

Jornalismo e militância ambiental em plataformas transmídia¹

Katarini Miguel² Mylena Fraiha³

Resumo:

O presente trabalho parte do pressuposto que as organizações socioambientalistas, ao assumir as mudanças tecnológicas da contemporaneidade, têm se apropriado das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e dos novos formatos e gêneros narrativos que elas possibilitam. Com isso, procuram instaurar uma comunicação, com o objetivo de informar, mas também ciberativista, com o intuito de disseminar suas causas e conquistar o engajamento do público. Dentro dessa lógica, notamos que a utilização das narrativas transmídias e dos formatos *longforms* (RENÓ, FLORES, 2012; LONGHI, 2014) além de evidenciar uma transformação no jornalismo convencional, busca conceber uma proposta imersiva e sensorial, próxima do que Medina (2008) classifica como narrativa dos afetos. Nesse sentido, discutimos exemplos desses tipos de ciberjornalismo ambiental, levantados em estudos anteriores, e apresentamos uma análise exploratória e descritiva da plataforma “Sol de Norte a Sul”, desenvolvida pelo Greenpeace Brasil, na tentativa de compreender preliminarmente o cenário de jornalismo e militância, mediado pelas redes digitais.

Palavras-chave: Movimento Socioambiental; Transmídia; Narrativas Jornalísticas; Imersão; Afetos

Nosso ponto de partida

Este artigo parte do projeto de pesquisa em andamento, desenvolvido no curso de Jornalismo e Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, “Pensar a Cibercultura Ambientalista”, mais especificamente contempla a

¹ Artigo enviado na modalidade ‘Interatividade, Novas Narrativas e Convergência’.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de S.Paulo, docente no curso de Jornalismo e no Mestrado em Comunicação da UFMS. E-mail: katarini.miguel@ufms.br.

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

pesquisa de Iniciação Científica em fase inicial “Narrativas Ambientalistas em Plataformas Transmídias”, que tem como horizonte uma investigação a respeito da comunicação produzida pelos movimentos socioambientais no ambiente em rede, na tentativa de entender de que maneira a apropriação tecnológica está interferindo na divulgação das causas, na militância ambiental e, até mesmo, influenciando na produção jornalística realizada. A hipótese levantada é que as organizações do movimento ambiental estão aproveitando os diferentes formatos multimidiáticos e as possibilidades da internet para abordar os temas de interesse de forma mais imersiva, se colocando no centro dos acontecimentos e revelando o Outro, em um processo que dilata a militância, entra na seara do ativismo, e se liberta das amarras do denunciamento e do pragmatismo das técnicas jornalísticas mais convencionais e propiciam a construção de narrativas de afetividade (MEDINA, 2008).

Estratégias como a do ciberativismo (UGARTE, 2007)⁴ são colocadas em prática e prenunciam um jornalismo engajado. As normativas jornalísticas de imparcialidade, veracidade e objetividade se alargam e a estrutura informativa, alicerçada na lógica das mídias sociais digitais, defende uma causa, um projeto de empoderamento, participação e de visibilidade de problemáticas sociais. E nesse sentido, identificamos também a tendência de construção de narrativas mais imersivas, que envolvam o receptor em uma experiência sensível, tanto por ser sensorial, como por revelar, por meio de estratégias multimidiáticas, a preocupação com a descrição, com o outro enquanto participante e ou protagonista (mais que fonte de informação), revelando um diálogo dos afetos (MEDINA, 2008), que precisa ser destrinchado.

As organizações ambientalistas estão extrapolando os convencionais sites e blogs e criando plataformas transmídias, aquelas que se desenrolam em diferentes espaços midiáticos ou não (com texto, vídeo, áudio, imagens, campanhas, objetos), cada qual com uma nova informação, compondo um todo informativo que atravessa a multimídia, e que pode ser lido, na nossa concepção, enquanto produção de ciberjornalismo ambiental.

⁴ Trabalhamos aqui com o termo militância ambiental, indicando uma luta anterior ao advento tecnológico, que transcende as redes sociais digitais, assim como os próprios movimentos ambientais aqui tratados. Na cibercultura, o ativismo cibernético ou ciberativismo toma conta das mais diferentes causas e acaba por substituir, em discurso e linguagem, a militância propriamente.

Para contextualizar este cenário, vamos discutir, ao longo do trabalho, essa proposta dos afetos e sua convergência com o jornalismo ambiental; explicaremos os formatos transmídias e *long forms*, definidos, principalmente, pela ótica de Longhi (2014) e Jenkins (2009), ilustrando, de forma dialógica, com exemplos já levantados em trabalhos anteriores, especialmente do portal do Instituto Socioambiental (ISA), na tentativa de problematizar, ainda que de forma preliminar, a composição narrativa e seu enquadramento jornalístico.

Como se trata de uma comunicação em rede, as metodologias estão em processo, e não buscamos uma categorização definida ou métodos rígidos para análise. Apostamos na discussão conceitual, no reconhecimento dos cenários, a partir de uma descrição exploratória e dialogada com os autores de referência, percebendo as características, indícios de cada produção e priorizando a flexibilidade na pesquisa e a liberdade para exercitar a capacidade “de perceber as idiosincrasias oferecidas pelo campo empírico, questionando-se permanentemente e construindo uma sensibilidade para a pesquisa” (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011, p.106). Nesse sentido, pretendemos evidenciar exemplos das narrativas de ciberjornalismo ambiental e, como investigação empírica, apresentamos um estudo, por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva, da plataforma, desenvolvida pela ONG Greenpeace Brasil, “Sol de Norte a Sul”, que averiguamos que atende ao formato transmidiático, extrapola ambiente online, desenvolve a prática de um jornalismo ambiental com uma narrativa mais coloquial, mas ainda subutiliza os recursos da comunicação em rede e das narrativas complexas, questões que serão aprofundadas e problematizadas na sequência.

Jornalismo ambiental e de afetos

O Jornalismo Ambiental compreende em seu cerne a função basilar de disseminar informação, ou como Wilson da Costa Bueno (2007) conceitua “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”. Contudo, Bueno (2007) aponta a necessidade da construção de um *ethos* próprio do Jornalismo Ambiental. Mesmo que haja semelhanças com outros tipos de jornalismo especializado, o jornalista ambiental

não deve limitar-se somente à função informativa, mas também propor uma produção jornalística engajada, que atue como ferramenta de militância e colabore como função formativa dos cidadãos. Inserido no amplo jogo de interesses, o jornalista ambiental precisa estar ciente das questões políticas, econômicas e sociais que abrangem a discussão ambiental.

O conceito de meio ambiente soa difuso em suas interpretações e, na maioria das vezes, caí em definições reducionistas e mal formuladas, situação que reflete diretamente na cobertura jornalística sobre a temática feita pelos veículos de comunicação tradicionais (BUENO, 2007). A perda da visão sistêmica do meio ambiente empobrece a discussão e negligencia os inúmeros aspectos que o tema aborda, como: a preservação da fauna e da flora e da biodiversidade, até as questões sociais que envolvem diretamente o ser humano, como a problemática da produção desenfreada de lixo, as condições de produção alimentar (uso de transgênicos e agrotóxicos) e até mesmo a valorização do conhecimento tradicional de pequenas populações.

Ignorar os aspectos sociais, políticos e econômicos que agregam o conceito de meio ambiente, acarreta em uma cobertura jornalística equivocada e fechada para os inúmeros aspectos que compõem a realidade. Comumente, as coberturas jornalísticas caem no vício de espetacularizar tragédias ambientais e ignorar problemáticas cotidianas. Em entrevistas, dão voz aos especialistas mas desmerecem a voz da população que detém o conhecimento tradicional, o que impede a sensibilização do público e não gera qualquer empatia. Wilson da Costa Bueno (2007) classifica esses equívocos como “Síndromes do jornalismo ambiental”, dentre eles estão: a “síndrome do muro alto” - refere-se à desvinculação do aspecto técnico dos demais aspectos (econômico, político e sociocultural), com maior valorização do discurso técnico; a “síndrome da baleia encalhada” - diz respeito à espetacularização das tragédias ambientais e o isolamento desses casos de sua dinâmica e dos seus reais promotores; e a “*lattelização* das fontes”, ou seja, a supervalorização de fontes que possuem um currículo acadêmico e conhecimento especializado, mas que, por vezes, estão movidas por interesses corporativos. A temática ambiental não é a única refém das coberturas jornalísticas simplistas. A constante busca por objetividade e pela verdade absoluta, preceitos que regem o fazer jornalístico, são características herdadas do

pensamento positivista, muito presente no saber ocidental, mas que na ânsia de revelar o real, reduz essa realidade a um único ângulo, como nota Cremilda Medina (2008). Diante dos desafios, incluso os que abrangem as questões ambientais, a sensibilidade e densidade para retratar tais questões é a forma mais eficiente de promover a conscientização da sociedade.

As guerras, a bomba atômica, a miséria social, as ameaças ao meio ambiente, o terrorismo, as doenças fatais e todas as pautas da contemporaneidade demandam mais as narrativas autorais densas e tensas do que as promessas da verdade simples e precisa, ideais cartesianos reescritos pelo positivismo no século XIX. (MEDINA, 2008, p. 28).

Longe da pretensão de decretar verdades, a narrativa dos afetos proposta por Medina (2008) busca compreender a complexidade dos fenômenos sociais e suas nuances. Ao mesmo tempo, as narrativas afetivas buscam evidenciar personagens do cotidiano que são silenciadas pelo monopólio da fala dos especialistas e de pessoas proeminentes, pensamento que converge com Bueno (2007) quando se refere ao jornalismo ambiental como forma de aproximar o diálogo acadêmico ao saber tradicional.

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

A construção de pontes entre os discursos e a promoção da evidência do Outro, são preceitos que o jornalismo ambiental e as narrativas complexas compartilham. Para se aproximar da visão sistêmica do meio ambiente, é necessário o esforço de fomentar o diálogo entre as áreas (política, econômica, social, científico) e entre os seus interlocutores, para deste modo gerar discursos consistentes e práticas conscientes. Em sua função nata, o jornalismo deve propiciar aos leitores essa partilha discursiva, para estender à população a discussão sobre o meio ambiente, não como algo distante e fora da vida cotidiana, e sim como uma conduta diária e consciente. O

jornalismo ambiental deve ater-se às funções informativas, pedagógicas e políticas, e viabilizar a democratização do saber e ampliação do debate (BUENO, 2007). Como é pontuado “A solda da ação comunicativa, não importa se direta ou indireta, por meio de suportes tecnológicos, origina-se e se consoma (ou não) na ética solidária, na técnica da partilha a poética da afetividade. ” (MEDINA, 2008, p.47).

Ao compreender sua responsabilidade, o jornalismo ambiental deve empenhar-se na produção de discursos conscientes e na efetividade do seu papel social. A singularidade desse jornalismo extrapola o mito da objetividade e parcialidade, uma vez que o engajamento em questões políticas, econômicas, culturais e sociais é essencial para resistir às pressões e conflitos que circundam o meio ambiente. O jornalista ambiental deve manter a consciência de que sua função não se reduz à lógica mercadológica da produção jornalística, mas abrange a resistência e promoção da conscientização da sociedade. Ao mesmo tempo, em plena consciência de sua função, o comunicador deve estar sensível às mazelas emergentes, como explana Medina (2008):

O jornalista, o comunicador como agente cultural, ocupa um lugar privilegiado na sociedade – não pode se contentar em exercer a função administrativa dos sentidos já estabelecidos em qualquer instância de poder. Para renovar e criar uma narrativa rigorosa, sutil e solidária, é preciso contato e o movimento: o corpo por inteiro abre a sensibilidade para a intuição criadora que, por sua vez, mobiliza a razão complexa para uma intervenção transformadora (MEDINA, 2008, p. 109).

Diante desta conjuntura, para se promover uma narrativa afetuosa e comprometida com a questão ambiental, surge a possibilidade de engajar e sensibilizar os indivíduos por meio de diferentes meios e linguagens, graças o advento das TICS (Tecnologias da Informação e Comunicação) e das propostas hiper, transmidiáticas e de estilo *long form* que trataremos na sequência. Posto isso, notamos em nossas análises exploratórias a apropriação dessa nova estética pelas organizações socioambientais, que em sua militância procura atingir o público de forma sensível e imersiva.

Narrativas ambientalistas em plataformas transmídias

Em resposta ao conceito de cultura da convergência Jenkins (2009, p.29) denomina como “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia”, uma dinâmica social que atinge diretamente os meios tradicionais de comunicação, além de criar novos usos, formatos e expressões comunicativas. Nesse contexto, o jornalismo precisou se reinventar e, conseqüentemente, suas formas de narrar o cotidiano também. A apropriação de recursos tecnológicos possibilitou aos produtores de conteúdo jornalístico, novas linguagens e formatos narrativos, algo notado mais explicitamente no que Longhi (2014) classifica como o “*turning point*” do jornalismo digital, período caracterizado pelas diversas experimentações técnicas, como os especiais multimídias, no período de 2000 a 2011, até chegar ao estado da arte da grande reportagem multimídia, iniciado a partir de 2012 em diante.

A possibilidade de utilizar artifícios multimidiáticos, faz do ambiente digital o local ideal para proporcionar ao receptor experiências de maior interatividade e imersão, ao mesmo tempo que explora outras linguagens e estéticas. Nesta dinâmica mais fluida, o processo comunicacional não coloca o receptor como uma mera parte passiva, mas age de forma envolvente com o objetivo de “envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem” (RENÓ Y FLORES, 2012, p.16, tradução nossa). Henry Jenkins (2008, p. 138) classifica a narrativa transmídia como:

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

Inserido e potencializado por essas possibilidades transmidiáticas está jornalismo *long form*, gênero marcado pelo surgimento do HTML5 e ilustrado no famoso exemplo *Snow Fall*⁵, produzida pelo *The New York Times*, em dezembro de 2012. Segundo Longhi (2014), essa narrativa caracteriza-se pela leitura vertical; a densidade da apuração jornalística; a extensa produção textual, caracterizada por

⁵ A reportagem pode ser conferida no seguinte link <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?mcubz=0#/?part=tunnel-creek>>

matérias com mais de 4 mil palavras e grandes reportagens entre 10 e 20 mil palavras; sua capacidade de divisão em capítulos ou temáticas; a não-obrigação de manter uma linearidade na narrativa, ao possibilitar a navegação do leitor na plataforma; e o investimento nos conteúdos de imersão, por meio de imagens, vídeos, sons, infográficos e outros recursos multimidiáticos.

A narrativa *long form* reflete essa mudança no jornalismo convencional, além de evidenciar o paradoxo nos modos de produção jornalística no meio digital, visto que o modelo fragmentado e enxuto de produção noticiosa diverge da proposta de complexidade e aprofundamento temático das *long forms*. Herdeira da grande reportagem impressa, a *long form* conserva as características de pesquisa e apuração exaustiva, a busca pela pluralidade de fontes e a contextualização temática, além de despender uma preocupação com a estética textual e visual da reportagem.

Em consonância com essas transformações, o jornalismo ambiental, especificamente as organizações socioambientais, têm se apropriado das TICs e desses novos formatos e gêneros narrativos emergentes. Nosso estudo nota essa tendência de apropriação das narrativas transmídia e busca analisar como essas organizações fazem uso de linguagens específicas para cada meio, com o objetivo jornalístico de informar os leitores sobre as questões ambientais, mas ao mesmo tempo ciberativista (UGARTE, 2007) com a intenção de promover o engajamento do público em suas causas. As campanhas socioambientais não se limitam ao espaço digital. Alinhadas à proposta transmidiática, procuram expandir a divulgação em produtos promocionais, campanhas televisivas, games, entre outros. Visto que o espaço digital tem capacidade de gerar experimentações sensoriais e imersivas, além de dispor de recursos interativos, este espaço conduz a sensibilização do público e promove a conscientização, devido à presentificação gerada no receptor em contato com essas experimentações.

A capacidade que o jornalismo detém de explorar a subjetividade das histórias e as problemáticas inquietantes é potencializado pelos recursos tecnológicos, possibilidade de participação e imersão. O uso de recursos literários, a busca pela sensibilidade e pela evidência do Outro, aproxima as narrativas transmídia do esforço afetivo que Cremilda Medina (2008) propõe para a narrativa jornalística.

A análise exploratória feita anteriormente com campanhas do Instituto Socioambiental (ISA)⁶ evidencia essa crescente tendência entre as organizações socioambientalistas. A preocupação com a sensibilidade das narrativas é notada em exemplos como a campanha “#MenosPreconceitoMaisÍndio” (<https://campanhas.socioambiental.org/maisindio/>), que procura combater o preconceito contra os povos indígenas. Apesar de não entrar se classificar como uma *long form*, a plataforma reúne recursos audiovisuais e links com informações adicionais. Outra campanha que segue a proposta imersiva é a narrativa experimental “Fogo na Floresta” (<https://www.socioambiental.org/pt-br/apps/fire-in-the-forest>), focalizada no audiovisual com cenas 360° que busca demonstrar o cotidiano da comunidade indígena localizada no Parque Indígena do Xingu. Dentre as plataformas feitas pelo ISA, a experimentação mais próxima do que Jenkins (2008) classifica como transmídia e do que Medina (2008) classifica como narrativa dos afetos, é a plataforma “O Ribeira Vale!” (<https://www.ribeiravale.org.br/>), que objetiva em sua mensagem desvelar o cotidiano da comunidade quilombola que vive no Vale do Ribeira, região localizada no estado de São Paulo. A preocupação em revelar o cotidiano da comunidade pela voz das personagens, dá à narrativa a sensibilidade que lhe é necessária. Para compor a história, o exemplo incorpora uma websérie fragmentada em 4 episódios, além de outros recursos como imagens e links internos e externos.

Além dos exemplos do ISA, outras organizações socioambientais têm se empenhado na produção dessas novas narrativas. Como é o caso da organização Ecoa - Ecologia e Ação, com a *long form* “Casas adaptadas para o Pantanal” e a plataforma “Sol de Norte a Sul” feita pelo Greenpeace, que será analisada no presente artigo.

Sol de Norte a Sul - uma aposta transmidiática

Ademais dos exemplos apresentados, extraídos do portal do Instituto Socioambiental, organização fundada em 1994 - com foco no trabalho de preservação e atenção às comunidades tradicionais, como indígenas e ribeirinhos -, atuando “na

⁶ Nos referimos aqui especificamente ao artigo “Narrativas socioambientais, afeto e experimentação em plataformas transmídias”, apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, e publicado nos anais, que pode ser conferido no link: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2978-1.pdf>

defesa de bens e direitos sociais, coletivos e difusos relativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, aos direitos humanos e dos povos” (INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL), vimos a necessidade de analisar se essa tendência também alcança organizações com perfil mais preservacionista e combativo, como é o caso do Greenpeace. Trata-se de uma organização internacional, originária de um protesto contra testes nucleares, na década de 1970, no Canadá, no seio dos novos movimentos sociais - aqueles que atuam com direitos difusos e apresentam características midiáticas -, e que se formatou como uma multinacional de ecologia (MIGUEL, 2014). No Brasil, a organização foi fundada na esteira da Eco 92, Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento. Entre os propósitos do Greenpeace estão: proteger a floresta amazônica, estimular o investimento em energia renovável e eficiência energética, defender os oceanos, incentivar a agricultura segura e sustentável, e trabalhar pela paz, eliminando a produção de energia e armas nucleares. Cita mudança de comportamento, desobediência civil e confronto pacífico sem, contudo, pautar questões de cunho mais social. A organização é uma das que assumiram a vanguarda tecnológica e atuam com a comunicação em rede e em diferentes plataformas (MIGUEL, 2014). Nesse sentido, a aposta nas plataformas transmídias não é novidade, mas o discurso social e a preocupação com a imersão são pontos a esclarecer. Vamos a plataforma.

Reconhecemos a plataforma “Sol de Norte a Sul” (<http://soldenorteasul.org.br/>), com destaque no portal da organização, como uma iniciativa que atrai pela linguagem tecnológica e discursiva empregada. Intitulada como um webdocumentário⁷, narra os benefícios sociais, econômicos e ambientais da energia solar, por meio de histórias de personagens (na terminologia jornalística), além de fontes especialistas e oficiais. Nove profissionais estão envolvidos na elaboração do material, entre produção multimídia, fotografia, edição de textos,

⁷ Existe uma discussão acerca da definição exata de webdocumentário, no entanto, a primeira vez que o termo foi utilizado aconteceu durante o “Les Cinémas de Demain”, que ocorreu paralelamente ao “Festival du Cinéma du Réel”, no Centro Pompidou, em Paris (França), em março de 2002. Os organizadores do evento definiram como “um documentário que trabalha com ferramentas multimídia, textos, imagens, vídeos, uma maneira de colocar as novas tecnologias a serviço do conhecimento e de um ponto de vista”. Em consonância com o conceito de documentário transmídia, o webdocumentário carrega a característica de interatividade com o usuário (RENÓ, 2015).

roteiro, design e programação. Há textos, vídeo, galeria de imagens, infográficos e ilustrações, relatórios técnicos, além de entrevistas com 28 pessoas, o que revela o extenso trabalho jornalístico realizado, envolvendo entrevista, pesquisa, planejamento visual e gráfico, para a cobertura de um tema ambiental que está fora da ordem do dia dos veículos tradicionais.

A narrativa possibilita um verdadeiro passeio, em navegação vertical, proporcionada por uma interface intuitiva, com setas e indicativos, simulando um movimento de translação, do eixo da Terra em volta do Sol. A medida em que se avança na barra de rolagem, surgem parágrafos de apresentação (desconstruindo o lead convencional do jornalismo), com imagens áreas em movimento que evidenciam diferentes territórios do país. No primeiro quadro é dito: “Viaje com o Greenpeace de norte a sul do país para conhecer a história de brasileiros que já são beneficiados pela energia solar e para entender o poder que o sol tem de mudar realidades”. O discurso empregado propõe a imersão, e as imagens colaboram para despertar o interesse no tema e a sensibilidade para a causa.

Na sequência, com o movimento do sol, aparecem as temáticas tratadas, distribuídas ao longo da tela e com símbolos explicativos. No primeiro bloco estão “Água potável”, “Economia na conta de luz”, “Gelo a partir do sol”, “Salas de aula mais iluminadas” e “Emprego verde”. Cada item, conta com um texto introdutório, galeria de fotos e ou vídeo. Todos os temas do bloco são compostos por um minidocumentário, de cerca de dois minutos, que explica a temática e dá voz e vez para as pessoas beneficiadas, priorizado o retrato do seu cotidiano. Nesse primeiro bloco, o conteúdo dos vídeos é baseado em relatos das fontes personagens, seu cotidiano e experiências com uso da energia solar. O contato com a história desses protagonistas sociais evidencia a proposta que a narrativa traz de sensibilizar e gerar empatia no público, ou seja, gerar a poética da afetividade, como é classificado por Medina (2008). O texto, ainda que sucinto, tem um tratamento próximo do narrativo-descritivo (COIMBRA, 1993) e trabalha com coloquialidade: “Desde pequena, Neide Silva subia em pé de cajá e de umbuzeiro com seus irmãos. O que ela nunca imaginou é que a coragem para subir em árvore lhe renderia um emprego em cima dos telhados dos condomínios Praia do Rodeadouro e Morada do Salitre, em Juazeiro, Bahia”.

Em mais um movimento de rotação, novos temas surgem, desta vez com um caráter mais técnico e explicativo, a partir dos itens: “Tributo por todos os lados”, “Falta de conhecimento”, “Linhas de financiamento”. Observamos nesse bloco, além do pequeno texto explicativo em cada tema, o apoio de ilustrações, infografias e link para uma pesquisa abrangente sobre o desconhecimento do brasileiro com relação à energia solar. O caráter aqui é mais técnico e político, e os vídeos são compostos por entrevistas com especialistas. Dentre esses vídeos, o item “Falta de conhecimento” exibe nas informações adicionais um outro minidocumentário intitulado “Ver para crer”, que relata a experiência de um lojista de Uberlândia que foi beneficiado com o uso do sistema fotovoltaico em seu estabelecimento, saindo do especialista e alcançando mais uma vez o cidadão comum.

Por fim, completando o movimento da Terra em volta do sol, são apresentadas iniciativas de pessoas que estão investindo e pesquisando sobre a energia solar, na mesma lógica de informações prioritariamente em audiovisuais, a partir de entrevistas com representantes de universidades, instituto de pesquisas e do próprio Greenpeace. Os temas são: “Formação de mão de obra”, “Crédito solar”, “Espalhar conhecimento”, “Derrubar o ICMS”. O tema “Formação de mão de obra”, no link “Leia mais”, expõe o relato da experiência de um jovem estudante e a oportunidade de emprego que conseguiu devido a implantação dessa matriz energética em sua escola. Já o item “Espalhar conhecimento” traz o depoimento de um jovem voluntário do Greenpeace que desde o seu ensino médio demonstrou interesse pelos benefícios da energia solar e a sua implementação em comunidades indígenas. Ambos os relatos apontam a valorização da experiência humana, com o intuito de sensibilizar o público e gerar adesão à causa, visto que o bloco dispõe de um link no “Leia mais” que redireciona o leitor à página do *Greenwire*⁸ com a chamada “Quer fazer a diferença pelo planeta assim como o Moisés? Torne-se um voluntário do Greenpeace e apoie a campanha de energia solar! ”.

Há ainda um sistema de mapeamento e geolocalização de iniciativas de uso de energia solar, em mapa colaborativo, que permite que o usuário conheça os projetos em desenvolvimento no Brasil e no mundo e envie seu projeto a partir de um

⁸ Plataforma online de voluntariado do Greenpeace, que reúne as pessoas num fórum de discussão e compartilhamento.

formulário, numa tentativa de mapeamento das iniciativas. A plataforma traz também link para as redes sociais do Greenpeace, como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* e para um cadastro de usuário e ou de filiação à ONG.

Considerações possíveis

Ensaíamos aqui o reconhecimento de plataformas transmídias, e suas diferentes possibilidades narrativas, usadas pelas organizações ambientalistas na tentativa de reforçar o discurso da preservação ambiental, mas colocando em evidência um jornalismo mais atento às demandas sociais, que focaliza o Outro, que experimenta uma linguagem mais descritiva, que aproveita o potencial tecnológico para gerar imersão, empatia e até afetuosidade. Nesse sentido, vimos a aproximação entre o jornalismo ambiental e o diálogo dos afetos.

A plataforma analisada propriamente “Sol de Norte a sul”, se apoia demasiadamente nas imagens e no formato audiovisual, atendendo uma tendência das redes sociais digitais, gerando mais atratividade, mas negligenciando, por exemplo, o formato *long form* que, no jornalismo ambiental, seria muito bem-vindo para o esclarecimento das questões, aprofundamento dos temas que abrangem a geração de energia solar, além de problematizações e contextualizações, que imagens, chamadas e vídeos curtos podem não dar conta. O tema está dividido em capítulos, tem uma navegação não convencional, intuitiva, faz uso de hiperlinks, inclusive apresenta versão em inglês, mas não compõe uma grande reportagem, pelo menos não ainda pela visão tradicional do formato jornalístico. São pontos a problematizar. No que se refere à estética transmídia percebemos, na própria plataforma, a utilização de diferentes linguagens e formatos midiáticos, o que configuraria uma aposta multimídia, mas a tentativa de sair do ciberespaço e transformar o tema em políticas públicas já ressalta o aspecto transcendente do conteúdo. Além disso, no quesito comunicação há links para o portal institucional, redes sociais, pesquisas específicas e para outros projetos de energia solar em desenvolvimento.

Enfim, nossas pesquisas estão em andamento e devem continuar investigando as narrativas socioambientais e como podem, não apenas informar e difundir uma causa, mas revigorar o próprio fazer jornalístico e os formatos de ciberjornalismo.

REFERÊNCIAS

- BUENO, W. C. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. Paraná: Editora UFPR, Desenvolvimento e Meio Ambiente, nº 15, p.33-44, janeiro/junho, 2007.
- COIMBRA, O. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ática, 1993.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.
- INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL. **Site oficial**. Disponível em: <http://www.socioambiental.org>. Acesso em: 05 jul.2017
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Suzana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LONGHI, Raquel. **O turning point da grande reportagem multimídia**. In: Revista Famecos. Porto Alegre, v. 21, n. 3, setembro-dezembro 2014. p. 897-917. Disponível em:<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660/12569>. Acesso em: 05 de mai. 2017.
- MEDINA, Cremilda. **A Entrevista: diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2002
- MEDINA, Cremilda. **Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.
- MIGUEL, Katarini. **Pensar a cibercultura ambientalista: comunicação, mobilização e as estratégias discursivas do Greenpeace Brasil**. 2014, Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo.
- RENÓ, Denis y FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia**. Madrid: Fragua editorial, 2012.
- RENÓ, Denis. **O documentário transmídia: como produzir**. In: Revista Âncora, ano 2, vol.2 n.2, jul./dez. 2015, João Pessoa. p. 191 a 211. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/26007/0>. Acesso em: 15 set. 2017
- SANTOS, Boaventura Sousa. **Para além do pensamento abissal**. In: Novos Estudos, São Paulo, v.79, nov. 2007.p. 71-94. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/nec/n79/04.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2017.

UGARTE, Davi. **El poder de las redes**. Madrid: Biblioteca de las Indias Electrónicas, 2007.