

O jornalismo ambiental e a cooperação pela água

Roberto Villar Belmonte

VII Seminário Água, Comunicação e Sociedade
Porto Alegre, 14 de outubro de 2013



Representação
no Brasil



Secretaria de Estado de Meio Ambiente e
Recursos Hídricos

Secretaria de Estado
de Cultura



Apoio





INTERAÇÕES POSITIVAS

Comensalismo,
cooperação e mutualismo

ODUM, Eugene. Ecologia. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.

A larga aceitação da ideia darwiniana da "sobrevivência do mais apto" como um meio importante de se realizar a seleção natural dirigiu a atenção aos aspectos competitivos da natureza. Em consequência, a importância da cooperação entre espécies na natureza foi subestimada. Até recentemente, as interações positivas não têm recebido tanto estudo quantitativo como as interações negativas. Seria lógico supor que as relações negativas e positivas entre populações tendem, no final, a se equilibrarem, os dois tipos sendo **igualmente importantes** na evolução das espécies e na estabilização do ecossistema. (p.276)

**Painel Brasileiro de
Mudanças Climáticas**
www.pbmccoppe.ufrj.br

**25/10 - Lançamento do
Sumário Executivo do GT2 –
impactos, vulnerabilidades e
adaptação**

No Brasil são esperadas mudanças profundas e variáveis no clima conforme a região do País. É esperado que essas mudanças afetem os ecossistemas aquáticos e terrestres do Brasil. O País engloba seis biomas terrestres (Amazônia, Mata Atlântica, Pantanal, Caatinga, Cerrado e Pampas), que englobam alguns dos maiores rios do mundo, como o Amazonas, o Paraná e o São Francisco, e uma costa com cerca de 8.000km, contendo pelo menos sete grandes zonas estuarinas e toda a plataforma continental.

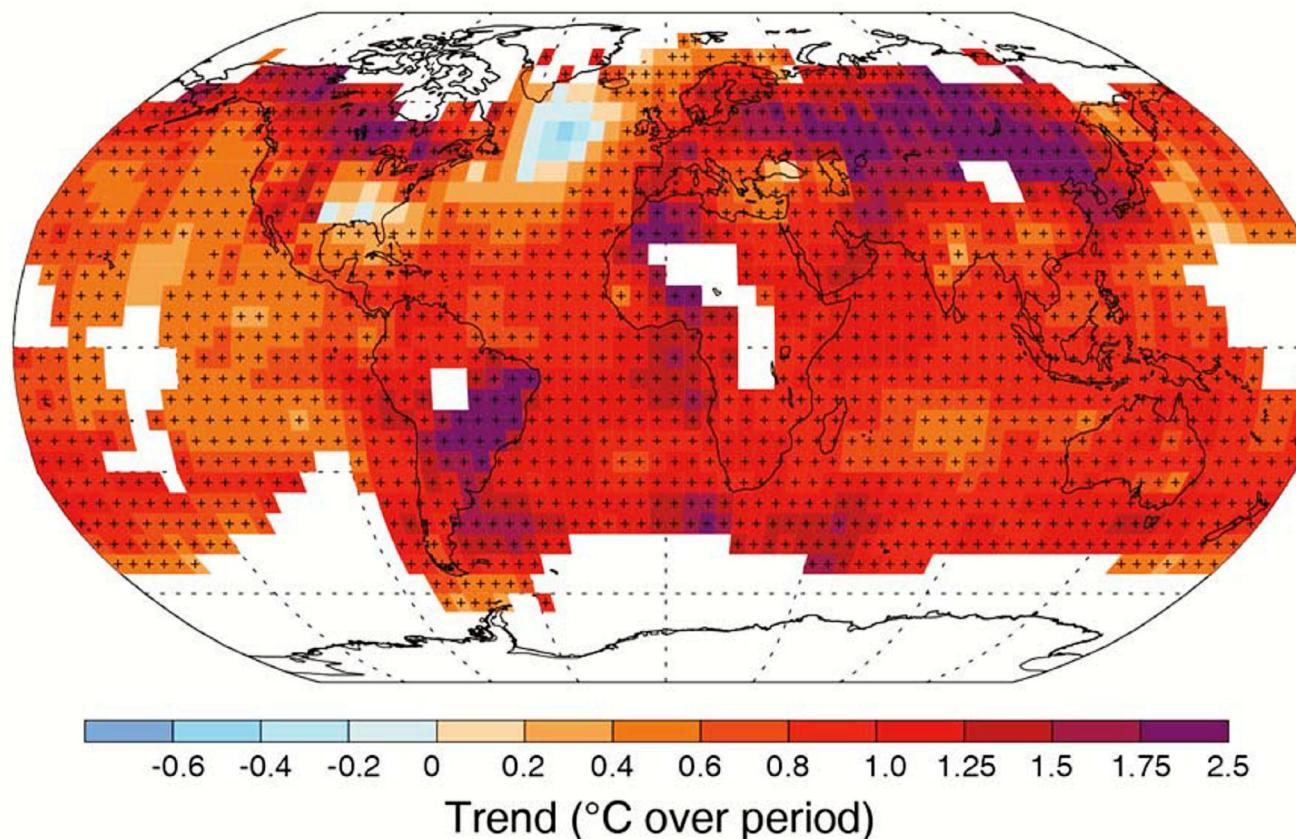




The globally averaged combined land and ocean surface temperature data as calculated by a linear trend, show a warming of 0.85 [0.65 to 1.06] °C, over the period 1880–2012, when multiple independently produced datasets exist.

Fonte: IPCC, 27 de setembro de 2013

b) Observed change in average surface temperature 1901–2012





- “ **Culto a vida silvestre** ”
- “ **Evangelho da ecoeficiência**
(desenvolvimento sustentável) ”
- “ **Justiça ambiental**
(ecologismo dos pobres) ”

Juan Martínez Alier

O Ecologismo dos pobres: conflitos ambientais e linguagens de valoração

Reportagens atravessadas

GERAQUE, Eduardo Augusto. Reportagens atravessadas: um mergulho, via Teoria Geral dos Sistemas, na cobertura da poluição atmosférica feita por jornais brasileiros e mexicanos. Tese (doutorado). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Integração na América Latina, São Paulo, 2006.

O “cheiro da rua” não chega ao olfato do leitor. As reportagens analisadas dos quatro jornais (Reforma, La Jornada, O Estado de S. Paulo e Folha de S.Paulo) focam apenas os representantes da ciência, as fontes oficiais da política e os médicos. **Falta a filosofia do jornalismo sobre meio ambiente discutir mais a relação homem-natureza. (...) O jornalismo é feito à distância.**

O jornalista, como ator social e mediador de sentidos, não pode estar ausente do debate ambiental. Ter uma visão de mundo sistêmica é a única forma de conseguir produzir reportagens impregnadas de transversalidade, caminho que torna possível o oferecimento ao leitor de toda a complexidade contemporânea.

O entendimento de que o todo é mais que a soma das partes é o primeiro passo para que a finalidade primordial do Jornalismo sobre Meio Ambiente possa ser atingida de forma plena e vigorosa.





Ciclos de atenção dos problemas ambientais

Teoria de Downs, problematizada no livro *Media and Environment* publicado em 2010 por Libby Lester

VIANNA, M. Daniela de A. A cobertura jornalística sobre poluição do solo por resíduos: uma análise da produção dos jornais O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo da Rio 92 a 2007. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, São Paulo, 2012.

- “ Pré-problema
- “ Descoberta alarmante (e entusiasmo eufórico)
- “ Percepção dos custos do progresso significante
- “ Declínio gradual de interesse (desânimo, ameaça e/ou tédio)
- “ Pós-problema (limbo prolongado)

Etapas para construção social dos problemas ambientais

Sociologia ambiental de
John Hannigan

VIANNA, M. Daniela de A. A cobertura jornalística sobre poluição do solo por resíduos: uma análise da produção dos jornais O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo da Rio 92 a 2007. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, São Paulo, 2012.

- “ Juntar os argumentos
- “ Apresentar os argumentos (atrair atenção e legitimar o argumento)
- “ E contestar (na arena política)



Pontos comuns em temáticas ambientais bem sucedidas em termos de projeção e construção social

Sociologia ambiental de John Hannigan

VIANNA, M. Daniela de A. A cobertura jornalística sobre poluição do solo por resíduos: uma análise da produção dos jornais O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo da Rio 92 a 2007. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, São Paulo, 2012.



- “ Autoridade científica
- “ Pelo menos um “popularizador” científico
- “ Atenção da mídia (argumento estruturado como real e relevante)
- “ Dramatizado em termos simbólicos e visuais
- “ Incentivos econômicos para ação positiva
- “ Patrocinador institucional capaz de assegurar legitimidade e continuidade



Os quatro pontos cardeais

- Risco
- Processos longos
- Incerteza científica
- Complexidade técnica

O que há de diferente no jornalismo ambiental?

GARCIA, Ricardo. Sobre a Terra: um guia para quem lê e escreve sobre ambiente. Lisboa: Público, 2006

Mídia

Vera França

Grupo de Pesquisa em Imagem e
Sociabilidade da UFMG
grislab.com.br

Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p.
10-21, dez. 2012



Palavra latina, já
abrasileirada, significa
“meios” no plural. Meios de
comunicação, meios através
dos quais circulam
informações, mensagens,
imagens; instrumentos e
dispositivos através dos
quais estabelecemos relações
uns com os outros, e com o
mundo. Aí se encaixam,
portanto, a voz, o rosto, o
papel, a escrita, as diferentes
formas de imagens visuais.

Acontecimento

Vera França
grislab.com.br

Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p.
10-21, dez. 2012



São fatos que ocorrem a alguém; que provocam a ruptura e desorganização, que introduzem uma diferença. Eles fazem pensar, suscitam sentidos, e fazem agir (têm uma dimensão pragmática). E tais ocorrências curto-circuitam o tempo linear; ocorrendo no nosso presente, eles convocam um passado e re-posicionam o futuro.



Três aspectos do acontecimento

Louis Queré

Acontece a alguém, não são suas características intrínsecas que fazem o seu destaque, mas o poder que ele tem de afetar um sujeito; ele é porque interrompe uma rotina, atravessa o já esperado e conhecido, se faz notar por aqueles a quem ele acontece (não é um simples fato). Os acontecimentos se inserem em nossa experiência, na experiência humana, no âmbito de nossa vivência.

O acontecimento é portador de uma **diferença** e de uma **ruptura**. Ele rompe o esperado, a normalidade; ele quebra uma sequência e, num primeiro momento, desorganiza o nosso presente. Gera uma interrogação: E agora?

Suscita sentidos, faz pensar, incita à busca de respostas e alternativas, alarga o leque do possível. Convoca passado e futuro. Faz-nos olhar para trás, olhar diferentemente para trás, e indagar: onde ele estava anunciado e não foi percebido? De onde ele vem, e que causas vieram a provocá-lo? O acontecimento é dotado de um poder hermenêutico; é suscitador de conhecimento.

Fonte: Vera França. Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012

**Estamos mais poderosos ou
mais fragilizados com a mídia
de que dispomos?**

Vera França
grislab.com.br

Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p.
10-21, dez. 2012



Sim, estamos mais poderosos. Nunca como agora a humanidade pôde vasculhar e acompanhar em conjunto tudo que se passa, em todos os lugares. Se há muito tempo os acontecimentos eram restritos ao âmbito e ao grupo de sua ocorrência; se até bem pouco tempo atrás (já na era dos meios de comunicação de massa) os acontecimentos que circulavam eram filtrados pelos interesses das empresas de comunicação e pelos critérios de valor-notícia dos jornalistas, sem dúvida vivemos em nossos dias um **cenário muito mais aberto e democrático**.

Estamos mais poderosos ou mais fragilizados com a mídia de que dispomos?

Vera França
grislab.com.br

Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012



Por outro lado, esse empoderamento tem seus custos – o que nos deixa também fragilizados. Conforme discutido no início, acontecimentos não são simples ocorrências, mas fatos que têm um poder de afetação, que acontecem a alguém, provocam sentidos, convocam o passado, reorientam o futuro. E suscitam a ação. Cabe então indagar: **estamos sendo realmente afetados pela avalanche de fatos e ocorrências que nos são reportados cotidianamente – às vezes a cada hora?** Quais e quantos ainda mantêm seu poder de afetação? São eles provocadores de sentido? Olhamos para eles buscando suas causas, inquirindo suas consequências?



Vera França
grislab.com.br

- “ É inegável que temos sido soterrados por mais informações do que temos condições de processar (e às quais podemos reagir)
- “ Nem sempre uma questão de interesse público suscita o correspondente interesse do público.
- “ Por que assuntos que dizem respeito à política, à economia, à saúde pública (veja-se a dificuldade de sensibilização para o combate à dengue) – e que em muitos casos interferem diretamente nosso quadro de vida – têm tão pouco poder de afetação? E por que outros, até distantes, afetam tanto?

Imprensa sem papel

Revista Página 22

Julho de 2013

www.pagina22.com.br

PÁGINA 22

REVISTA PÁGINA22 | NÚMERO 76 | JULHO 2013 | SÃO PAULO



ENTREVISTA EUGÉNIO BUCCI

Para o professor, a sociedade brasileira ainda não vê a imprensa livre como um serviço de primeira necessidade. E nem mesmo a maioria dos empresários da comunicação. PÁG. 18



JORNALISMO É ACHADO VIVO

Mais que afetar uma profissão, a crise na imprensa impacta a sociedade democrática, enquanto o conteúdo de qualidade, livre e investigativo não encontrar meios de sustentação financeira nesta era digital e pós-industrial. Mas surgem iniciativas em contraponto à tradicional forma de como as notícias chegam ao grande público. PÁG. 30



MERCADO DESPREPARADO, FACULDADES IDEM

O profissional capaz de fazer análise de conjuntura e de dados – com muita qualidade – parece ser o jornalista de amanhã, ou de daqui a pouco. Mas será que as escolas de jornalismo brasileiras estão prontas? PÁG. 46

COPYLEFT X COPYRIGHT

Na era da internet, abrir mão dos direitos autorais em prol da circulação de informação é alternativa para veículos de comunicação ganharem força. PÁG. 38

JORNALISMOS POSSÍVEIS

Conheça experiências de quem se desencantou dos grandes meios, nem os conheceu ou partiu diretamente para a prática quando o Brasil resolveu ocupar as ruas. PÁG. 40

ENERGIA: REVOLUÇÃO ÀS AVESSAS

Exploração do gás de shale põe em xeque a expansão das fontes renováveis. PÁG. 10

OS CONTADORES VÃO SALVAR O MUNDO?

Ao se reportar impactos socioambientais negativos e positivos da atividade produtiva nos balanços corporativos, os instrumentos financeiros e econômicos passam a jogar a favor da sustentabilidade. PÁG. 13

SEM MEDO DE LEVAR TOMATE

Sistema de monitoramento de chuvas e temperatura analisa dados em lavouras no Rio de Janeiro, calcula necessidade real de agrotóxicos e prova que é possível produzir com menos pesticidas. PÁG. 45



Diagnóstico situacional focado em comunicação

Marcello Vernet de Beltrand
Manual de Comunicação e Meio
Ambiente. São Paulo: Peirópolis, 2004.

- ” Mapeamento da situação atual
- ” Posicionamento na comunidade
- ” Auditoria de públicos (interno e externo)
- ” Auditoria de ferramentas de comunicação



Planejamento de comunicação

Marcello Vernet de Beltrand
Manual de Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo: Peirópolis, 2004.



Informações da organização

Principais serviços e/ou produtos que oferece

Questões críticas

Os desafios da organização

Matriz de prioridades

Públicos

Objetivos

Ferramentas de comunicação

Os planos de ação

Orçamento

Melhoria do processo

Plano do produto de comunicação

Ulisses Lacava

Manual de Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo:
Peirópolis, 2004.



Como gerar bons produtos?

- 1) Definir o objetivo a ser alcançado
- 2) Definir o público-alvo e o que é esperado dele
- 3) Definir a mensagem
- 4) Definir o produto
- 5) Definir a estratégia de uso
- 6) Definir como avaliar o resultado

Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

Princípio 10

Segunda Reunión de los Puntos Focales Designados por los Gobiernos de los Países Signatarios de la Declaración sobre la aplicación del principio 10 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en América Latina y el Caribe

Guadalajara (México), 16 y 17 de abril de 2013

www.cepal.org/rio20/principio10



A melhor maneira de tratar as questões ambientais é assegurar a participação, no nível apropriado, de todos os cidadãos interessados. No nível nacional, cada indivíduo terá **acesso adequado às informações** relativas ao meio ambiente de que disponham as autoridades públicas, inclusive informações acerca de materiais e atividades perigosas em suas comunidades, bem como a **oportunidade de participar dos processos decisórios**. Os Estados irão facilitar e estimular a conscientização e a participação popular, colocando as informações à disposição de todos. Será proporcionado o **acesso efetivo a mecanismos judiciais e administrativos**, inclusive no que se refere à compensação e reparação de danos.

Pró-Guaíba

Programas de rádio apoiados pelo Plano de Comunicação do Programa para o Desenvolvimento Ecologicamente Sustentável e Socialmente Justo da Região Hidrográfica do Guaíba



- Guaíba Ecologia** – Porto Alegre
(dez de 1999 a junho de 2002)
- Uirapuru Ecologia** – Passo Fundo
(abril de 2000 a junho de 2002)
- São Francisco Ecologia** – Caxias do Sul (jun de 2001 a jun de 2002)
- Toque de Ecologia** – FM Cultura
(dez de 2001 a jun de 2002)
- Sinais da Terra** – Unisinos FM
(dez de 2001 a junho de 2002)
- A Querência dos Dinos** – Rádio Triângulo FM de Candelária
(mar a jun de 2002)
- Ecologia em Debate** – Rádio Metrópole de Cachoeirinha
(mai a jun de 2002)

Pró-Guaíba

Jornalismo Ambiental

” I Fórum Interamericano de
Jornalismo Ambiental

3 de dez de 2000

” Curso de Jornalismo
Ambiental em Porto Alegre

3 a 5 de outubro de 2000

” Curso de Jornalismo
Ambiental em Santa Maria

3 a 7 de dez de 2001



V Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental

17 a 19 de outubro em Brasília

jornalismoambiental.org.br

jornalismoambiental.org.br

Em tempos “bicudos” para o jornalismo em geral, em que a mídia impressa passa por uma reengenharia que fatalmente provoca demissões, o futuro da mídia ambiental está igualmente em cheque – até mais, se levarmos em consideração o fato de que o tema ambiental tem perdido espaço nas grandes redações.

O grande desafio para o jornalismo ambiental, portanto, parece ser o mesmo da mídia em geral: como obter financiamento para sua manutenção.

Os caminhos a serem trilhados e a criatividade necessária para manter viva a informação sobre os grandes temas ambientais são, também, os desafios a serem enfrentados imediatamente.

Estes e outros temas relacionados ao futuro do jornalismo ambiental e das mídias ambientais serão temas de debate no **V Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental**, a se realizar em Brasília, de 17 a 19 de outubro, promovido pela **Rede Brasileira de Jornalistas Ambientais**.



RBJA
Rede Brasileira de Jornalistas Ambientais

APÓIO
FUNDO VALE

HOME A REDE CONGRESSO MEMBROS MÍDIA AMBIENTAL CONTATO

ABERTAS AS INSCRIÇÕES
É CHAMADA DE TRABALHOS

II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental

PROGRAMAÇÃO INSCRIÇÕES IMPRENSA APOIO TRABALHOS DICAS REGIMENTO

CONTATO NOTÍCIAS PALESTRANTES

22 Os desafios do jornalismo ambiental entram em pauta no V CJBA

publicado em NOTÍCIAS

Em tempos “bicudos” para o jornalismo em geral, em que a mídia impressa passa por uma reengenharia que fatalmente provoca demissões, o futuro da mídia ambiental está igualmente em cheque – até mais, se levarmos em consideração o fato de que o tema ambiental tem perdido espaço nas grandes redações. O grande desafio para o jornalismo ambiental, portanto, parece ser o mesmo da mídia em geral: como obter financiamento para sua manutenção.

Os caminhos a serem trilhados e a criatividade necessária para manter viva a informação sobre os grandes temas ambientais são, também, os desafios a serem enfrentados imediatamente. Estes e outros temas relacionados ao futuro do jornalismo ambiental e das mídias ambientais serão temas de debate no V Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental, a se realizar em Brasília, de 17 a 19 de outubro, promovido pela **Rede Brasileira de Jornalistas Ambientais**.

O Congresso tem por objetivo discutir e promover as peças ambientais entre jornalistas e estudantes de jornalismo, de forma a qualificar e incentivar o debate sobre estes temas dentro das redações e contribuir para a formação de uma nova consciência sociambiental.

Para isso, muito mais do que um debate entre colegas de profissão, o

patrocínio

UNICEUB
Centro Universitário de Brasília

ANA
Agência Nacional de Águas

Ministério do Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM Pobreza

apoio

elabore
assessoria ambiental e das águas



ROBERTO VILLAR BELMONTE
VILLAR21.WORDPRESS.COM
RVILLAR21@GMAIL.COM