
Jornalismo e Ativismo: Mapeamento de Iniciativas Midialivristas Socioambientais¹

Amanda FRANCO²

Katarini Giroldo MIGUEL³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Resumo

Pretendemos uma discussão sobre as transformações das práticas jornalísticas e a refundação dos ativismos midiáticos, no contexto das redes cibernéticas, para entender a proposta midialivrista; se ela se reflete em mídias digitais que atuam especificamente com o jornalismo ambiental. Nesse sentido, apresentamos um mapeamento inicial de iniciativas que abordam a temática socioambiental, a partir do Mapa de Jornalismo Independente da Agência Pública, e identificamos oito portais que, apesar de estarem próximos dos ideais midialivristas na forma e no conteúdo, não reconhecem a denominação e nos despertam para outros vieses de pesquisa: das práticas jornalísticas midialivristas, porém institucionalizadas por meio de ONGs.

Palavras-chave: Jornalismo Ambiental; Midialivrismo; Movimento Socioambiental; ONGs.

Introdução

O processo de desenvolvimento e difusão das redes de Comunicação Mediada por Computadores e da internet estruturou novos meios de produzir, consumir e circular informações para os usuários no contexto do que denominamos aqui como cibercultura. Esta pretensa cultura contemporânea, se assemelha a um movimento que atravessa os convívios sociais, coloca as redes no epicentro da informatização das sociedades contemporâneas (CASTELLS, 2016; LEMOS, 2010). Com base nos agrupamentos de interesses que a web proporciona, indivíduos e organizações se tornaram aptos a interagir de modo expressivo, formando uma rede de alcance mundial para comunicação, ao mesmo tempo, interativa e individualizada. Personalizada e anônima. Espaço de controle e resistência.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: amanda.franco@hotmail.com.

³ Docente nos cursos de Graduação em Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: katarini.miguel@ufms.br.

Neste contexto, a multiplicidade de recursos tecnológicos permite a renovação das práticas jornalísticas, intensificação da acessibilidade do usuário, e o surgimento de iniciativas em rede como as midialivristas, que nos interessam aqui na visão de Malini e Antoun (2013) e Bentes (2015), porque renovam o entendimento do jornalismo alternativo, sugerindo, para além da independência editorial, um forte potencial de mobilização e de engajamento dos cidadãos nas temáticas noticiadas. Nesta esteira, percebemos proximidade com a concepção de jornalismo ambiental e levantamos o pressuposto que os espaços de caráter midialivrista podem alargar a difusão das pautas socioambientais para uma dimensão ativista e mais pluralizada do que a permitida pela estrutura midiática convencional.

Para investigar estas iniciativas independentes de jornalismo ambiental, na ótica midialivrista, partimos então para uma pesquisa de abordagem qualitativa, com objetivo exploratório (GIL, 1999), visando mapear os grupos e coletivos que produzem conteúdos e narrativas que atravessam o tema ambiental, a partir do levantamento do Mapa do Jornalismo Independente, criado pela Agência Pública⁴. Com isso, levantamos oito iniciativas e apresentamos uma discussão preliminar, a partir das informações disponíveis nos portais, articulando com os conceitos teóricos que embasam nossos interesses de pesquisa: 1) os impactos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) na produção de informação e as possibilidades noticiosas de engajamento; 2) o conceito e a prática do jornalismo ambiental que emerge de um movimento social.

Das tecnologias e das possibilidades noticiosas de engajamento

De uma sociedade massificada, caracterizada por produção de informação em vias unilaterais, passa-se para uma sociedade informacional, em que predomina o fluxo de uma grande quantidade de informações para os interagentes, que possuem o poder de escolha, triagem e busca daquilo que lhes interessa (CASTELLS, 2012). As mudanças ocorridas com a revolução tecnológica, assim chamada pelo autor, afetaram diretamente a prática jornalística. A informática adentrou no comando de empregos e governos de maneira que modificou relações sociais importantes para a mídia (LAGE, 2001). Além de alterar o *modus operandi* do jornalismo, as TICs remodelam o conjunto de informações

⁴ O mapa tem como objetivo listar iniciativas independentes no Brasil, de forma colaborativa, que produzem conteúdo jornalístico nativo digital e não estão vinculadas aos conglomerados de mídia, empresas e organizações. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 1 jun. 2020.

a serem veiculadas, articulam a mobilização dos cidadãos e se consolidam como instrumentos poderosos a serviço do ativismo digital. É esta reflexão que trazemos aqui; do jornalismo reconfigurado nas instâncias das possibilidades ativistas, indiferente aos preceitos da objetividade, forja-se como o próprio movimento social nesta perspectiva midiavivista.

Dentro desse processo de mudança, a relação e o consumo com a notícia adquirem maior dinamicidade (RENÓ, 2011). A partir das plataformas sociais 2.0⁵ a internet começou a se referenciar como espaço de mídia alternativa, na qual grupos e movimentos sociais, com pequena inclusão nos veículos de comunicação, poderiam difundir ações e trabalhos por meio da obtenção do ambiente gratuito da rede (CAMARGO, CORRÊA, 2013).

Neste sentido, os princípios de interatividade e do que Jenkins (2009) denomina de cultura de participação, em que usuários podem conectar-se, trocar e acumular conteúdos, além de conceber uma rede de contatos mediante a disponibilização de notícias jornalísticas em formatos móveis, são materializados no contexto da comunicação em rede. Amplia-se a lógica da cultura participativa e o público não é visto apenas como consumidor inerte de mensagens, mas como indivíduos que determinam, reestruturam e compartilham produtos midiáticos em moldes que não foram originalmente programados.

Além disso, outro diferencial é que esse público não exerce estas ações de modo individualizado, e sim em agregações virtuais que excedem limites geográficos e temporais, e levam em consideração as funções exercidas pelas redes sociais online dentro do processo de circulação de conteúdo. É por meio do contexto de convergência, mudança e mobilidade que movimentos sociais, incluindo as propostas de mídia livre e independentes, surgem (ou se revigoram) na tentativa de propor novas produções, narrativas e discursos jornalísticos.

Na década de 1990, ativistas comunitários inauguraram redes de interação digital com o objetivo de conceder informações, incentivar o debate público entre os cidadãos, para defender os direitos humanos, causas femininas, além de reafirmar o poder

⁵ A web 2.0 configura-se como a segunda geração de serviços online e tem como características definidas a potencialização de modelos de organização, publicação e compartilhamento de informações, e a amplificação de ambientes para interação entre os integrantes do processo (PRIMO, 2007).

democrático a respeito de questões ambientais e de políticas locais, como ferramenta para mobilizar a sociedade (CASTELLS, 2016).

Castells (2013) afirma que historicamente os movimentos sociais se utilizam das mídias com a finalidade de mobilização para suas causas e para institucionalmente se legitimarem. Estes grupos tradicionais, até então atores políticos que dependiam das mediações de organizações jornalísticas para a difusão de seus discursos, conseguem criar seus próprios espaços e pluralizar o ecossistema informativo. As TICs fomentaram as manifestações comunicativas e propiciaram a difusão rápida e viral das ideias desses movimentos, agregações e diferentes levantes que surgem conectados em rede de formas múltiplas. “A tecnologia e a morfologia dessas redes de comunicação dão forma ao processo de mobilização e, assim, de mudança social, ao mesmo tempo como processo e como resultado” (CASTELLS, 2013, p.158).

O autor apresenta algumas características destas agregações: são simultaneamente globais e locais, amplamente espontâneas em sua origem, virais, auto-reflexivas, geram suas próprias formas de tempo. Constata-se uma conexão fundamental entre a internet e esses movimentos sociais em rede, “eles comungam de uma cultura específica, a cultura da autonomia, a matriz cultural básica das sociedades contemporâneas” (CASTELLS, 2013, p. 167). A partir dos avanços tecnológicos, cidadãos e ativistas se apropriam da internet e torna-se “factível traçar uma linha do tempo que se constitui a partir dos fóruns de discussão - e comunidades virtuais -, os e-mails, a blogosfera e o jornalismo digital cidadão e/ou alternativo impulsionado pelo movimento do software livre”. (RODRIGUES, 2018, p. 38)

Ambientes virtuais coletivos, grupos de discussão e comunidades de interesse, tornam real a comunicação compartilhada que sustenta uma sucessão de “ativismos que vai da distribuição de *hacks* à articulação de ações coletivas contra sistemas totalitários” (MALLINI, ANTOUN, 2013, p. 19-20). Neste contexto de pluralização dos atores comunicativos, a produção de informação se dá em bases mais libertárias, e a comunicação alternativa e radical (DOWNING, 2009), é ressignificada, neste não-espço e não-tempo, enquanto midialivrista (MALLINI, ANTOUN, 2013).

Os autores colocam o midialivrista como o hacker das narrativas, um indivíduo que elabora narrativas sobre fatos sociais que divergem da perspectiva de grandes conglomerados de comunicação. Em diversos momentos, esse hacker capta o sentido da

mensagem para lhe dar um outro significado ou percepção, que atua como um ruído em relação ao sentido proveniente dos meios de comunicação de massa.

O midialivrista busca produzir uma comunicação em rede que estimula novas agendas públicas fora da ordem do dia dos conglomerados tradicionais, expandindo o espaço midiático por meio de aparelhos e interfaces, como sites, blogs e em redes sociais. O midialivrismo pode ser realizado por qualquer cidadão ou por pequenos coletivos, que ao desenvolverem uma narração midiática intensa e divergente sobre os acontecimentos “se alçam como pequenas celebridades de nicho, tendo, deste modo, de arcar com uma dupla dificuldade: produzir diferença e evitar, constantemente, a captura espetacular de sua forma de vida” (MALLINI, ANTOUN, 2013, p. 24).

A partir da inserção na rede, os ativistas amplificam suas atividades tradicionais ou acabam desenvolvendo outras, visando difundir informações e reivindicações livres de mediação, buscando a mobilização para uma causa e organizando ações e protestos em rede e presencialmente. Mallini e Antoun (2013, p. 140) ressaltam que o midialivrismo “substitui as formas democráticas representativas e mediatizadas por núcleos centralizados (Estado), e seus órgãos de ação (instituições) por uma democracia de participação interativa, constituindo uma rede de ação direta”.

No midialivrismo a informação atinge um tom de “crônicas, parciais e subjetivas” coberto de parcialidade; se exerce comunicação por “afetação” e não por “discurso da verdade” (BENTES, 2015, p. 16), além de extrapolar o âmbito discursivo.

Pensando na mídia livre, podemos dizer que o sujeito qualquer, o midialivrista, diferente do jornalista corporativo, não está em um protesto, ato, manifestação, apenas para fazer o registro (ou reportar) dentro de uma relação de trabalho. Ele é um corpo da multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar e organizar, expressar, essa multidão. (BENTES, 2015, p. 14).

Estas mídias livres ganham força no cenário em rede e atuam complexificando temas, ademais de construírem narrativas que contrapõem ou complementam o discurso midiático do *mainstream*. Para tanto, se ocupam de diferentes temáticas sociais e constroem pautas de forma ativista, engajada, preocupada não só em abordar causas e consequências, como trazer soluções e se apropriar delas. Assim, caminhamos para o entendimento de como as notícias ambientais são abordadas dentro deste contexto de mobilização social e difusão tecnológica.

Do jornalismo ambiental e dos movimentos socioambientais

De acordo com Jacobi (2007), a questão ambiental no Brasil adquiriu uma visibilidade relevante no discurso dos atores que constituem a sociedade, a partir da década de 1980, e adentrou em diversos campos e atividades organizacionais, promovendo o envolvimento e engajamento de associações socioambientais, científicas e de grupos sociais e empresariais. Desse modo, desenvolveu-se uma área política composta por indivíduos que possuem cerne em movimentos sociais e ambientais, os quais passam a empregar o “socioambientalismo”, como forma de manifestação de uma identidade transversal.

O termo transfigura-se como parte constitutiva de um campo gradativamente vasto constituído por movimentos e Organizações Não-Governamentais (ONGs). “O grande ponto de inflexão do movimento ambientalista ocorre com a constituição de fóruns, coalizões e redes que têm importância estratégica para ativar, expandir e consolidar o caráter multissetorial do ambientalismo” (JACOBI, 2007, p. 465).

As preocupações ambientais expressas pelo ativismo das redes têm provocado algumas mudanças, na medida em que tanto os governos quanto as agências de financiamento multilateral introduzem crescentemente a problemática dos impactos socioambientais em suas agendas. A publicização dos riscos aumenta o grau de legitimidade e credibilidade das ONGs que buscam de forma crescente suporte técnico-científico para sustentar seus argumentos. [...] As redes se fortalecem pela sua capacidade de instrumentalizar os alcances das novas tecnologias de informação e a sua influência nos processos decisórios (JACOBI, 2007, p. 467-468).

As questões que o ambientalismo conduz estão ligadas à indispensabilidade de construir uma cidadania para os desiguais, com destaque à temática dos direitos sociais, às consequências provocadas pela degradação das condições de vida advindas pela destruição socioambiental e à precisão de expandir condutas focalizadas na sustentabilidade e na politização de riscos (JACOBI, 2007). Neste sentido, as ações de comunicação dos movimentos sociais e a prática do jornalismo especializado proporcionam o discernimento público dos efeitos ambientais, ajudam a pressionar governos e implantar políticas públicas.

A atuação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), da Associação Brasileira de Jornalismo Científico e da Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental fortaleceram de forma significativa o jornalismo ambiental, com emergência

mais significativa a partir da organização dos veículos de mídia para a Conferência Rio 92. Com uma proposta de dilatar as funções do jornalista para o sentido do engajamento, o jornalismo ambiental “trabalha comprometido com a promoção da qualidade de vida planetária, a partir de uma diversidade de fontes, olha além das consequências, em busca das causas e soluções dos problemas ambientais” (BELMONTE, 2017, p. 119).

Portanto, nota-se que na gênese do jornalismo ambiental há um diálogo com os códigos midialivristas, visto que procuram informar de maneira ativista e comprometida, buscando por pluralidade de vozes ao tentar complexificar os fenômenos para além dos fatos. Ambos prezam pela investigação, pela denúncia, pelo engajamento a partir de um posicionamento proativos e propositivo; com o objetivo de ir além dos danos e consequências (BELMONTE, 2017).

Bueno (2007, p. 35) descreve o jornalismo ambiental simplificadamente 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”. Dentre suas finalidades, o pesquisador destaca a função informativa, a qual corresponde à necessidade que cidadãos têm de se informar com pautas ambientais; a função pedagógica, que diz respeito ao esclarecimento de causas, consequências e soluções que envolvem a temática; e a função política, entendida como papel de mobilização dos cidadãos com o intuito de confrontar interesses que contribuem e/ou condicionam a deterioração das 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 [...] O Jornalismo Ambiental deve incorporar uma visão inter e multidisciplinar, que extrapola os limites dos cadernos e das editorias, porque a fragmentação imposta pelo sistema de produção jornalística fragiliza a cobertura de temas ambientais (BUENO, 2007, p. 36).

A ideia do jornalismo ambiental excede a concepção de ser uma cobertura focada apenas em questões relacionadas ao meio ambiente, ao chamado meio físico ou biológico. Trata-se dos temas alicerçados em pontos de vistas diferenciados, de maneira envolvida, comprometida com a ascensão da qualidade de vida do planeta, assim como os princípios do midialivrisimo, de modo a alertar e conscientizar a sociedade.

De acordo com Ribeiro (2019), as editorias, jornais e revistas especializados em meio ambiente deixaram de ter lugar na mídia, nos últimos anos, por questões de crise na comunicação e no jornalismo. A pauta ambiental perdeu espaço para notícias cotidianas, mas universos informativos foram se constituindo a partir dos conteúdos elaborados pelo movimento ambiental e pelas mídias de caráter midialivrista (quando esses próprios atores não se fundem e confundem). Desponta, por exemplo, a possibilidade de engajamento e sensibilização dos cidadãos por meio de distintos mecanismos e linguagens para a promoção de um discurso dos afetos, devido ao advento das TICs e de projetos transmídias⁶ e estilos *long form*⁷. (MIGUEL, FRAIHA, 2019; BUENO, 2007).

As organizações ambientalistas passaram a exceder sites e blogs tradicionais, construindo plataformas transmídias, as quais se desenrolam em espaços midiáticos distintos ou não, compostos por textos, imagens, áudios e vídeos que trazem informações diversas, constituindo um conjunto informativo que perpassa os aspectos multimídia e que pode ser visto como produções de um ciberjornalismo ambiental; “além de dispor de recursos interativos, este espaço [digital] conduz a sensibilização do público e promove a conscientização, devido à presentificação gerada no receptor em contato com essas experimentações” (MIGUEL, FRAIHA, 2017, p. 8).

Para entender como essa difusão do jornalismo ambiental se dá também em espaços pretensamente midialivristas, apresentamos na sequência um mapeamento e nossas considerações preliminares.

Das iniciativas midialivristas de interesse socioambiental

No sentido de avançar para uma proposta empírica, ainda de caráter exploratório, acessamos os portais informativos das iniciativas listadas no Mapa de Jornalismo Independente da Agência Pública e identificamos os espaços de caráter predominantemente socioambiental, a partir de uma leitura flutuante, baseada, neste primeiro momento, na própria autodefinição ali constante, e descrevemos a forma de

⁶ A narrativa transmídia configura-se por diferentes meios, várias linguagens e narrativas de modo simultâneo. Nesse conjunto estrutural, torna-se viável a relação entre todos os elementos comunicacionais existentes na construção hipermídia, como fotos, vídeos, músicas e links, fundamentando-se a partir da estrutura textual (RENÓ, FLORES, 2018).

⁷ O gênero foi marcado pelo surgimento do HTML 5. Longhi (2014) define algumas características principais desse estilo de narrativa: leitura vertical, extensa produção textual, densidade da apuração jornalística, possibilidade de divisão em capítulos ou temáticas, não obrigação de linearidade, e potencialização em conteúdos de imersão (MIGUEL, FRAIHA, 2019).

organização e o modelo de negócios apreendido; as principais temáticas abordadas; e se a proposta narrativa se aproxima dos debates midialivristas. Nossas observações e descrições foram feitas a partir dos conteúdos disponibilizados nas páginas iniciais, durante a primeira semana de outubro de 2020 (entre os dias 1 e 8).

Dividido entre seleção feita pela Agência Pública e indicada por leitores, o mapa apresenta 83 e 93 iniciativas respectivamente; muitos projetos se repetem em ambas as listas e como é colaborativa, preferimos não totalizar os números. Cruzando as iniciativas e consultando cada uma delas, encontramos apenas oito coletivos especializados na temática socioambiental. Ainda que muitas mídias ali tratem de Direitos Humanos, por exemplo, percorrendo a temática do nosso interesse, optamos por selecionar veículos que cobrem predominantemente o tema ambiental e suas correlações de sustentabilidade e degradação. Foram mapeados então os espaços: Envolverde, Conexão Planeta, Amazônia Real, Repórter Brasil, Ecodesenvolvimento, InfoAmazônia, #Colabora e O Eco.

O primeiro deles, o portal Envolverde, criado em 1998, é anterior ao debate sobre experiências midialivristas, mas ainda assim apresenta pontos de contato interessantes. É decorrência de um projeto de mesmo nome que surge em 1995 para gerenciar, no Brasil, o semanário Terramérica, realizado em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e dedicado à cobertura de meio ambiente. A iniciativa se define como uma organização que tem como objetivo principal “ampliar o conhecimento social da sustentabilidade por meio do jornalismo e da comunicação” (ENVOLVERDE). De acordo com Dal Marcondes (2014), fundador e diretor da Envolverde, o intuito da agência é produzir um jornalismo mais comprometido com o desenvolvimento humano, “dando especial destaque à cobertura de temas normalmente fora da pauta das mídias convencionais”. Neste caso, já alertamos para, ao menos no plano discursivo, o encontro com os ideais midialivristas, apesar do fundador abdicar do envolvimento direto: “muitas vezes nos perguntam se somos militantes ambientais e a resposta é sempre não. Somos jornalistas que trabalham com pautas ambientais e sociais” (MARCONDES, 2014). A Envolverde é gerida enquanto parte de uma ONG e se mantém por meio de fundos de financiamento públicos e privados, além de anúncios no próprio site de notícias e sistema para doações financeiras individuais. As abordagens principais do site versam sobre decisões governamentais, com foco na denúncia de medidas nocivas ao meio ambiente como desmatamento, queimadas, extinção da fauna e flora, violência contra indígenas, coleta de resíduos sólidos, mineração e perda da biodiversidade.

O Conexão Planeta surgiu da iniciativa de jornalistas com experiência em sustentabilidade, e se define como um coletivo de mídia com o intuito de propagar notícias, narrativas e entrevistas com o “olhar apurado” de profissionais especializados. O ativismo é declarado a partir do slogan “Inspirar para a Ação”, com posicionamento de mobilização. “Desejamos espalhar histórias de empreendedores sociais, ONGs, empresas e indivíduos que, sozinhos ou coletivamente, realizem trabalhos de impacto social, cultural, econômico e ambiental” (NUNES, CAMARGO). As principais pautas compreendem temas como preservação e proteção à natureza, aos animais e ecossistemas, consumo consciente, mudanças climáticas, mobilidade urbana e biodiversidade. É possível identificar como um portal de notícias que conta com a parceria de ONGs e fundações ambientalistas; se coloca como independente editorial e financeiramente.

A Amazônia Real foi criada em 2013 por um coletivo de mulheres e se define como uma “agência de jornalismo independente e investigativo sem fins lucrativos que dá voz às populações da Amazônia [...] em especial daquelas que têm pouco espaço e visibilidade na chamada grande imprensa” (AMAZÔNIA REAL). Identificamos a proposta de uma contra-narrativa, aqui pautada em vozes da comunidade como quilombolas, indígenas, ribeirinhos, com foco no jornalismo de opinião. Outra proximidade com o midialivrismo está na declarada defesa da democratização da informação, liberdade de imprensa e expressão. As abordagens estão focadas nas problemáticas da Amazônia e perpassam o viés dos Direitos Humanos, por exemplo, com abordagens sobre conflitos agrários, migrações, tráfico de pessoas. Além disso, traz a perspectiva de gênero e pluraliza a pauta do movimento socioambiental e do ativismo de múltiplas bandeiras (CASTELLS, 2013). Sobre o modelo de negócios, informa que se mantém com “doações dos leitores, parcerias com empresas privadas que tenham responsabilidade socioambiental com a Floresta Amazônica, e parceria com instituições filantrópicas, por meio de projetos” (AMAZÔNIA REAL).

A Repórter Brasil também antecede o debate sobre os ativismos digitais, mas atua na perspectiva da mobilização e denúncia. Se coloca na missão de estimular a reflexão e a ação sobre o desrespeito aos direitos humanos e ao meio ambiente nas cadeias produtivas do agronegócio. O foco, para além da produção jornalística, é monitorar e denunciar o trabalho em regime análogo à escravidão em frigoríficos e setor têxtil, principalmente. Os temas relacionam a superexploração do trabalho com os impactos socioambientais do uso de agrotóxico, tráfico de pessoas e trabalho infantil, por exemplo.

Seu funcionamento é por meio de uma ONG de comunicação e projetos sociais fundada por jornalistas, cientistas sociais e educadores em 2001.

O Eco é um projeto criado em 2004 pela Associação O Eco, uma ONG com atividades focadas em educação ambiental. Denominado como um site de notícias ambientais sem fins lucrativos, busca “experimentar novas tecnologias e formas de fazer jornalismo” (O ECO), o conteúdo do site é resultado do trabalho de uma rede de jornalistas, especialistas e voluntários que se dedicam à cobertura de pautas socioambientais, como o desmatamento, queimadas, invasões em terras indígenas, exploração de recursos da natureza, agronegócio, tráfico de animais, extinção da fauna e da flora, entre outros. Além de atuar como parte de uma organização que pode obter financiamento de diferentes meios, no site é possível ver anúncios publicitários e fazer doações individuais, inclusive está em andamento uma campanha de financiamento coletivo; modelo de negócios muito característico do midialivrisimo.

A InfoAmazônia é uma iniciativa criada em 2012 em parceria com a ONG *Internews* e apoio da *Climate and Development Knowledge Network* (CDKN) e da *Knight International Journalism Fellowship*, sugere-se, portanto, que é financiada por meio de tais parceiras. A rede formada por organizações e jornalistas fornece atualizações constantes de notícias de diversos meios de comunicação sobre a Amazônia, em uma espécie de curadoria, além de realizar um cruzamento com dados compartilhados por governos, universidades e institutos dos países amazônicos (O ECO). Também observamos o caráter mais colaborativo por meio do incentivo ao compartilhamento de dados e notícias. As pautas compreendem a cobertura sobre desmatamento, recursos hídricos, ataques contra indígenas, agricultura familiar, degradação causada pela pecuária, queimadas e garimpo ilegal.

O #Colabora se define como um “projeto jornalístico que aposta numa visão de sustentabilidade que vai muito além do meio ambiente” (COLABORA). Criado em 2015 com o *slogan* “Juntos, por um mundo + mais criativo, tolerante e generoso”. As reportagens são produzidas de forma colaborativa por uma equipe de jornalistas e especialistas, espalhados pelo Brasil e outros países – além de incentivarem as sugestões de pautas - nas áreas de cobertura de temas como saneamento, consumo, diversidade, desigualdade, clima, economia verde. As editorias do projeto passaram a ser pautadas em 2019 pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) e se mostram mais abrangentes, tratando, por

exemplo, de violência de gênero, diversidade sexual e educação. Declara que é financiado por “patrocínio de algumas marcas dos eventos que organizamos, de doações de fundações e da contribuição feita por leitores” (COLABORA), também aqui no sentido do financiamento coletivo.

O Portal Ecodesenvolvimento é o único que não possui postagens atualizadas; as últimas publicações datam de novembro de 2018. Consta no portal que surgiu em 2008, por iniciativa do Instituto EcoD, organização sem fins lucrativos, como uma plataforma de comunicação online especializada em sustentabilidade. O intuito do portal é “produzir, integrar e promover conteúdos relevantes para a conscientização e mobilização da sociedade em prol do desenvolvimento sustentável” (ECODESENVOLVIMENTO)

Arremate

Neste primeiro mapeamento, levantamos poucas organizações atuando predominantemente com a pauta socioambiental, o que representa cerca de 10% do total de iniciativas listadas pelo Mapa do Jornalismo Independente. Agregamos os resultados obtidos com análise exploratória das oito iniciativas, a partir dos nossos três eixos de observação.

Sobre **a forma de organização e o modelo de negócios**, identificamos que pelo menos quatro delas são fruto de atividades de Organizações Não Governamentais com trabalhos que podem ultrapassar a produção de notícias e ou se configurar como uma institucionalização necessária para a própria sobrevivência financeira. São os casos da Envolverde, Repórter Brasil, O Eco e Ecodesenvolvimento, além da InfoAmazônia que trabalha na estreita parceria com as organizações indicadas. Nesse sentido, não inviabiliza a independência editorial, mas são formas de pluralizar a experiência jornalística (e o próprio modelo de negócios) em um campo institucional, ativista e, ao mesmo tempo, de mídia alternativa, que nos despertam para novas preocupações de pesquisa. Quase todas as iniciativas, com exceção da Conexão Planeta, aceitam e incentivam as doações financeiras individuais, trazem a proposta do financiamento coletivo, numa rota de coparticipação com os usuários leitores. Mas o incentivo à participação é, muitas vezes, limitado ao envio de pautas. Só a experiência do portal #Colabora se mostra mais participativa, portanto, o engajamento parece restrito a uma sensibilização discursiva e a uma condição individual.

As **temáticas abordadas** trazem a preocupação da sustentabilidade e predominantemente o tom da denúncia, mas buscam dar amplitude para a temática ambiental, com assuntos como desigualdade, diversidade sexual, trabalho escravo, mobilidade urbana, sem negligenciar informações factuais impulsionadas pelo contexto social emergente de desmatamentos e queimadas, por exemplo, que assolaram o bioma amazônico e o pantanal no ano de 2020. No caso, as iniciativas que nos pareceram conseguir ampliar mais as pautas e oferecer conteúdos em formatos de grandes reportagens transversais são a Amazônia Real, o #Colabora e o Repórter Brasil.

No campo do **enquadramento narrativo**, nenhuma das iniciativas se coloca no escopo do midialivrisimo, e metade delas surgiu há mais de 10 anos, indicando que o ajuste conceitual é uma preocupação muito mais acadêmica do que empírica. Contudo, se aproximam da proposta midialivrista do jornalismo ambiental, aqui centralizado, ao prezarem pela questão da independência editorial e financeira, produzirem conteúdos com abordagens, fontes e preocupações que não alcançam a mídia convencional e, sobretudo, marcarem posição política e envolverem o cidadão no debate sobre as problemáticas ambientais. Nesse sentido, avaliamos que as iniciativas que mais integram esta proposta até pela condição temporal são a Amazônia Real e o #Colabora.

Em suma, o jornalismo ambiental deve dedicar-se à elaboração de conteúdos com narrativas conscientes e à eficácia de sua função social, portanto, vimos que cumprem a proposta, ainda que parcialmente. Reconhecemos que precisamos ir além e entender o plano discursivo com a análise aprofundada do conteúdo das publicações em trabalhos futuros.

Referências

AMAZÔNIA REAL. Site oficial. Disponível em: <<https://amazoniareal.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

BELMONTE, Roberto Villar. Uma breve história do jornalismo ambiental brasileiro. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 6, n. 2, p. 110-125, jul./dez. 2017. Disponível em: <<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/6656/3817>>. Acesso em: 5 mar. 2019.

BENTES, Ivana. **Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Mauad X, 2015. Disponível em: <<https://joaocamillopenna.files.wordpress.com/2017/03/midia-multidacc83o.pdf>>. Acesso em: 5 ago. 2019.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito.** **Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba: Editora UFPR, n.15, pp.33-44, jan/jun. 2007.

CAMARGO, Isadora Ortiz de; CORRÊA, Elizabeth Saad. **Jornalismo móvel e reconfiguração do ciberespaço: Para onde a tecnologia pode levar as experiências comunicacionais?** In: **7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura**. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_7_Redes_Sociais_na_Internet_e_Sociabilidade_online/25990arq36898300873.pdf>. Acesso em: 12 out. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução Roneide Venancio Majer. 17 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

_____. **Redes de Indignação e esperança** – movimentos sociais na era da internet. Editora Zahar: Rio de Janeiro, 2013.

COLABORA. Site oficial. Disponível em: <<https://projetocolabora.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

CONEXÃO PLANETA. Site oficial. Disponível em: <<https://conexaoplaneta.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

ECODESENVOLVIMENTO. Site oficial. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

ENVOLVERDE. Site oficial. Disponível em: <<https://envolverde.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

GIL. Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

MARCONDES, Dal. Entrevista: Envolverde, 16 anos. [Entrevista concedida a] PÚBLICA. **PÚBLICA**, jan. 2014. Disponível em: <<https://apublica.org/wp-content/uploads/2014/01/texto-envolverde1.html>>. Acesso em: 10 set. 2020.

FLORES, Jesús; RENÓ, Denis. **Periodismo transmedia**. Aveiro: Ria Editorial, 2018. Disponível em: <www.riaeditorial.com/index.php/periodismo-transmedia/>. Acesso em: 13 mai. 2020.

JACOBI, Pedro. Socioambientalismo. In: RICARDO, B. CAMPANILI, M (org). **Almanaque Socioambiental 2008**, São Paulo: ISA, 2007, p.461-468.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010. 295p.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MIGUEL, Katarini; FRAIHA, Mylena. Jornalismo e afetos na experiência transmídia do movimento ambiental. **Revista Observatório**. Vol. 5, n. 4, 2019. p.280-308.

MIGUEL, Katarini; FRAIHA, Mylena. **Jornalismo e Militância ambiental em plataformas transmídia**. In: Congresso Internacional de Ciberjornalismo. Campo Grande (MS): 8º Ciberjor, 2017.

NUNES, Mônica; CAMARGO, Suzana. Sobre. **Conexão Planeta**. Disponível em: <<https://conexaoplaneta.com.br/sobre/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

O ECO. Site oficial. Disponível em: <<https://www.oeco.org.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

PADILHA, Sônia. A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 50, p. 103-120, 2. sem. 2008.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, v. 9, 26 jun. 2007. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153/154>>. Acesso em: 10 set. 2020.

RENÓ, Denis Porto. Jornalismo de bolso: a produção de notícias para a blogosfera a partir de telefones móveis. **Revista TecCom Studies**. Ano 1, jun 2011. Disponível em: <<http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-2/175-jornalismo-de-bolso-aproducao-de-noticias-para-a-blogosfera-a-partir-de-telefones-moveis?showall=1>>. Acesso em: 10 out. 2019.

RIBEIRO, Malu. Qual a atenção que o brasileiro dá para a pauta ambiental. [Entrevista concedida a] Camilo Rocha. **NEXO**, 07 de jun de 2019 (atualizado 10/06/2019 às 14h28). Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/06/07/Qual-a-aten%C3%A7%C3%A3o-que-o-brasileiro-d%C3%A1-para-a-pauta-ambiental>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

REPÓRTER BRASIL. Site oficial. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

RODRIGUES, Cláudia. **Mídia Ninja: narrativas jornalísticas em disputa**. Florianópolis: Insular, 2018. 256p.