Análise da divulgação de temas ambientais nas mídias sociais do jornal A Tribuna de Santos, litoral de São Paulo

Nara Assunção Silva

Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade de Ecossistemas Costeiros e Marinhos/ Universidade Santa Cecília (UNISANTA)

E-mail: assuncaonara@gmail.com

Resumo: O presente estudo analisa como a imprensa utiliza as mídias sociais para a disseminação das reportagens com temáticas ambientais. Se é papel do jornalismo informar e contribuir na conscientização da população para as questões ambientais, porque o tema não está mais presente também nas novas plataformas de comunicação que a cada dia ganham mais importância na forma de se manter informado e buscar conhecimento? Tendo em vista que o jornalismo ambiental sempre foi um grande desafio e considerado muito aquém do necessário para, de fato, ajudar na construção de uma sociedade mais sustentável, o cenário no ambiente digital dos veículos tradicionais é ainda mais vazio e superficial no que se refere as temáticas ambientais.

Palavras-chave: Educação Ambiental; Jornalismo; Mídias Sociais; Meio Ambiente; Desenvolvimento Sustentável.

Analysis of environmental issues in the social media of the newspaper A Tribuna de Santos, São Paulo coast

Abstract: The present study analyzes how the press uses social media to disseminate reports on environmental issues. If it is the role of journalism to inform and contribute to the population's awareness of environmental issues, why is not the theme also present in the new communication platforms that are increasingly important in the way of keeping informed and seeking knowledge? Given that environmental journalism has always been a major challenge and considered far short of what is needed to actually help build a more sustainable society, the scenario in the digital environment of traditional vehicles is even more empty and superficial in that it refers environmental themes.

Keywords: Environmental Education; Jornalism; Social Medias; Environment; Sustainable Development.

Introdução

O poder de atuação das mídias sociais na sociedade atual é inegável e gerou mudanças significativas na comunicação, seja divulgando, denunciando, conscientizando ou mobilizando pessoas em defesa de diferentes causas. E a dimensão da relação do jornalismo com as mídias sociais aumenta a cada instante, ganhando novas ferramentas e possibilidades. Neste ano, por exemplo, o Facebook lançou uma nova plataforma para se aproximar ainda mais da imprensa, chamada *Facebook Journalism Project* (Projeto de Jornalismo do Facebook). Atualmente esta mídia possui mais de 1,8 bilhão de usuários conectados e é maior

mídia mundial. Outras mídias como o Instagram e o Twitter também já fazem parte da rotina de milhões de pessoas ao redor do mundo e é ferramenta também dos meios de comunicação.

No cenário digital, o jornalismo ambiental ganhou espaço em blogs e portais segmentados, por meio de ONGs ou por iniciativas individuais e/ou coletivas da sociedade civil que encontrou na internet uma maneira de disseminar este e todos os demais tipos de informação. A questão, porém, levantada neste respectivo trabalho é compreender e refletir como as questões ambientais estão sendo propagadas pelos meios de comunicação de massa, que - por mais horizontal e democratizado que a informação está sendo distribuída - ainda tem seu papel fundamental e essencial no processo de conscientização ambiental.

Papel que está inclusive descrito na lei. O inciso IV do Artigo 3, por exemplo, da Política Nacional de Educação Ambiental - lei Nº9.795, de 27 de abril de 1999 – já defini, como parte do processo educativo mais amplo, que todos têm direito à educação ambiental, incumbindo – entre outros segmentos - aos meios de comunicação de massa, colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação.

Segundo Pedro Celso Campos [1], porém, o jornalismo ambiental não conduz a reflexão, não estimula a visão critica, não explica as causas e consequências das informações e não abre espaço para a livre manifestação do receptor. Se a realidade descrita pelo autor acima citado já era critica há 11 anos, o problema continua nos dias atuais, perdendo ainda mais espaço e editorias no meio digital dos veículos tradicionais.

Objetivos

Analisar se a imprensa divulga nas mídias sociais reportagens sobre Meio Ambiente e quais são as pautas que são postadas deste segmento. Espera-se assim gerar a reflexão da importância do compartilhamento destas matérias nas mídias sociais ampliando para o ambiente digital a função do jornalismo em disseminar informações ambientais, contribuindo para construção de uma sociedade com bases no desenvolvimento sustentável.

Material e métodos

O presente trabalho foi realizado consultando artigos sobre a utilização das mídias sociais no jornalismo e o papel da imprensa no processo de educação ambiental. Foi realizado um levantamento comparativo sobre o que foi publicado, com a temática de Meio Ambiente, no principal veículo impresso da Região metropolitana da Baixada Santista, o jornal A

Tribuna, e nas suas respectivas mídias sociais (Facebook, Twitter e Instagram). Para o estudo optou-se por analisar a produção diária para o impresso e digital no mês de setembro de 2017.

Resultados

O levantamento realizado em setembro de 2017 com as notícias publicadas pelo Jornal A Tribuna no Facebook, que possui 632.913 curtidas, mostra que dos aproximados 497 posts realizados neste período apenas 14 traziam temáticas ambientais. Já no Instagram, que possui mais de 45 mil seguidores, a temática ambiental apareceu apenas uma vez sendo um chamado para as pessoas se inscrevem no projeto de divulgação de ações sustentáveis, que depois não foi divulgado por esta rede. A maior parte dos posts são de fotos da capa do jornal e de cenários belos da região. No Twitter, que também tem pouco mais de 45 mil seguidores, a temática ambiental aparece em apenas 13 posts dos 400 realizados no período.

Mídias	**Posts**				
	Meio Ambiente	**Polícia**	**Variedades**	**Outros**	**Geral**
Facebook	14	85	124	279	497
Instagram	1	1	21	55	78
Twitter	13	80	69	238	400

Quadro 1: Número de posts pelas principais temáticas nas redes sociais

A tabela a seguir mostra os principais temas das matérias que foram publicadas ao longo deste mês no Facebook e no jornal impresso. Dos 14 posts da mídia social, nenhum de fato promovia a educação ambiental, lembrando que o link de cada chamada leva o internauta ao site do jornal. Parte das matérias era ainda em datas celebrativas como o Dia da Árvore ou Início da Primavera. Outros temas como tartarugas são encontradas mortas ou uma foto legenda de mutirão de lixo foram destaque. Algumas matérias do site compartilhadas no Facebook com a temática do Porto abordavam problemas como vazamentos de gás, mas no digital pouco ou nada abordava a questão ambiental destes acidentes e, por isso, ficaram de fora da lista de Meio Ambiente. Diferente do jornal impresso, que mostrava um pouco melhor a questão na visão ambiental.

Temas	**Impresso**	**Facebook**
Termoelétrica de Peruíbe	3	0
Dia da árvore e Primavera	4	3
Ideias Sustentáveis – Eu faço um futuro melhor	4	0
Resíduos sólidos e Reciclagem	2	1

Mutirão de limpeza	0	1
Resgate de animais	3	3
Porto	5	1
Poluição	2	1
Reserva Nacional - Temer	1	0
Dia Sem Carro	1	0
Alimentação sustentável	2	0
Educação	2	0
Estudo do Mar – Unifesp	1	0
Arquipélago	1	1
Saneamento	1	0
Internacional	1	0
Licença Ambiental	0	1
Arborização	0	1
Orquídeas	0	1
Terras Indígenas	1	0
Plano Parque Natural em Santos – Engenho	1	0
TOTAL	**35**	**14**

Quadro 2: Número de matérias publicadas e as temáticas no impresso e no Facebook

Discussão

Tendo em vista o número de pessoas que podem alcançar, as mídias sociais da imprensa são potentes difusoras de informação e opinião e podem ser fortes aliadas para a conscientização da população nas questões ambientais que precisam ganhar espaço na discussão de massa. Para Wilson da Costa Bueno [2], o Jornalismo Ambiental desempenha inúmeras funções, mas é possível ressaltar de imediato três delas: 1) a função informativa; 2) a função pedagógica e 3) a função política.

O senso de urgência que o assunto requer e a dimensão planetária do desequilíbrio ambiental justificariam, por si sós, a importância em retratar e disseminar melhor estas questões, em como colocar em prática o Desenvolvimento Sustentável. Conceito consagrado pela ONU pouco antes da Rio-92 através do Relatório Brundtland, que o defini como uma maneira de atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender às próprias necessidades. Trata-se de um conceito em construção, que precisa ser amplamente divulgado.

A imprensa da Baixada Santista, de acordo com Luiz Nascimento [3], pouco tem se dedicado ao aprofundamento das questões científicas relacionadas ao meio ambiente, seja pela ausência de espaço editorial ou mesmo pela falta de repórteres especializados. A qualidade da abordagem do tema do ponto de vista regional está aquém da relevância do assunto.

A análise, que foi feita na mídia impressa, poderia ser semelhante às mídias sociais em seu início, pois os veículos reproduziam – muitas vezes – as matérias publicadas no impresso para os sites. Após 23 anos da criação do primeiro site de um jornal no Brasil, esta relação mudou. Nem todo conteúdo pautado para o impresso é publicado no meio digital, pelo contrário, as mídias sociais são pautadas com novas perspectivas e de maneira independente visando, principalmente, o engajamento com curtidas e compartilhamentos. Ganha espaço notas de variedades e casos policiais como pode ser observado. As reportagens da audiência pública da Termoelétrica de Peruíbe, por exemplo, pautadas no impresso do jornal a Tribuna no final de setembro não foram levadas para a principal mídia do jornal que é o Facebook.

De acordo com jornalista Cleyton Carlos Torres [4], o jornalismo online deve se pautar por aquilo que sempre se pautou quando era analógico: ser um mediador de conteúdo para com a sociedade. O que deveria mudar é apenas a praça onde essa atuação deve ser feita. Se nota, portanto, a importância de ampliar na mídia imprensa e – principalmente – no ambiente digital pautas ambientais, oferecendo conteúdos importantes para o desenvolvimento sustentável.

Conclusões

Diante dos resultados do levantamento realizado no principal periódico de Santos, pode-se observar a importância da imprensa em ocupar as mídias sociais com questões ambientais, contribuindo com a disseminação de informações relacionados à ecologia e cumprindo seu papel junto à sociedade. O presente estudo não pretende esgotar o assunto, visto que é apenas um pequeno recorte da realidade, mas servir de subsídio para futuros trabalhos, uma vez que a autora pretende aprofundar o levantamento e entende que a imprensa na Região Metropolitana da Baixada Santista precisa levantar discussões sobre a temática.

Agradecimentos: Gostaria de agradecer o apoio dado pelo professor doutor Fábio Giordano durante o desenvolvimento deste trabalho.

Referências bibliográficas

1. Campos PC, Barco L. Jornalismo ambiental e consumo sustentável: proposta de comunicação integrada para a educação permanente. 2006;
2. Bueno, WC. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. Editora UFPR. 2007.

3. Nascimento, LCT. Análise da percepção de mídia dos cidadãos de Santos e de Cubatão/SP: Ecologia, Questões Ambientais e seus impactos, no período de 2005 a 2012 (Dissertação de Mestrado). 2013
4. Torres, CC. A importância das redes sociais no jornalismo. Site: http://observatoriodaimprensa.com.br/. Acesso em 29/09/2017.