática desse novo formato é que o mercado se fragmenta em

vários públicos com interesses específicos, e “quanto mais camadas se coloca em algo, menor o mercado. Você está exigindo que as pessoas intencionalmente invistam mais tempo na história que você está tentando contar e esse é um dos desafios da narrativa transmidiática” (YOUNG apud JENKINS, 2009, p. 175).

De acordo com Jenkins (2009), a convergência dos meios de comunicação possibilita a interposição de narrativas que se desdobram em outros produtos e se sobrepõem. A convergência é “un proceso multidimensional que, como mínimo, comprende aspectos relacionados con las tecnologías de producción y consumo de la información” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 16).

A narrativa transmídia é resultado dessa convergência midiática no espaço digital. As ferramentas das plataformas digitais possibilitam explorar o conteúdo combinando diversas linguagens.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. [...] A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (JENKINS, 2009, p. 135)

As narrativas transmídia atuam integradas, explorando a diversidade de linguagens e formatos, em diferentes plataformas, para uma contextualização e aprofundamento do conteúdo. Os meios interagem abordando o conteúdo separadamente, cada um em sua plataforma. A combinação e rearranjos de linguagens e formatos permite a integração dos conteúdos para compor dados sobre um tema principal, ou seja, temos a convergência de múltiplas linguagens (verbais, visuais e sonoras) e meios, apresentando o tema de formas diferentes, sem repetição. Cada ferramenta acrescenta informações novas que integram o “universo”, cada meio trata sua informação de forma a complementar o tema.

A cibercultura envolve a desterritorialização do espaço físico, há uma diluição das fronteiras e alteração da percepção de espaço e tempo (LÉVY, 1999). O relacionamento do público com os meios de comunicação é reconfigurado pela hibridização da tecnologia com a cultura. Jenkins (2009) defende que, nesse espaço, o conhecimento deixa de ser individual e passa a ser coletivo, aumenta-se o envolvimento do público ao proporcionar maior experiência interativa pelo receptor, formando uma cultura participativa.

O desenvolvimento tecnológico abriu espaço para a universalização da informação e deixou o receptor mais exigente. Com a participação cidadã na

composição da notícia, faz-se necessária a produção de um jornalismo menos factual e mais elaborado. “Los periodistas no son los únicos que hablan en el diario: junto a la creciente presencia de expertos, se suma la participación de los lectores, coordinada, estimulada e incentivada por el medio” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 155).

Os novos recursos da linguagem transmídia possibilitam a interação com o leitor, não só por meio de ferramentas interativas que permitem ao usuário escolher a melhor maneira de absorver e processar o conteúdo informativo ao seu tempo, mas também por meio de redes sociais, que permitem ao usuário compartilhar a informação, comentá-la e questioná-la, participando da difusão e elaboração da notícia.

Quando o contexto é visto pelo jornalismo ambiental, observa-se uma perspectiva de inovação própria da militância ambiental. A produção multimídia no jornalismo ambiental “carrega” um valor social e, na maioria das vezes, desenvolve o ativismo em sua plena concepção. Esse papel ativista torna o jornalismo ambiental único e ainda pouco explorado pelas transmídias.

4. ANÁLISES DO TRANSMÍDIA NO JORNALISMO AMBIENTAL

O site ((o)) eco foi lançado na internet em 2004 pelos jornalistas Kiko Brito e Marcos Sá Correia e pelo cientista político Sérgio Abranches. Especializado em cobertura ambiental, ((o)) eco se propõe a dar “voz a quem não tem voz”, no caso os bichos e as plantas, e também ser “ousado”, experimentando novas formas de fazer jornalismo. O principal projeto multimídia de ((o)) eco é o Infoamazônia, criado para agregar dados e notícias da Amazônia e os impactos da transformação da maior floresta tropical do mundo nos nove países que a compõem. Os conteúdos do site estão disponíveis em português, espanhol e inglês.

Por sua proposta diferente, o Infoamazônia é hospedado em outro endereço (<http://infoamazonia.org/>) e tem diagramação nada similar à do site de ((o)) eco. Entretanto, isso não impede que o conteúdo do Infoamazônia seja compartilhado em ((o)) eco ou em outros sites, pois a proposta é que o conteúdo não seja exclusivo de um domínio. Pode-se obter os códigos de linguagem HTML de vários conteúdos e adicioná-los em qualquer outro site ou reportagem. Oferece-se, ainda o link direto para os dados das fontes pesquisadas, a fim de checagem ou consulta de dados. Assim, o Infoamazônia torna-se fonte confiável de informações para pesquisadores, educadores, jornalistas e demais interessados pela vida da floresta. O site ainda convida o leitor a

colaborar na produção de conteúdo: “Uma nova dimensão de publicação leva o leitor a ter um novo relacionamento com o texto, em virtude das expectativas, das quais ele não somente usufrua, mas que também contribua com o que é publicado” (MANTOVANI; DIAS; LIESENBERG, 2006, p. 267).

As reportagens do Infoamazônia utilizam, além do texto, grades de fotografias, gráficos interativos, áudio reportagens, vídeos, mapas, linhas do tempo, sons e imagens dinâmicas, os quais, integrados, interagem entre si e fazem parte de um gênero jornalístico próprio dos meios digitais, por reunirem linguagens recombinaadas em diferentes narrativas e gêneros (LONGHI, 2010, p. 159).

Um exemplo é a reportagem "A Política do Desenvolvimento", lançada em 31 de março de 2015. A pauta prevê a análise de quanto é investido de dinheiro público na preservação da Amazônia, e também a verificação da eficiência das políticas atuais de combate ao desmatamento na região. Já na abertura, os redatores convidam o leitor a navegar por uma “linha do tempo”, ainda inexplicada, enquanto ao fundo se vê imagens de gado correndo e pontos diversos da floresta amazônica em conjunto com um "som de natureza", com cacarejos e piados, entre outros sons de animais executados em repetição até que o leitor saia da página e vá para o conteúdo seguinte.

Uma “linha do tempo”, entre os anos 1960 e 2005, apresenta os principais acontecimentos políticos, econômicos e sociais ocorridos na região amazônica no período. No fundo da tela, vídeos e reportagens que relatam os acontecimentos na época são exibidos. Ao fim das reportagens, a informação passa a ser textual, e, ao término dessa nova parte, o leitor é convidado a ir ao ano seguinte da cronologia, até o seu fim em 2005, quando é sugerido que o leitor siga para a "Análise".

Essa análise é dividida em seis partes. São elas: Introdução, Principais resultados, 1ª fase, 2ª fase, 3ª fase e Conclusão. Todas essas partes contam com conteúdos densos; na Introdução, um gráfico histórico de números sobre o desmatamento é exibido. Com a passagem da seta pelo gráfico, o número referente ao desmatamento no ano em que está a posição do cursor na imagem se destaca. Mais abaixo, a primeira entrevista da reportagem aparece, feita com um especialista em desmatamento. Um fato interessante, é que a fala do entrevistado não é um conteúdo a ser ignorado, pois está na conexão textual da reportagem, se ligando imediatamente ao parágrafo que o antecede, por meio de um sinal de dois pontos. O organograma abaixo do áudio informa como são organizados os três eixos citados pela fonte.

Os principais resultados são apresentados com o auxílio de vários gráficos comparativos de gastos com o Plano de Ação para a Prevenção e Controle do Desmatamento na Amazônia (PPCDAM), entre os governos Lula e Dilma. Os gráficos continuam com a função de destaque da página anterior, mas blocos amarelos com texto resumem o que eles estão informando. Ao lado dos blocos há um nova caixa com o título "Entenda". As falas da fonte continuam exclusivamente em formato de áudio.

Os tópicos a seguir (1^a, 2^a e 3^a fase do PPCDAM) se apresentam da mesma forma. São iniciados por um mapa interativo que mostra dados sobre o desmatamento na área da Amazônia Legal, seguidos de textos explicativos sobre como se desenvolveram os três eixos do PPCDAM durante as fases.

A última parte da reportagem, intitulada "Conclusão" se inicia com um discurso do presidente Lula, no qual ele afirma que o Brasil se propôs a diminuir em 80% o desmatamento até 2020. O vídeo conta com uma edição que aproxima a imagem em close durante os momentos mais importantes da fala. Em seguida, uma música instrumental é executada, remetendo a momentos de suspense, desafiadores ou dramáticos. Os gráficos e comentários do entrevistado se mostram no mesmo formato que o já descrito anteriormente.

À parte da reportagem, são apresentadas a seção "Metodologia" e a "Saiba mais". Em Metodologia são disponibilizadas tabelas com dados usados na reportagem, além de um artigo de Ricardo Verдум, pesquisador integrante da equipe de produção. Na "Saiba mais", há um conteúdo semelhante a um expediente de um jornal impresso, créditos das imagens e sons utilizados com hiperlinks e o código de incorporação da plataforma.

É possível observar que essa e outras reportagens de O Eco fazem uso do jornalismo de dados. "O jornalismo de dados pode ajudar um jornalista a formular uma reportagem complexa através de infográficos envolventes" e, além disso, "os dados podem ser a fonte do jornalismo de dados, ou podem ser as ferramentas com as quais uma notícia é contada — ou ambos" (BRADSHAW, 2012).

O exemplo de ((o)) eco se mostra eficiente, apesar de um parecer denso e técnico para um leitor desabituaado com o, bem mais curto, conteúdo lido diariamente do hard news. As conexões multimídias tornam a leitura menos enfadonha para um assunto que pode se mostrar muito técnico, e permite que o entendimento do assunto seja alcançado mais facilmente.

Contudo, a ideia de que inovações digitais para noticiar o meio ambiente se restringem a portais especializados, como ((o)) eco, não é correta. O Grupo Folha editou exemplos práticos que mostram que as pautas ambientais podem se tornar ainda mais atrativas com a utilização da interatividade multimídia. A Folha de S. Paulo produziu, em 2013, reportagem especial multimídia sobre a construção da Usina de Belo Monte⁸. O conteúdo extra ao do jornal impresso contou com vídeos, infográfico, um *game* (Folhacóptero) e estrutura especial externa ao site comum da Folha.

O UOL, portal do Grupo Folha, edita também o TAB, cujos conteúdos interativos serão analisados a partir das reportagens da segunda e da décima sexta edições. O TAB é um produto multimídia do UOL (Universo Online) que desde outubro de 2014 lança todas as segundas-feiras uma reportagem interativa e aprofundada sobre diferentes assuntos do dia a dia da sociedade brasileira. Sobre o lançamento do novo projeto editorial interativo, Rodrigo Flores, diretor de conteúdo do UOL, afirma que o TAB é a resposta do UOL para a necessidade do público de consumir conteúdo de qualidade em formatos criativos, interessantes e interativos. Segundo Rodrigo, “o TAB buscará novos pontos de vista e abordagens sobre temas como sustentabilidade, mobilidade, consumo, comportamento e tecnologia” (FLORES, 2014).

A segunda edição, intitulada “Inimigo invisível”⁹, aborda um tema que influencia o meio ambiente diretamente, o lixo urbano. Nela, o jornalista Paulo Terron documenta o destino do lixo na cidade de São Paulo, argumentando que o lixo não desaparece como em um passe de mágica assim que colocado nas lixeiras externas de nossas casas.

Percebe-se que o texto, sempre auxiliar aos elementos multimídia, é disposto de forma verticalizada na página; com fonte média - em comparação com o corpo de texto das notícias comuns produzidas pelo portal Uol - simples e não serifada e com a predominância de uma coluna única.

A necessária e frequente rolagem de página dinamiza o texto, na medida em que faz surgirem, com leves animações, os elementos que compõem a narrativa da reportagem, como citações, enquetes e fotografias e também outros elementos ilustrativos, de importância estética, como embalagens, frutas mordidas, teclado de computador etc.

⁸ LEITE et al. A Batalha de Belo Monte. Folha de S.Paulo. 16 de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/index.html>>. Acesso em 07/08/2015.
⁹ TERRON. Inimigo Invisível. TAB. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/inimigo-invisivel>>

Utilizando uma galeria composta por cinco fotografias coloridas, a reportagem ilustra como produzir menos lixo, sugere repensar a necessidade de consumo de novos produtos, aproveitar integralmente os alimentos, reutilizar objetos quando possível, diminuir o impacto negativo de pequenas ações do dia a dia, e doar o que pode ser reaproveitado ao invés de descartar.

Outra galeria conta com um vídeo e três imagens explicativas sobre os destinos tomados pelo lixo produzido em São Paulo. O vídeo mostra centrais de triagem de reciclagem de materiais; a primeira fotografia ilustra lixões enquanto que a legenda explica a sua ilegalidade e consequências, como a contaminação do solo por chorume, a liberação de gases tóxicos e a presença de animais e insetos; a segunda fotografia ilustra aterros controlados e suas características principais, como a captação parcial e o tratamento do chorume e o controle de animais e insetos com camadas de grama ou argila; a terceira e última fotografia ilustra aterros sanitários em que há cuidados com os gases gerados pelo lixo, com a contaminação do solo e dos lençóis freáticos e com a quantidade de lixo, que é disposto em camadas cobertas.

Outro elemento gráfico que deixa o design da reportagem mais dinâmico, divertido e atrativo aos olhos do leitor é o tratamento dado às informações: “Anualmente, o Brasil produz em torno de 62.730.096 toneladas de lixo urbano” (Abrelpe/IBGE, 2012) e “Cada brasileiro produz em média 383 kg de lixo por ano, o equivalente a 28,3 mil latinhas de alumínio” (Peso considerando uma lata de 13,5g, com dados da Abrelpe/IBGE, 2012). Em quadros delimitados pela cor, leem-se as informações e, enquanto o leitor desce o rolamento da página, os quadros são cobertos progressivamente por lixo urbano, embalagens, cascas de frutas, cigarros e papéis amassados.

Logo abaixo, com um texto sobre projetos suecos e japoneses de redução na quantidade do lixo, o jornalista destaca a importância da educação e da conscientização, introduzindo dois vídeos sobre a Suécia, que investiu em reciclagem e incinera boa parte dos seus resíduos para geração de energia; e sobre San Francisco, a cidade californiana que aumentou muito a reciclagem de lixo com o programa “Zero Waste” que, de acordo com o vídeo, pode ser aplicado ao Brasil, inicialmente no trabalho com pequenas comunidades urbanas.

Também fazem parte da reportagem enquetes sobre questões acerca do tema. Ao rolar a página, o leitor assiste a aparição animada dos esquetes “O cidadão deveria ser

obrigado por lei a separar os tipos de lixo?”, “Deveria haver um imposto ou taxa para a coleta e tratamento de lixo?” e, mais tarde, “Cada pessoa deveria ser obrigada a levar o próprio lixo a um ponto de coleta do seu bairro?”. Ao clicar em “Participe da enquete” caixas com as opções de resposta ou resultados parciais se abrem.

Em texto, Paulo Terron também cita a Política Nacional de Resíduos, que estabelece a “responsabilidade partilhada” do lixo entre o município e os setores fabricantes, indústria, importadores e comércio. E, para encerrar a reportagem, ele enumera três desafios que o país precisa enfrentar para amenizar o máximo possível esse cenário: O primeiro é a conscientização da população de que o problema do lixo urbano está relacionado a gestos cotidianos. É preciso também que todos se empenhem; de acordo com a reportagem, a compostagem caseira foi alvo de investimentos e incentivo da Prefeitura de São Paulo. O terceiro e último desafio é a criação de uma consciência da responsabilidade sobre o lixo no cidadão, seja por meio de multas ou taxas ou com a mudança da dinâmica de recolhimento do lixo. Há ainda o teste “Separar o lixo tem alguns desafios: você sabe determinar o que é reciclável?”, e a contagem de toneladas de lixo produzidas no tempo utilizado pelo leitor para ler a reportagem.

Outro exemplo de reportagem transmidiática com cunho ambiental produzida pelo TAB foi a “Tem, mas acabou”¹⁰, 16ª edição do TAB. Começa com um vídeo em *looping* que se refere ao título “Tem, mas acabou”; há água em abundância, mas vai diminuindo em alguns segundos até a vazão ser representada por alguns pingos d’água.

Na segunda página, o jornalista Leandro Beguoci, do Gizmodo Brasil, introduz a reportagem falando sobre a necessidade da mudança de hábitos - não só no cotidiano, mas na agricultura e na indústria, setores que mais consomem água - por conta da crise hídrica no estado e na cidade de São Paulo. O texto sugere que essa oportunidade de mudança de hábitos tenha sido forçada por um despreparo do governo, e que a economia tem que se ajustar em favor da população. Mais adiante, trata-se da dinâmica de crescimento de São Paulo, onde partes importantes da cidade foram construídas sobre rios igualmente importantes, passando a contar com o Sistema Cantareira para abastecer sua população em crescimento. Essa dinâmica de crescimento urbano foi usada para explicar catástrofes ambientais. As soluções tecnológicas para otimizar o uso da água ou para tornar potáveis águas de outros tipos também foram abordadas, seguidas de explicações sobre as relações entre a agricultura, a indústria e a escassez de

¹⁰ BEGUOCI. Tem, mas acabou. TAB. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/agua/#>>

água, e a responsabilidade dos governos e do cidadão comum na prevenção de uma crise como essa.

O texto segue o mesmo padrão encontrado na reportagem “Inimigo Invisível”. Há intertítulos que são delimitados por retângulos em fios simples e finos, centralizados, que marcam mudanças temáticas do discurso, e também outros com menos destaque próximos à margem e sem delimitações de formas geométricas, direcionando a leitura. Um infográfico sobre o desperdício de água é o primeiro recurso utilizado na reportagem. A quantidade de água necessária para viver, de acordo com a ONU, é exemplificada em uma ilustração, assim como algumas das atividades em que as pessoas costumam desperdiçar mais água, como tomar banho e lavar a calçada ou o carro com mangueira. O infográfico explicita quantos litros de água são gastos em cada situação. As ilustrações foram feitas em fundo preto com tons de cinza e azul celeste.

As fotografias em preto e branco abordam temas relacionados à crise como paisagens de seca, cenários da cidade de São Paulo com composições de prédios, carros amontoados em enchentes, canos e tubulações de tratamento de água, torneiras abertas e pessoas com baldes vazios. Além de “dialogarem” com os textos, as fotografias tornam a leitura mais leve, dinâmica e rica, contextualizando criticamente o texto. As fotografias em tons de cinza recortadas e montadas contrastam com os tons de azul celeste e preto dos demais elementos, compondo de maneira jovem e atual o design desse material jornalístico.

O jornalista Leandro Beguoci inclui ainda nessa reportagem especial um vídeo com uma passagem com 3 minutos e 47 segundos em que fala sobre mudanças climáticas e a influência das atividades do homem, com o uso de exemplos em imagens e a posição de especialistas. Os efeitos de filmagem e edição, assim como o tom humorístico do roteiro revelam uma tentativa de aproximar o leitor da matéria e do tema, induzindo à reflexão sobre as consequências das mudanças climáticas. Outro vídeo, uma animação, aborda as invenções tecnológicas que buscam tornar potável ou ampliar o reaproveitamento da água já utilizada. A reportagem acaba com o teste “Quanto você gasta de água?”, em que o leitor responde perguntas sobre seus hábitos diários e o possível desperdício que pode haver em atividades domésticas básicas.

5. CONCLUSÃO

Seguindo uma análise sobre a relação entre meio ambiente e jornalismo, pode-se

destacar a preocupação recente em relação às consequências negativas das atitudes humanas. Em 1972, na Suécia, foi realizada a Conferência sobre Meio Ambiente. A partir daí, a temática ambiental passou a ser cada vez mais pautada pelo jornalismo. Surge, assim, o Jornalismo Ambiental; na mídia tradicional, porém, ainda é preciso tratar as questões ambientais mais aprofundadamente para que o leitor possa se informar e defender a preservação da natureza. Com a crescente diversificação das mídias, principalmente na internet, o jornalismo também precisou adaptar-se e diversificar-se, como ocorre no webjornalismo, por meio da narrativa transmídia.

Por meio dessas plataformas e linguagens, o Jornalismo Ambiental consegue chegar a diferentes públicos sem se submeter às influências que a mídia tradicional sofre. O webjornalismo traz a vantagem também de mixar diferentes linguagens e de incorporar recursos multimídia ao texto, convergindo midiaticamente no espaço digital.

Um exemplo dessa nova interação do Jornalismo Ambiental é o TAB, um produto multimídia do UOL. A plataforma pretende abordar assuntos cotidianos com uma visão dinâmica e interativa. Diferentes assuntos já foram abordados no TAB, e alguns sobre o homem e sua relação com o meio ambiente.

Tendo em vista o acima exposto, conclui-se que o Jornalismo Ambiental ganha cada vez mais espaço nas transmídias. Isso garante maior interação do leitor com os assuntos abordados, além de menor influência de instituições. As perspectivas para o futuro levam a acreditar que a transmídia talvez seja a salvação para o mercado jornalístico.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, L. A. DE. O discurso sobre meio ambiente na mídia alternativa: uma análise da revista Ecologia e Desenvolvimento. 2008.

BARBOSA, S.; TORRES, V. O paradigma “Jornalismo Digital em Base de Dados”: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. Galaxia, p. 152–164, 2013.

BASTOS, H. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 9, n. 2, p. 284–298, 2012.

BEGUOCI, L. Tem, mas acabou. TAB, [s.d.]. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/agua/#>>. Acesso em: 8 mar. 2015

BRADSHAW, P. O que é o Jornalismo de Dados? In: Manual de Jornalismo de Dados. [sl:s.n.].

BUENO, W. DA C. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 15, p. 33–44, 2007.

CAMPOS, P. *Jornalismo Ambiental e Consumo Sustentável - Proposta de Comunicação Integrada para a Educação Permanente*. Tese de Doutorado—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

FAGGION, H. G. *História digital e jornalismo on-line*. Ensaio. São Paulo-SP: Brasil, 2001.

FLORES, R. UOL lança o TAB, novo projeto editorial interativo, 13 out. 2014. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2014/10/13/uol-lanca-o-tab-novo-projeto-editorial-interativo.htm>>. Acesso em: 8 mar. 2015

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KOLLING, P. *Jornalismo Ambiental na Mídia e na Universidade: reflexões sobre o Brasil e Mato Grosso*. 2011.

LEITE, M. et al. *A Batalha de Belo Monte*. Folha de S.Paulo, 16 dez. 2013.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Editora 34, 1999.

LONGHI, R. R. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. *Estudos em Comunicação* no7, v. 2, p. 149–161, 2010.

MANTOVANI, O.; DIAS, M. H. P.; LIESENBERG, H. Conteúdos abertos e compartilhados: novas perspectivas para a educação. *Educação e sociedade*, v. 27, n. 94, p. 257–276, 2006.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. *Periodismo Integrado – Convergência de meios y reorganización de redacciones*. [s.l.] Editorial Sol90, 2008.

SYLVESTRE, H. S. *WebTV: novas perspectivas para a prática do jornalismo ambiental*, 2011.

TERRON, P. *Inimigo Invisível*. TAB, [s.d.]. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/inimigo-invisivel/>>. Acesso em: 8 mar. 2015

VILLAR, R. *Jornalismo Ambiental-Evolução e Perspectivas*. V. 15, n. 10, p. 05, 1997.

Webjornalismo ou Jornalismo Online. ARTMIX, 26 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.artmixweb.com.br/site/blog/marketing-digital/Webjornalismo-ou-Jornalismo-Online>>. Acesso em: 30 abr. 2015