

## **Mudança do clima e novas formas de atuação no jornalismo**

### **Change hacer climate and new forms of sin journalism activities**

**Ilza Maria Tourinho Girardi<sup>1</sup>**

**Universidade Metodista de São Paulo**

**ilza.girardi@ufrgs.br**

**Cláudia Herte de Moraes<sup>2</sup>**

**Universidade do Vale do Rio dos Sinos**

**chmoraes@gmail.com**

**Eliege Maria Fante<sup>3</sup>**

**Universidade Federal do Rio Grande do Sul**

**eliege\_f@yahoo.com.br**

#### **Resumo**

O jornalismo hegemônico encontra-se em crise financeira e ética. Por conta disso, sua contribuição é considerada parca em relação à discussão sobre a mudança do clima, e todas as transformações necessárias em relação ao uso dos bens naturais e coletivos. Neste contexto, e diante da necessidade de sensibilizar as pessoas a se engajarem na causa ambiental, ressurgem as iniciativas do chamado jornalismo alternativo. Apontamos neste texto como a questão climática tem sido negligenciada pelos veículos de comunicação tradicionais, os caminhos potenciais do Jornalismo Ambiental nas mídias alternativas, bem como a necessária formação dos jornalistas e dos novos leitores.

#### **Palavras-chave.**

Mudança climática; Jornalismo Ambiental; Jornalismo alternativo.

#### **Abstract.**

The hegemonic journalism is in financial crisis and ethics. As a result, their contribution is considered sparse in relation to the issue of climate change, and all necessary changes regarding the use of natural and collective goods. In this context, and given the need to touch the people for to engage in the environmental cause, resurface the initiatives of so-called alternative journalism. We point this text as the climate issue has been neglected by traditional media, the potential ways of Environmental Journalism in the alternative media, and the necessary training of journalists and new readers.

#### **Keywords.**

Climate change; Environmental Journalism; Alternative journalism.

## Nossos desafios

A crise climática traz a emergência para uma transformação profunda na relação ser humano-natureza. Já em 1982, Capra chamou a atenção da sociedade para o “ponto de mutação”. A mudança é urgente e, com isso, se estabelece um novo foco nos estudos em todas as áreas do conhecimento. Na Comunicação não é diferente, pois os avanços tecnológicos das últimas décadas ainda trazem desafios e possibilidades que estão sendo testadas e que anunciam também um novo clima nas audiências, que estão cada vez mais ativas e atuantes.

A pauta jornalística da mídia hegemônica<sup>4</sup> quando o tema é o ambiente, é muito acanhada e não toca em questões essenciais da crise ambiental. De acordo com Moraes (2015), a abordagem midiática se foca na “disputa em torno do conceito de Desenvolvimento Sustentável” e se ancora na visão trazida pela ciência, a economia e a política, desconsiderando outros movimentos vinculados à “justiça social e ambiental”. Desta forma, o discurso dominante encobre as causas e consequências das atividades econômicas, porém este encobrimento da dimensão ambiental não fará “diminuir a entropia do sistema. Ou seja, a própria insustentabilidade da produção/consumo que é silenciada”. (Moraes, 2015, p.182).

Neste contexto, é preciso mostrar alternativas de comunicação que fazem ou podem fazer a informação sobre a crise climática circular e sensibilizar os cidadãos a mudar suas práticas e também fazerem pressão sobre os governantes para que políticas públicas adequadas aos novos tempos de mudança climática sejam instituídas. Como a informação jornalística via meios hegemônicos não consegue avançar por diversas razões, outros atores-comunidades, como as entidades ambientalistas, as cooperativas, as associações e as universidades que investem em outras formas de relação entre o ser humano e os demais seres da natureza, têm uma oportunidade de assumir esses espaços com produções jornalísticas que realmente afetem as pessoas e contribuam para a construção do conhecimento que seja capaz de impulsionar os indivíduos à ação política. Nos últimos tempos, mesmo que de forma precária, o tema da mudança climática tem aparecido na mídia, através de reportagens, documentários, entrevistas que abordam a estiagem, o desmatamento, o excesso de chuva, mas mesmo assim, parece que o público

não fica suficientemente sensibilizado a ponto de mudar suas atitudes, de participar de movimentos socioambientais, de participar de movimentos para pressionar governantes.

Nessa perspectiva, queremos, neste artigo, refletir sobre o tipo de informação que pode ser produzida pelos novos atores, bem como mostrar possibilidades de formar outros novos atores/jornalistas/comunicadores através da inclusão do Jornalismo Ambiental como disciplina nos cursos de Jornalismo e de conteúdos de leitura crítica dos meios de comunicação no ensino fundamental e médio. Atentas aos desafios que a mudança climática nos impõe, entendemos que a comunicação é também peça-chave para a transição social e cultural que já começou.

O papel social do Jornalismo é exercer uma forma de “contra-poder”, buscar um equilíbrio de poderes (Traquina, 2005) e, em nossa visão, deve dar mais espaço a quem é mais atingido pelos impactos socioambientais. Este exercício de contra-hegemonia implica evidenciar a diversidade. Por isso, um dos nossos principais desafios, segundo Moraes (2010, p.73) é:

alargar a visibilidade pública de enfoques ideológicos que contribuam para a reorganização de repertórios, princípios, e variáveis de identificação e coesão, com vistas à alteração gradual e permanente das relações sociais e de poder. Para isso, são fundamentais campanhas, mobilizações e pressões sociais por legislações que detenham a forte concentração do setor nas mãos de um reduzido número de corporações multimídias.

Assim como a mudança climática já ocorre (o aumento<sup>5</sup> da temperatura média do planeta entre 1880 e 2012 foi de 0,85<sup>0</sup> C) e tende a se intensificar devido à leniência dos países, evidenciada através dos raros e poucos investimentos na mudança da sua matriz energética bem como em educação ambiental, uma mudança nas práticas comunicativas acontece e necessita obter visibilidade e intensidade.

Por isso, tendo como norte a prática do Jornalismo Ambiental, que sugere a complexificação da pauta e horizontalização das fontes (não oficiais e não necessariamente autoridades), vamos dialogar sobre as mídias alternativas para a prática de um jornalismo alternativo ao hegemônico. Este artigo aponta para algumas possibilidades de novas narrativas e arranjos sociais, indicando que o Jornalismo deve buscar as respostas que estão sendo construídas para a necessária transição da sociedade,

em face dos graves problemas ambientais e da iminência do caos climático.

Em relação à transição da Comunicação, é necessário entender e incentivar as mídias alternativas com financiamento público e financiamento coletivo como através de campanhas de *crowdfunding*, para que o Jornalismo Ambiental, efetivamente possa existir. Depois, trabalhamos a importância da formação do jornalista e o investimento que as universidades podem fazer em programas temáticos em diferentes plataformas, como rádio, TV e internet. Em relação às políticas públicas, percebemos que é necessário um maior investimento em rádios comunitárias, cuja obtenção de outorga é considerada custosa e demorada. Por fim, discutimos a necessidade de formação de leitores críticos e aptos para a ação cidadã.

### **Espaços alternativos para o Jornalismo Ambiental**

Na Comunicação, especialmente no Jornalismo, os desafios colocados estão relacionados mais diretamente à sobrevivência de um tipo de jornalismo, que consideramos hegemônico, baseado na venda de espaços publicitários e na oferta de notícias ao consumidor. A crise do negócio é mais um fator que contribui para se repensar a ideia das audiências, muitas vezes, ainda entendidas como meras consumidoras de notícias. Tendo-as como um consumidor padrão, se supõe que estaria em busca de uma melhor oferta, o que alguns acreditam estar abundante na internet, com a proliferação de informações mesmo que sem tratamento jornalístico. Importante dizer, no entanto, que a crise não é só econômica ou do modelo de negócio, ela vai além. O jornalismo tradicional segue um modo de tratar a informação, de abordar os fatos e acontecimentos, e de se relacionar com a sociedade que também está ultrapassado, é o típico jornalismo de pensamento único, que não dá conta da complexidade dos desafios contemporâneos. Ou seja, não é uma questão apenas financeira, mas também de uma forma de atuação, um *habitus*, como diria Bourdieu (1997).

Neste contexto, abordamos as possibilidades de crescimento dos espaços alternativos para se fazer jornalismo. E, nestes espaços, identificamos as potencialidades de práticas conforme os preceitos do Jornalismo Ambiental. Começamos, portanto, com definições sobre os meios alternativos que, de forma geral, são aqueles que buscam “outros caminhos ao sistema vigente” (Guareschi; Biz, 2005, p.168). Ou seja, no momento em

que temos a busca de caminhos diferentes, guiados pela sustentabilidade e mesmo pela diversidade cultural, por exemplo, podemos nos situar no campo dos meios alternativos.

Da mesma forma, Downing conceitua como “mídia radical alternativa”, aquela que tem, em sua matriz, a cultura popular, que é “relativamente independente da pauta dos poderes constituídos e, às vezes, se opõe a um ou mais elementos dessa pauta” (Downing, 2004, p.39). O autor diz ainda que a mídia radical inclui outras manifestações da cultura moderna, como teatro de rua, murais, música, além do uso radical das tecnologias de rádio, televisão, imprensa e internet.

A imprensa alternativa, segundo **Kucinski** (1991), surgiu de uma articulação de forças compulsivas, sendo “o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade” (p. XVI). Alguns a chamavam de “imprensa nanica”, nome inspirado no formato tabloide da maioria dos jornais alternativos da época. Isso, para Kucinski, seria também uma forma de enfatizar uma “pequenez atribuída pelo sistema a partir de sua escala de valores e não dos valores intrínsecos à imprensa alternativa. Ainda sugeria imaturidade e promessa de tratamento paternal” (p. XIII).

Mas ainda há, na conceituação de jornalismo alternativo, a ideia de uma imprensa radical, como afirma **Kucinski** (1991), pois que os jornais alternativos, surgidos ainda na época da ditadura militar, possuíam quatro significados essenciais:

[...] o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e finalmente, o desejo das gerações dos anos 60 e 70, de protagonizar as transformações sociais que pregavam. (*Kucinski, 1991, p. XIII*).

Sobre este período, Oliveira (2009a) comenta que se entendia o jornalismo alternativo como práticas e experiências que buscavam um resgate de um espírito moderno, de valores éticos, que eram insuficientes dentro dos meios de comunicação em geral, já que se viviam dias de autoritarismo, inclusive dentro dos sistemas de comunicação. Fato esse que, mesmo nos dias atuais, aos quais chamamos democráticos, ainda é possível ser averiguado, pois que as estruturas dos meios de comunicação deixam o jornalista em clara desvantagem para o exercício pleno de suas atividades através de

rotinas produtivas intensas e com reduzido tempo de apuração das informações.

Atualmente, no cenário de grande fluxo informativo, especialmente trazido pelas redes de comunicação e internet, aprofundou-se a crise do jornalismo hegemônico. Ao mesmo tempo, temos como pilar essencial da sociedade moderna a própria democracia e, neste sentido, é possível acreditar que se juntando a democracia, ainda recente na América Latina, ao acesso das suas comunidades à internet, o jornalismo alternativo possa também estar em terreno mais fértil que outrora, quando grassavam em nosso continente amarras contra a liberdade do povo.

Oliveira (2009a) afirma que o cenário atual comporta o surgimento de fatos positivos, como o de “novos protagonismos midiáticos”. Ou seja, ao perder o monopólio de trazer as novidades do mundo aos leitores, as empresas jornalísticas deixam espaço para que a população também passe a produzir informação.

Assim, concordamos com Downing, acerca do termo audiência, que pode significar mais que meramente consumidores de informações: “se as audiências são redefinidas como usuários da mídia em vez de consumidores, como ativas em vez de acríicas, como variadas em vez de homogêneas, então o termo pode se libertar de grande parte de sua bagagem puramente mercadológica” (Downing, 2004, p. 40).

O protagonismo exercido pela Agapan<sup>6</sup> através do seu blog institucional ao problematizar e aprofundar a questão do corte de milhares de árvores em Porto Alegre (RS, Brasil) às vésperas da realização da Copa do Mundo Brasil FIFA 2014, caracteriza o exercício dessa nova audiência. O resultado foi a imprescindível contribuição para desestabilizar uma política pública de ampliação de vias para o tráfego de veículos e a inclusão do debate sobre mobilidade urbana e planejamento urbano na esfera pública (Fante; Moraes, 2014).

O acesso à internet, dentre outras mídias alternativas, tem facilitado nos dias de hoje a prática de um jornalismo alternativo, se compararmos ao caso das rádios comunitárias ou dos jornais impressos alternativos, porque ambos dependem de recursos financeiros que viabilizem a implantação (redação ou estúdio) e a impressão das edições. No Brasil, o maior obstáculo ainda é a concessão da outorga para as rádios e a principal

reivindicação é a atualização do Código Brasileiro de Telecomunicações cuja Lei 4.117 é de 1962.<sup>7</sup>

Recentemente, no Brasil, o Ministério das Comunicações prometeu um Plano Nacional de Outorgas com redução no número de documentos solicitados (de 33 para 10), como se este fosse o maior empecilho enfrentado pelos radiocomunicadores comunitários. Eles denunciam que o governo “prioriza a análise de pedidos de emissoras ligadas a políticos e a empresários”, e a demora na resposta dos pedidos e regularização provoca o fechamento das rádios pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e pela Polícia Federal. Não sem a prisão e condenação do comunicador comunitário para prestação de serviços à comunidade mais uma multa que pode ser de R\$ 10 mil. Ou seja, um total desincentivo à busca por uma comunicação comunitária cujo raio é de apenas 1 km. (Silva, 2015).

Há ações no Brasil com vistas a impedir ou limitar a existência de monopólios e oligopólios nas comunicações, como projetos de lei no Legislativo e uma campanha popular. O PL 6667 de 2009, por exemplo, proíbe a propriedade cruzada, impedindo que uma concessionária de televisão tenha também uma rádio no mesmo município e vice-versa. E o Projeto de Lei 4026 de 2004, determina que a operação de emissoras em rede não poderá alcançar audiência nacional superior a 50% dos lares em qualquer horário. A Constituição Federal é de 1988, mas para tentar viabilizar a regulamentação de seis artigos que tratam da Comunicação, como o 220, que proíbe monopólios e oligopólios diretos e indiretos, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), encabeça a Campanha em favor da Lei da Mídia Democrática, que busca 1, 4 milhão de assinaturas<sup>8</sup> para que o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica, seja recebido e apreciado pelos legisladores do país.

Contudo, mesmo que a internet independa de outorga, grande parte da população, vítima da desigualdade social, não tem acesso ou não com constância<sup>9</sup> à internet ou às plataformas, por não poder adquirir um computador ou um telefone que possibilite a conexão a redes de dados para acesso à internet. De qualquer maneira, merecem destaque iniciativas de jornalismo alternativo veiculado pela internet, proveniente de ONGs, fundações, entidades socioambientais e de defesa de direitos e de grupos de jornalistas



que realizam campanhas de autofinanciamento, como *crowdfunding*:

Cabe agora a nós, profissionais, mostrar ao público que ele é parte indispensável na sobrevivência de iniciativas jornalísticas. [...]. O novo desafio colocado diante dos profissionais é como conquistar também a confiança para uma relação de mão dupla, em que os leitores, ouvintes, telespectadores e internautas deixam de ser apenas pagantes para ser financiadores. É uma responsabilidade adicional, na qual os jornalistas passam a incorporar a questão da sustentabilidade como uma das condições para o exercício da profissão, fora do ambiente corporativo e industrial. (Castilho, 2015).

Trata-se de um fenômeno interessante e que está propiciando o surgimento, de certa forma, de um jornalismo alternativo dentro de uma mídia alternativa (a internet, livre e gratuita) resultado também das demissões em massa que a mídia hegemônica vem causando. Segundo Bruno Paes Manso (2015), o jornalismo brasileiro está sendo “reinventado”. Ele criou o *startup*<sup>10</sup> “Ponte” para tratar de segurança e direitos humanos e a principal dificuldade é o financiamento. Ele acredita que os cidadãos devem pensar sobre o significado do jornalismo para a democracia e qual o tipo de jornalismo que não pode morrer. Manso (2015) explicou que a “Ponte” atua com a missão de controlar desvios de poder com o jornalismo fazendo contrapeso dos poderes existentes como polícia, justiça, empresas, etc., e também com um trabalho de conhecer histórias e narrativas que contribuam para quebrar o senso comum, os estereótipos, os clichês, as visões simplistas.

A partir do que chamou de “desmonte da grande imprensa” se referindo à atual onda de demissões, Laura Capriglione (2015) enxerga o começo de uma reação que mostra a força do jornalismo.

O fato de as empresas estarem doentes, não significa que o jornalismo esteja em crise. O momento é interessantíssimo porque estamos descobrindo as virtudes de trabalhar em rede. Nós, “Jornalistas Livres”, trabalhamos com um monte de coletivos, e em vez do somatório das audiências temos a exponenciação desta capacidade de abrangência.

A prática deste jornalismo alternativo à mídia hegemônica não é ativista simplesmente por integrar o grupo de trabalho da entidade, mas sim porque os profissionais são identificados com a causa. Segundo Laura Capriglione (2015), dos “Jornalistas Livres”, o jornalismo tem que ter opinião e ser mais transparente. O grupo de

voluntários uniu-se em março de 2015 e, recentemente, lançou uma campanha para arrecadar recursos em uma plataforma de *crowdfunding*. “Não podemos esperar pela democratização da mídia, temos que ocupar os espaços. A nossa militância é pelo jornalismo de qualidade e em defesa dos direitos humanos,” disse. Conforme Bueno (2007), apenas sendo militante poderá o jornalista encontrar forças para resistir às pressões empresariais ou dos governos, de patrocinadores ou reféns de grandes interesses.

Bittencourt (2013) estudou a questão ambiental amazônica em sua tese de doutorado, e afirma que não é possível abordar o tema fora do jornalismo alternativo, pois se trata de uma consequência das características da questão ambiental e do contexto político. Isso se dá por conta das amarras da mídia hegemônica, atrelada ao capital, para a qual só há um modelo de desenvolvimento possível. Desta forma, pensamos que o Jornalismo Ambiental se relaciona diretamente com este espaço alternativo, porque mostra outros pontos de vista, novas formas de atuação em relação ao ambiente, propostas que questionam radicalmente o tipo de desenvolvimento pregado no capitalismo, e que é responsável pela crise ambiental global.

Para Oliveira (2009b), não está em jogo apenas a defesa de valores da democracia, “mas de uma atitude radicalmente democrática, que passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos os segmentos sociais, rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais; pela plena referência na produção das informações no sujeito-cidadão e não no sujeito-consumidor” (Oliveira, 2009b, p.6). E aqui, retornamos ao Jornalismo Ambiental, que tem como dever de ofício buscar no saber ambiental e nas comunidades tradicionais, uma leitura de mundo para além da exploração de bens naturais, que estão em processo de esgotamento.

O Jornalismo Ambiental praticado conforme seus preceitos atua na perspectiva da contracomunicação porque faz circular aquilo que não tem visibilidade nos grandes meios de comunicação. Numa perspectiva mais abrangente o mesmo acontece com a comunicação alternativa, que é tratada por Peruzzo como uma contracomunicação. Isso significa trazer de movimentos populares e comunidades, a expressão de seus anseios e contextos. Com isso, diz a autora, é possível “oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da

população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social” (Peruzzo, 2009, p.132).

Desta forma, a participação deve ser entendida como “elemento central do nosso tempo, em que os cidadãos têm a possibilidade de serem incluídos mais fortemente na discussão da vida social, trazendo luzes para as preocupações ambientais” (Girardi *et al.*, 2012, p.149). E é nisso que se foca o Jornalismo Ambiental para que ocorra a transformação social, a ampliação da democracia e do debate sobre os problemas ambientais, a biodiversidade e a construção de modos de vida sustentáveis.

### **Questões ambientais que não aparecem na mídia**

A única forma de haver um jornalismo plural é haver vários jornalismo, ou seja, jornalismo feito pelas comunidades, jornalismo feito pelas associações, jornalismo feito por ONGs, jornalismo feito por empresas jornalísticas de diversos portes, e assim por diante. Contudo, além de garantir a existência física destes jornalismo, é fundamental viabilizar o acesso do público através de financiamentos públicos e conscientização geral para que invistam/anunciem nos veículos das mídias descentralizadas (alternativas e/ou independentes).

É urgente haver uma maior visibilidade e intensificação sobre este debate da escassez do petróleo. Dentro do sistema político-econômico-comunicacional hegemônico, cabe ao jornalismo alternativo apurar esta contrainformação.

A importância do processo de produção tanto quanto ao produto final reside no fato da experiência de jornalismo alternativo não ser apenas uma transmissão de conteúdos alternativos mas também a apresentação de novas possibilidades de ambiências. (OLIVEIRA, 2009b, p.7).

A primeira questão que surge ao tratar do fim do acesso fácil ao petróleo e a escassez de recursos é como vai ficar o transporte, pois representa 61% do consumo de combustíveis líquidos no Brasil<sup>11</sup>. Discutir transporte é o mesmo que discutir mobilidade urbana e atinge ainda o patamar do planejamento urbano que, após os anos 1950, se caracterizou no Brasil pela rodoviarização. Conforme o divulgado pelo Laboratório de Sistema de Transportes (Lastran/UFRGS), 62,6% da matriz brasileira é rodoviária, 19,9% ferroviária e o restante se divide entre aquaviária, aérea e dutoviária. Sendo que, em

alguns estados, como o Rio Grande do Sul, a dependência do transporte rodoviário chega a 80%. (Nenê, 2015).

Ou seja, discutir mobilidade urbana implica tratar do transporte coletivo (ônibus, trem, metrô), ciclovias, hidrovias e de outras tecnologias como veículos movidos a energia solar, elétrica, a hidrogênio, entre outros. No todo, implica tratar de eficiência energética. No Brasil, lamentavelmente, a exploração do Pré-Sal surge como uma política em resposta à crise do petróleo, e dentro da economia do crescimento. Sobre este impacto é preciso considerar que também não é um recurso renovável e que este neoextrativismo<sup>12</sup> proporciona ainda mais emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), (metano, dióxido de carbono, etc.), causadores do aquecimento global. Esta saída, vista por alguns como uma política de Desenvolvimento Sustentável, traz a continuidade do modelo que trouxe a este desfecho de mudança climática.

Já a extração de gás natural, através da fratura hidráulica ou *fracking*, suscita campanhas contra e a favor em países vizinhos ao Brasil. Mais uma forma de neoextrativismo, cujo recurso também não é renovável, e tanto quanto ou mais impactante à biodiversidade que a exploração do Pré-sal e atualmente do petróleo.

Ao mesmo tempo, o Brasil foi pioneiro em lançar uma política de biocombustíveis, renomeada pelos movimentos socioambientais como agrocombustíveis. As principais críticas estão sobre os monocultivos que ratificam a concentração de terras com o agravante de ser esta produção destinada à transformação em combustível em detrimento da soberania alimentar. Sem esquecer as inúmeras denúncias de uso de trabalho escravo, de trabalho infantil e de desmatamento.

As soluções apresentadas por meio de políticas públicas, com o suporte/apoio de órgãos político-econômicos transnacionais (Comissão Econômica para a América Latina e Caribe das Nações Unidas (Cepal); Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), etc.), visam especialmente: (1) manter a economia do crescimento, (2) manter os valores vigentes na sociedade como o individualismo e a “carrocracia”, (3) não são inclusivas nem socioambientalmente justas, porque não propiciam a rediscussão dos papéis sociais.

Essa rediscussão, de certa forma, veio proposta na Encíclica “Louvado Seja”, através da qual o Papa Francisco condena o desenvolvimento focado no consumismo e no lucro imediato. Segundo Frei Betto (2015), que foi consultado pelo Papa, ele disse que salvar o planeta é salvar os pobres, as pessoas vítimas de invasões de terras indígenas, de contaminação das águas, do uso abusivo de agrotóxicos e de energia fóssil. Ao mesmo tempo, ele criticou as reuniões entre os países sobre a questão ambiental cujos acordos ou não saem do papel ou não correspondem à necessidade real.

Essa “desconexão com o mundo real” foi tema da análise de Ferreira (2015) ao término da reunião preparatória à COP21<sup>13</sup> que aconteceu na Alemanha em junho de 2015. Ele que integra o Observatório do Clima, disse que a proposta feita pelos representantes de Alemanha, Canadá, Estados Unidos, França, Itália, Japão e Reino Unido de descarbonização das economias desses países através da reestruturação dos setores energéticos, ainda neste século, “[...]pressupõe um nível de intervenção e alteração da realidade que vai muito além do que está sendo discutido hoje”.

Há indícios de que a humanidade caminha para uma reestruturação dos setores energéticos nos seus países? Segundo a imprensa (Reis, 2014), apenas o Brasil, um dos países emergentes, possui um automóvel para cada quatro habitantes, sendo que das dez cidades com mais carro por habitante nove estão na região Sudeste. Da frota total brasileira (45.444.387), 35 milhões de veículos estão nas regiões Sudeste e Sul sendo que a primeira tem quase três vezes mais veículos do que a segunda, e dez milhões de veículos distribuem-se entre as regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte com grande desigualdade. Para a fonte jornalística (da Ciência), “é preciso mudar a matriz de transporte”, “tirar o combustível poluente, generalizar o uso da bicicleta, especialmente a elétrica, implantar mais ciclovias, reduzir drasticamente as emissões e os custos para as pessoas”. Ela entende que o maior problema é a falta de racionalidade quando, “numa cidade como São Paulo, 6,5 milhões de pessoas indo para o trabalho todo dia, para os mesmos destinos, de carro e na mesma hora”.

A notícia não intenta debater a crise do petróleo, mas vimos que este desenvolvimento não é sustentável, muito menos para as futuras gerações, neste contexto de neoextrativismo e mudança climática. Por isso, não passam de falsas soluções.

Portanto, discutir escassez do petróleo, transporte e crise ambiental em um contexto de mudança climática, ao final, implica discutir a visão de mundo dominante e o paradigma desenvolvimentista vigente.

Devemos considerar ainda que até aqui falamos apenas da questão do transporte relacionada ao petróleo, mas não podemos esquecer da agricultura moderna nem da petroquímica. Afinal, é a partir das matérias-primas do petróleo (gás natural, gases liquefeitos de petróleo, gases residuais de refinaria, naftas, querosene, parafinas, resíduos de refinação de petróleo e alguns tipos de petróleo cru) que se produzem os insumos de uma indústria altamente lucrativa e empregadora, dentre outras, a dos fertilizantes e a dos plásticos. Com isso, vislumbramos o tamanho do desafio ao se propor “descarbonizar” a economia ou reestruturar os setores energéticos de um país.

### **A formação de novos atores/jornalistas/leitores para fazer frente à mudança climática**

#### **Os jornalistas**

Para fazer frente à necessidade de mudança que a crise climática está nos impondo avaliamos até aqui como o jornalismo praticado pelos veículos de comunicação hegemônicos tem se comportado e apontamos a necessidade do tema ambiental ser abordado pelas diversas mídias. Destacamos, ainda, a função crucial do jornalismo alternativo atuando na perspectiva da contrainformação, para romper com a barreira do pensamento hegemônico que impede os avanços necessários quando discutimos o que precisa ser feito para garantir a qualidade de vida de todas as espécies.

A formação dos jornalistas é outro aspecto que precisa ser considerado para que o Jornalismo Ambiental seja qualificado e cumpra com o papel de informar corretamente, contextualizando o tema abordado, dando conta da complexidade que o envolve, mostrando suas conexões com outros eventos, dando voz aos diversos atores que têm algo a dizer. Como já mencionamos, para falar sobre o aquecimento do planeta, sobre a falta de água, sobre a produção de alimentos ou sobre as enchentes, precisamos ouvir não somente os cientistas, as autoridades, mas também as pessoas que são atingidas.

Por isso a temática ambiental deve estar presente no currículo do curso de Jornalismo, em suas diversas disciplinas, para que o estudante, durante o processo de

formação, compreenda que o enfoque ambiental não deve ser abandonado nas análises econômicas e políticas relativas, por exemplo, à construção de hidrelétricas, espaço urbano ou empreendimentos do agronegócio. Outros aspectos como os sociais e culturais também devem ser enfocados. E essa é uma exigência da racionalidade ambiental que precisa ser incorporada pelos jornalistas para que eles sejam capazes de cumprir com a sua função social. De acordo com Leff (2009, p.22):

A racionalidade ambiental abre um mundo pleno de muitos mundos por meio de um diálogo de seres e saberes, da sinergia da diversidade e da fecundidade da outredade, de uma política da diferença. O pensamento da complexidade ambiental leva assim a compreender o mundo no rumo do ser com a natureza, e do ser com o outro e com o Outro, transbordando a relação de conhecimento entre conceito e real para um diálogo de saberes.

Vários cursos já possuem disciplinas com conteúdos ambientais, como Jornalismo Ambiental, Comunicação e Educação Ambiental, Comunicação e Cidadania, Seminário de Comunicação Socioambiental, o que é positivo pela possibilidade de despertarem nos estudantes o interesse pela questão ambiental.

A presença do meio ambiente no curso foi reforçada pelas Novas Diretrizes Curriculares para o Curso de Jornalismo, que destacam:

O egresso do Curso de Jornalismo é o jornalista profissional diplomado, com formação universitária ao mesmo tempo generalista, humanista, crítica e reflexiva. Esta o capacita a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania dando conta, por um lado, da complexidade e do pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas e, por outro, dos fundamentos teóricos e técnicos especializados. Dessa forma terá clareza e segurança para o exercício de sua função social específica no contexto de sua identidade profissional singular e diferenciada dentro do campo maior da Comunicação. (Brasil, 2013).

No tópico Competências: Conhecimentos, Habilidades, Atitudes e Valores a serem desenvolvidos, encontramos entre as competências gerais:

Compreender e valorizar como conquistas históricas da cidadania e indicadores de um estágio avançado de civilização, em processo constante de riscos e aperfeiçoamento: o regime democrático, o pluralismo de ideias e de opiniões, a cultura da paz, os direitos humanos, as liberdades públicas, a justiça social e o desenvolvimento sustentável. (Brasil, 2013, grifo nosso).

Mesmo tendo críticas ao conceito de desenvolvimento sustentável reconhecemos

que o texto das diretrizes representa um avanço e inspira a reformulação dos currículos dos cursos, muitos dos quais incluíram a disciplina de Jornalismo Ambiental na grade em caráter obrigatório. O Jornalismo Ambiental, assim como as demais disciplinas que possuam conteúdos sobre meio ambiente, além de proporcionarem informações para que os estudantes possam refletir e produzir conhecimento, também promovem a educação ambiental ao evidenciar a necessidade da construção de uma sociedade sustentável, pautada em relações éticas e de respeito à biodiversidade. No atual contexto em que o modelo capitalista mostra o seu esgotamento, os estudantes terão a oportunidade de refletir e, como cidadãos, de adotar práticas culturais sustentáveis, o que influenciará sua vida profissional no futuro.

### **Os novos leitores**

Além do enfoque na formação dos jornalistas, esses tempos de crise impõem novos desafios e exigem que novos leitores críticos entrem em cena. Os espaços mais adequados para essa tarefa são as escolas e os projetos de leitura crítica dos meios de comunicação desenvolvidos pelas organizações não governamentais e pelas universidades.

A forma mais comum de trabalhar com os meios de comunicação em sala de aula é através da coleta de notícias como conteúdos de atualidade que permitem exercícios de análise sobre os temas que estão sendo estudados no momento. Assim os estudantes podem buscar informações sobre a mudança climática em diversos veículos de comunicação, possibilitando a verificação de peculiaridades na abordagem e até da falta de visão crítica, sobre por exemplo, a exploração do petróleo na camada do pré-sal.

O jornal escolar é outro meio que permite o desenvolvimento da leitura crítica através da compreensão do processo de produção da notícia. Por sua vez, o estudante vai aprender que a edição da notícia passa pelas diversas escolhas que serão feitas pelo editor até que a notícia seja divulgada. Essas escolhas são guiadas pela visão de mundo do jornalista, pelo entendimento que tem sobre o tema abordado e pelos próprios constrangimentos vindos da publicidade e dos interesses econômicos aos quais o jornal está relacionado.



Desta forma, ao terem como pauta a mudança climática e os processos de transição necessários para cumprirmos as metas de redução de emissões de gases de efeito estufa, os jovens, desde o período escolar, poderão meditar sobre os caminhos a serem seguidos para a correção dos rumos e construção de um mundo verdadeiramente sustentável.

Apresentamos aqui o exemplo do jornal, que poderá ser impresso ou mural. Existem muitas experiências bem sucedidas com produção de vídeos, blogs, histórias em quadrinhos, programas de rádio em ambiente escolar. Morigi, Correa e Guindani (2014, p.56) estudando a potencialidade das mídias escolares na construção da cidadania destacam:

A proposta de rádio-escola também possibilita aos alunos um envolvimento com outros espaços educativos. Tais oportunidades fomentam outras aprendizagens, pois tornam-se lugares onde os sujeitos comunicadores formulam e problematizam as pautas para seus informativos, entrevistas e debates na programação da rádio-escola. Assim, a cidadania se efetiva na medida em que o processo educativo se amplia e se redimensiona, o que também ativa nos alunos comportamentos ou atitudes reflexivas críticas sobre os acontecimentos que os cercam.

Como afirmam os autores, esse também é um processo de construção de cidadania comunicativa, conceito criado por Mata (2006, p.14) e que compreende “[...] o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda no terreno da comunicação pública o exercício desse direito”. Daí surge a noção de cidadania comunicativa ideal, também criada por Mata (2006) e que Morigi, Correa e Guindani (2014, p.53) explicam que “se relaciona com aquelas ações comunicacionais que geram a participação e a estruturação de práticas críticas a tudo aquilo que gera a desigualdade de participação e de voz no ambiente escolar”.

Sendo assim, percebemos as oportunidades que a crise climática oferece para que a formação dos jornalistas e a formação dos novos leitores seja enriquecida por conteúdos e debates que estimulem a cidadania a assumir as rédeas da construção do futuro.

### **Considerações finais**

Retomando o início deste texto recordamos nosso propósito de fazer uma avaliação da prática jornalística nos veículos hegemônicos mostrando o seu descompasso em relação às medidas urgentes que a mudança climática está a exigir de todos os campos

do conhecimento. O Jornalismo é um dos campos que tem muita responsabilidade no processo de mostrar os riscos e apontar as soluções que envolvem vários aspectos e entre eles a mudança no comportamento para definitivamente passarmos a adotar no presente práticas não agressivas ao equilíbrio ecológico e nos voltarmos para o viver de forma sustentável motivados pela ética do cuidado e pelo respeito conosco e com todos os seres.

Acreditamos firmemente que esse outro caminho é possível e que precisa ser implementado através de acordos entre os países e assumidos em forma de política governamental. Organizações não governamentais, associações de jornalistas e agências de notícias, universidades, entre outras instituições, já promoveram cursos de formação para jornalistas a fim de prepará-los a assumir a tarefa importante de informar o leitor, ouvinte, telespectador e internauta para que eles, devidamente informados, possam tomar decisões enquanto cidadãos conscientes, sobre a vida que desejam para si e para todos aqueles que por diversas razões não podem participar da assinatura dos acordos no presente como os demais seres da natureza e todos aqueles que ainda não nasceram.

A mudança de rumos dos meios jornalísticos hegemônicos é necessária, mas o foco pode ser dirigido às mídias alternativas como espaços perfeitos para o exercício do Jornalismo Ambiental de qualidade, como procuramos demonstrar. Além disso, a formação dos novos leitores/produtores através dos projetos de leitura crítica abrem a possibilidade da criação de espaços democráticos de participação em iniciativas que dizem respeito à vida de todos nós. É necessário que os governos assumam a liderança e que, no caso brasileiro, o Ministério da Educação e as Secretarias de Educação dos Estados promovam seminários com os professores, pais e outros segmentos da comunidade escolar, para que as estratégias e as metodologias sejam pensadas e efetivamente adotadas em todo o país.

### Referências

- Acosta, A. (2012). O Buen Vivir. Uma oportunidade de imaginar outro mundo. In *Um campeão visto de perto*. Uma Análise do Modelo de Desenvolvimento Brasileiro. Série Democracia. Publicado pela Heinrich-Böll-Stiftung. p. 211. Disponível em: [http://br.boell.org/sites/default/files/democracia\\_inside\\_a\\_champion\\_port\\_final.pdf](http://br.boell.org/sites/default/files/democracia_inside_a_champion_port_final.pdf)
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. RJ: Jorge Zahar.

- Bueno, W. da C. (2007). *Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa*. São Paulo: Mojoara.
- Brasil. Ministério da Educação (2013). Conselho Nacional de Educação. *Resolução nº 1 de 27 de setembro de 2013*. Recuperado em maio, 2015, de [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=19121&Itemid=866](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19121&Itemid=866)
- Capra, F. (1982). *Ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. SP: Cultrix.
- Capriglione, L. (2015, Junho 11). In Empresa Brasil de Comunicação (EBC). *Diálogos EBC debate as novas formas de produzir e disseminar notícias*. Brasília, DF: EBC. [vídeo]. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2015/06/dialogos-ebc-debate-novas-formas-de-produzir-e-disseminar-noticias>
- Castilho, C. (2015, Junho 12). O jornalismo e a nova economia política da informação. *Observatório da Imprensa*. Recuperado 20 junho, de <http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/o-jornalismo-e-a-nova-economia-politica-da-informacao/>
- Downing, J. D. H. (2004) *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo, SP: Editora Senac.
- Empresa de Pesquisa Energética (EPE). (2006). O consumo de combustíveis líquidos no Brasil. In *Plano Nacional de Energia 2030*. Disponível em: [http://www.epe.gov.br/PNE/20070625\\_6.pdf](http://www.epe.gov.br/PNE/20070625_6.pdf)
- Fante, E. M.; Moraes, C. H. (2014). Blog institucional como espaço de reformulação do conceito de audiência no webjornalismo: estudo de caso Agapan. *Anais XII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil.
- Ferreira, A. L. (2015, Junho). In Por que a promessa de descarbonização do G7 não combina com o mundo real. *Blog do Planeta*. Disponível em: <http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2015/06/por-que-promessa-de-descarbonizacao-do-g7-nao-combina-com-o-mundo-real.html>
- France Press. (2014, Novembro 2). Concentrações de gases do efeito estufa são maiores em 800 mil anos. *Portal G1*. Disponível em: <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2014/11/concentracoes-de-gases-do-efeito-estufa-sao-maiores-em-800-mil-anos.html>
- Frei Betto. (2015, Junho 19). A encíclica verde. *O Globo*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/a-enciclica-verde-16489782>
- Girardi, I. M. T.; Massierer, C.; Loose, E. B.; Schwaab, R. (2012, Jul/Dez). Jornalismo Ambiental: caminhos e descaminhos. *C&S*, 34 (1), 131-152.
- Guareschi, P. A.; Biz, O. (2005). *Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve*

saber sobre mídia. Petrópolis, RJ: Vozes.

- Kucinski, B. (1991). *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo, SP: Página Aberta.
- Leff, E. (2009, Set/Dez). Complexidade, Racionalidade Ambiental e Diálogo de Saberes. *Educação & Realidade UFRGS*, 34 (3), 17-24.
- Manso, B. P. (2015, Junho 11). In Empresa Brasil de Comunicação (EBC). *Diálogos EBC debate as novas formas de produzir e disseminar notícias*. Brasília, DF: EBC. [vídeo]. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2015/06/dialogos-ebc-debate-novas-formas-de-produzir-e-disseminar-noticias>
- Mata, M. C. (2006, Jan/Abr). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras: estudos midiáticos*, VIII (1), 5-15.
- Moraes, C. H. (2015). *Entre o clima e a economia: enquadramentos discursivos sobre a Rio+20 nas revistas Veja, Época, Isto É e Carta Capital*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Comunicação e Informação), Porto Alegre, RS, Brasil.
- Moraes, D. (2010, Jan/Jul). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Debates*, 4 (1), 54-77.
- Morigi, V.; Corrêa, F.; Guindani, J. F. (2014, Jul/Dez). Mídias Escolares: a cidadania na prática da Educomunicação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, 2, 51-59.
- Nenê, U. (2015, Abril). Hora de voltar aos trilhos. *Extra Classe*. Disponível em: <http://www.extraclasse.org.br/edicoes/2015/04/hora-de-voltar-aos-trilhos/>
- Oliveira, D. (2009a, Dezembro). O jornalismo alternativo na contemporaneidade. I *Curso de Difusão Cultural em Jornalismo Popular e Alternativo*. São Paulo, SP, 7 a 11.
- Oliveira, D. (2009b, Novembro). Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta. *Anais VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo, SP, Brasil.
- Peruzzo, C. M. K. (2009, Junho). Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. *Revista Galáxia*, 17, 131-146.
- Possamai, A. J. (2015, Junho). *Acesso à Internet e exclusão digital no Brasil*. Disponível em: <http://carta.fee.tche.br/article/acesso-a-internet-e-exclusao-digital-no-brasil/>
- Reis, T. (2014, Abril 10). Com aumento da frota, país tem 1 automóvel para cada 4 habitantes. *Portal G1*. Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2014/03/com-aumento-da-frota-pais-tem-1-automovel-para-cada-4-habitantes.html>
- Silva, A. (2015, Abril 11). Plano vai diminuir burocracia para concessão de rádios comunitárias, promete ministério. *Brasil de Fato*. Disponível em: <http://www.brasildefato.com.br/node/31801>

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.

### Notas

---

<sup>1</sup> Mestra em Comunicação Científica e Tecnológica pela Universidade Metodista de São Paulo (Brasil) e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (Brasil). Jornalista, é professora na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no Brasil. Desenvolve pesquisas com ênfase em Jornalismo Ambiental. E-mail: [ilza.girardi@ufrgs.br](mailto:ilza.girardi@ufrgs.br)

<sup>2</sup> Mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Brasil) e doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no Brasil. Jornalista, é professora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no Brasil. Pesquisa as áreas de jornalismo, Meio Ambiente e discurso jornalístico. E-mail: [chmoraes@gmail.com](mailto:chmoraes@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestra em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no Brasil. Jornalista, editora da Ecoagência Solidária de Notícias Ambientais ([www.ecoagencia.com.br](http://www.ecoagencia.com.br)) e assessora de comunicação do grupo de pesquisa científica Rede Campos Sulinos. Pesquisa as áreas de jornalismo, ecologia e discurso jornalístico. E-mail: [eliege\\_f@yahoo.com.br](mailto:eliege_f@yahoo.com.br)

4 Sistema de produção de sentido dominante formado por grandes empresas de comunicação que exercem monopólios ou oligopólios no setor. (MORAES, 2010).

5 Disponível em: <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2014/11/concentracoes-de-gases-do-efeito-estufa-sao-maiores-em-800-mil-anos.html>

6 Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural. In Fante, E.M.; Moraes, C.H. (2014).

7 Este pleito é ignorado pelos congressistas, não sem um motivo: em 2008, 271 deles eram sócios ou diretores de veículos de comunicação. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos>

8 A Constituição Federal diz que um projeto de lei de iniciativa popular precisa ter a adesão de 1% do eleitorado nacional, em cinco estados diferentes.

9 “A Internet está presente na larga maioria dos domicílios com rendimento mensal *per capita* superior a cinco salários mínimos (85,5%) e entre três e cinco salários mínimos (78,6%), ao passo que não atinge nem metade dos lares com rendimento entre meio e um salário mínimo (38,4%) e de um quarto a meio salário (28,6%). Segundo o nível de instrução, mais de 90% da população com superior incompleto ou completo é usuária da Internet, mas somente 45,6% e 29,9% das pessoas com fundamental completo e incompleto o são respectivamente.” Disponível em: <http://carta.fee.tche.br/article/acesso-a-internet-e-exclusao-digital-no-brasil/>

10 Sites independentes, com fins lucrativos e sem fins lucrativos, especializados em temas determinados, como o sistema judicial, educação e injustiça social no Brasil, que estão surgindo há dois anos no país. Disponível em: [http://abraji.org.br/?id=90&id\\_noticia=3089](http://abraji.org.br/?id=90&id_noticia=3089)

11 Outros: residências 7,1%; indústria 6,9%; agropecuária 5,9%; geração de energia elétrica (inclui autoprodução) 3,0%; setor energético 1,5%; serviços 1,4% e uso não-energético 13,1%. (EPE, 2006).

12 Possui como características “[...] um maior envolvimento do Estado na gestão do setor exportador primário e na distribuição da renda de mineração ou petróleo. No entanto, este extrativismo do século XXI sustenta a integração internacional subordinada e funcional à globalização do capitalismo transnacional. Além disso, este extrativismo exacerbado faz pressão a favor de uma crescente fragmentação territorial e da consolidação de enclaves extrativistas associados aos mercados globais. E tudo isso com crescentes impactos sociais e ambientais.” p. 211. Disponível em: [http://br.boell.org/sites/default/files/democracia\\_inside\\_a\\_champion\\_port\\_final.pdf](http://br.boell.org/sites/default/files/democracia_inside_a_champion_port_final.pdf)

13 A 21ª Conferência do Clima será entre 30 de novembro e 11 de dezembro em Paris. Deve resultar em um acordo internacional visando conter o aquecimento global abaixo de 2° C.