

Comunicação ambiental e cidadania: problematizando as redes sociais virtuais da sociedade civil¹

Autoras Jane Mazzarino²

Luciana Turatti³

Margarita Rosa Gavéria Mejia⁴

Resumo

A produção científica na área da comunicação ambiental focada nos modos de interação nas redes sociais é incipiente. É relevante investigar as diversas manifestações sobre os temas socioambientais em espaços alternativos criados pela sociedade civil organizada, como os movimentos sociais, entre eles os ambientalistas. Bem como, espaços da sociedade civil não organizada, do cidadão comum. Referimo-nos a sites, facebook, twitter, blogs, etc.. Este artigo trata da abordagem dos temas ambientais por mídias comerciais e da sociedade civil, problematizando de que forma essas podem vir a se transformar em mídia cidadã?

Palavras-chave

Comunicação ambiental; cidadania; sociedade civil.

1. Introdução

Hoje há uma percepção generalizada que se vive uma crise ambiental planetária. A novidade da crise atual está no fato de ser antrópica, ter escala planetária e “[...] redimensionar as relações entre sociedades humanas e meio ambiente” (SOFFIATI, 2002, p. 60).

¹ Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Jane Mazzarino é Bacharel em Jornalismo, mestre e doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos), professora do PPG Ambiente e Desenvolvimento do Centro Universitário Univates. E mail: janemazzarino@gmail.com.

³ Luciana Turatti é Bacharel em Ciências Jurídicas, mestre e doutoranda em Direito (UNISC), professora do Centro Universitário Univates. E mail: lucianat@univates.br.

⁴ Margarita Rosa Gavéria Mejia é Antropóloga, mestre em Antropologia Social (UFRJ) e doutora em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (UFRJ). E mail: margaritarosagaviria@gmail.com

Como assinala Leis e D´amato (1995), o ambientalismo constitui um amplo movimento histórico de alcance global e importância prática no processo de redefinição do caráter da política mundial, um paradigma emergente, com capacidade explicativa e transformadora da realidade social e política. O movimento ambientalista se constitui, então, portador de valores e interesses universais relacionados ao equilíbrio ecológico, à justiça social, a não violência ativa e à solidariedade com as gerações futuras.

Da ótica de Leff (1991) a crise ambiental gerou novas orientações para o processo de desenvolvimento e novas demandas para os movimentos sociais, ecológicos ou ambientalistas, que contrapõem-se aos regimes totalitários e antidemocráticos. O ambientalismo abre-se para um novo projeto de civilização, orientado para a construção de uma nova racionalidade social e produtiva fundada no manejo integrado dos recursos – naturais e culturais. O ambientalismo problematiza a racionalidade social imposta pela ordem econômica dominante, articulando produtividade ecológica, com a inovação tecnológica, a autogestão produtiva e a participação popular.

Para Melucci, a questão ecológica tem como primeiro plano a dimensão cultural da ação humana, por ser o lugar onde se colocam as questões sobre o destino da humanidade.

Não é possível imaginar um futuro viável para a vida sem intervir sobre as relações sociais, sobre os sistemas simbólicos, sobre a circulação de informações, quanto ou mais do que se intervém sobre os conjuntos técnicos. Os que se preocupam em governar a complexidade, agindo sobre as coisas, arriscam um erro prospectivo, uma espécie de miopia substancial. A eficácia sobre as coisas, hoje, depende sempre mais da capacidade de agir sobre os códigos simbólicos que regem a vida cotidiana, os sistemas políticos, as formas de produção e de consumo (MELUCCI, 1992, p. 57.)

Mais informação, para Melucci, significa maior potencial de ação autônoma, capacidade reflexiva de produzir sentido e motivação para o que somos. Mas também denota que estamos mais expostos à informação, que pode controlar ou transformar nossa identidade de forma corrosiva. *“Ocupar-se do planeta interno significa opor-se aos conquistadores e incluir este enorme patrimônio de consciência no nosso campo de experiência, aprendendo a explorar, a habitar e a cultivar, em vez de submeter-se”* (MELUCCI, 1992, p. 61). Nesse sentido, os movimentos sociais se propõem a manifestar formas de se tornar terra de conquista, do potencial de ação autônoma.

Uma ecologia das escolhas econômicas, políticas e tecnológicas não vive sem a ecologia do cotidiano, das palavras e dos sinais com que fazemos existir ou destruímos o planeta interno. As formas de reflexão e de comunicação são o terreno ao qual se aplica um entendimento de segundo nível, que já está começando a substituir uma cultura centrada exclusivamente sobre os conteúdos, sobre os valores e sobre os objetos. As formas e os processos da ação humana tornam-se extremamente importantes, quando a velocidade da



mudança vem provocar uma obsolescência sempre mais rápida e uma substituição dos conteúdos. O modo de ação adquire valor de palavra tanto e mais do que o conteúdo em si. (MELUCCI, 1992, p. 67).

Para Melucci, a bandeira das revoluções modernas – o direito à igualdade – foi substituída pela bandeira do direito à diferença. O reconhecimento e o respeito à diversidade entre os seres, às linguagens, às culturas leva a uma nova definição de solidariedade e de convivência. Apesar desses direitos estarem muitas vezes longe, eles já se presentificam há algum tempo na nossa vida cotidiana e na cultura civil. E é em torno deles que se abrem os confrontos contemporâneos e se tece uma nova cultura para os seres humanos. É na comunicação que se constitui o espaço de encontro possível entre os diversos. Segundo Melucci, as dimensões da solidariedade e da comunicação podem fazer menos opaca e irredutível a diversidade.

Com base nos argumentos dos autores mencionados, propomos a necessidade de investir em estudos que busquem compreender os sentidos circulantes sobre os temas ambientais nas manifestações comunicacionais midiáticas da sociedade civil organizada, a fim de investigar solidariedades, transformações, orientações, recomendações, mobilizações, projetos, articulações, demandas, expectativas, conflitos, códigos, submissões, diversidades, potências.

Esta proposta está sendo realizada pelo Grupo de Pesquisa vinculado ao CNPq *Práticas Ambientais, Comunicação, Educação e Cidadania*, que desenvolve seu trabalho atrelado ao PPG Ambiente e Desenvolvimento no Centro Universitário Univates.

Este artigo trata da abordagem dos temas ambientais por mídias comerciais e da sociedade civil, problematizando de que forma essas podem vir a se transformar em mídia cidadã?⁵

2. Mídiação da temática ambiental e cidadania

Quando as sociedades civis organizadas ocupam o espaço midiático para suas manifestações, estariam estas construindo espaços de mídia cidadã ou reproduzem as mesmas abordagens, geralmente superficiais, que inúmeros estudos de jornalismo ambiental apontam?

⁵ Esta pesquisa conta com auxílio financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa do Rio Grande do Sul (Fapergs).

Tendo como pano de fundo o presente questionamento, um dos estudos das mídias comerciais realizados pelo grupo de pesquisa, analisou a oferta do tema recursos hídricos nos jornais Correio do Povo e Zero Hora, no período de 2011 e 2012, e observou que as tragédias socioambientais agendam os produtores de notícias com maior facilidade que outros temas relacionados aos recursos hídricos. A regra produtiva do campo jornalístico de acompanhamento dos acontecimentos foi recorrentemente ignorada pelos produtores das notícias. As fontes comunitárias assumem relevância quando acontecem tragédias, sendo pouco procuradas em situações normais, quando as fontes oficiais e técnicas são priorizadas. Questões relacionadas à necessidade de um posicionamento dos cidadãos, como cobrança pelo uso da água e sua qualidade, temas discutidos no período, no contexto dos comitês de bacias hidrográficas, foram praticamente ignorados pelos atores do campo jornalístico, isto porque a possibilidade de impacto, expectativa de vender a notícia com publicação de fatos sobre a catástrofe das cheias e a concorrência determinaram a escolha das pautas, mais que os critérios de noticiabilidade relativos à relevância, proximidade e interesse humano (MAZZARINO e FLORES, 2012).

Uma metanálise das pesquisas realizadas e publicadas nos anais dos congressos da Compós e Intercom nos últimos 10 anos, assim como nas revistas categorizadas pela Capes com qualis A1, A2 e B1 em Ciências Ambientais indicam que os veículos de comunicação jornalística, quando tematizam o ambiente, carecem de uma abordagem sistêmica e contextualizada, com pluralidade de fontes. Os autores destas publicações, de modo geral, defendem que o campo jornalístico assuma sua responsabilidade ética na abordagem desta problemática, que explicita melhor as relações entre problemas ambientais e o cotidiano comunitário. Apontam a importância de incluir a comunidade como fonte interessada e que sofre as conseqüências decorrentes da crise ambiental; que mantenha uma regularidade na cobertura, que inclua os temas nos espaços opinativos; que fique menos dependente das fontes oficiais e especializadas, como é o caso das científicas; que aposte mais no jornalismo interpretativo e investigativo e menos no informativo e que a cobertura seja menos permeada pelas dimensões econômicas e políticas e tenham um enquadramento ecossistêmico. Para

ilustrar estas afirmações, citamos três estudos dentre os inúmeros pesquisados, por considerá-los mais elucidativos.

Miguel (2012) analisa a aparição do tema ambiental no Estado de São Paulo em 2007 e observou que os textos foram enquadrados em todas as editorias; a questão é impulsionada por datas especiais e divulgação de documentos; não consegue transitar “pelas diversas pautas do cotidiano”; quanto às fontes privilegiam-se as oficiais, muitas são colocadas de modo generalista (ambientalistas, especialistas), há predominância das falas acadêmicas e ausência das pessoas diretamente afetadas pelos problemas (comunidades, indígenas, ribeirinhos); são enquadrados os conflitos ao invés de se explicar as questões aos leitores; aspectos relacionados a questões econômicas foram predominantes; há a tendência à dramatização dos fatos ao criar cenários pessimistas pro futuro; a abordagem reproduz ideais positivistas/utilitaristas e antropocêntricos (o homem é vítima ou culpado pelas mazelas ambientais); o jornal teve dificuldade para abordar o tema de forma holística.

Loose e Peruzzolo (2008, texto digital), ao estuda estratégias de tematização e figurativização na abordagem da temática ambiental na editoria Ciência da Folha de São Paulo em 2006, pondera que as pesquisas são consideradas necessárias e geradoras de desenvolvimento, os pesquisadores são apresentados como fontes de verdade absoluta, há unilateralidade das fontes, além da falta espaço para cidadãos comuns, que não possuem saber científico.

Costa (2009, texto digital) analisa as temáticas de desmatamento e incêndios florestais entre 2002 e 2006 em sites das principais revistas e jornais brasileiros e postula que a cobertura foi ascendente e constante com alguns momentos de ápice. As matérias, em sua maioria, eram factuais e com tom alarmista, mas o número de reportagens foi crescente. Madeireiras e produtores de soja foram apontados como responsáveis pelo desmatamento da Amazônia. As revistas e o jornal Folha de São Paulo recorreram com bastante frequência a fontes científicas e não governamentais internacionais, além destas houve constância também na presença de fontes governamentais. Os órgãos representativos do setor madeireiro ganharam voz no espaço jornalístico, já agricultores familiares, médios fazendeiros, índios e seus órgãos de representação aparecem de forma secundária. Os índios são qualificados como “vilões”. Além disso, Costa identifica quatro formações discursivas predominantes: discurso

político do desenvolvimento sustentável, discurso científico, discurso ambiental das ONGs e o discurso empresarial (do setor madeireiro). E aponta que o embate principal deu-se entre preservação ambiental e desenvolvimento econômico, sem uma abordagem analítica desta dicotomia.

Com base nas análises destes autores, questionamos de que modo os espaços informativos das mídias da sociedade civil organizada se distanciam deste modelo restritivo em possibilidades de gerar o debate sobre os temas públicos? Que repercussões as ofertas de informação das organizações da sociedade civil acerca do meio ambiente tem nas suas redes sociais? Estas manifestações apontam para processos de cidadania ambiental?

A produção científica na área da comunicação ambiental focada nos modos de interação nas redes sociais é incipiente. É relevante investigar as diversas manifestações sobre os temas socioambientais em espaços alternativos criados pela sociedade civil organizada, como os movimentos sociais, entre eles os ambientalistas. Bem como, espaços da sociedade civil não organizada, do cidadão comum. Referimo-nos a sites, facebook, twitter, blogs, etc..

No Brasil, a partir da década de 80, começa a se perceber a mídia como um espaço de visibilidade para as causas ambientais. As denúncias dos ambientalistas serão responsáveis pelo aumento da percepção da sociedade sobre esta problemática.

Cada vez mais, o espaço onde se constrói a opinião pública contemporânea é marcado pela interação entre uma multiplicidade de discursos oriundos de diversos campos sociais que se movimentam no sistema social global. Discursos, estes, que chegam aos públicos de forma amplificada ao serem processados via tecnologias de informação.

Como espaço público, a mídia se constitui no lugar da retórica contemporânea. Por ela se expressam as falas das diversas organizações sociais, que buscam visibilidade para seus discursos. Ao agendar os temas de conversações que passam a fazer parte do cotidiano dos indivíduos, o campo midiático cria grupos com membros dispersos geograficamente, multidões consistentes, abstratas e soberanas, que compartilham opiniões. Mediam-se temas e socialidades criando interações sociais virtualizadas (CHAMPAGNE, 1998).

A existência desses espaços de debate dos temas públicos da atualidade é fruto da democracia. A democracia pressupõe a existência de um espaço público onde sejam debatidos

os grandes problemas do momento, possibilitando que um maior número de atores se exprima acerca de uma variedade maior de assuntos (WOLTON, 1995).

Problematiza-se como determinados grupos da sociedade civil organizada se posicionam diante dos problemas ambientais contemporâneos, que agendas são focadas por organizações da sociedade civil quando tratam da questão dos recursos hídricos, quais fontes são convidadas a ter voz e quais enquadramentos estão sendo priorizados? Diante destas ofertas, como os receptores interagem e repercutem estas notícias nas redes sociais? Que posicionamentos os internautas assumem ao se manifestar nas redes sociais da sociedade civil, quando agendadas por notícias e temas ambientais discutidos nos seus espaços midiáticos? Já tendo realizado estudos sobre a abordagem de temas ambientais nas mídias comerciais, questiona-se qual é o grau de aproximação entre estas mídias e as da sociedade civil? Em que se aproximam e se distanciam estas diferentes abordagens quanto à construção de processos de comunicação pública? O direito à informação sobre os temas públicos está sendo preservado nos processos de midiaticização engendrado pelas organizações da sociedade civil? De que modo as práticas midiáticas das organizações da sociedade civil e dos internautas podem estar apontando para processos de cidadania e governança ambiental?

A relevância da análise das formas de manifestação da sociedade em redes sociais foi observada em estudo exploratório sobre o assunto por Gavéria e Mazzarino (2012), o qual teve como base o espaço de comunicação digital Facebook Rio+20. O facebook foi oferecido como ferramenta pela Organização das Nações Unidas (ONU) durante a Conferência no Rio de Janeiro, em junho de 2012, para estimular a difusão de informações e o debate entre as pessoas e organizações ambientalistas de diversas partes do mundo. Nestas análises desvendou-se posicionamentos sociais em relação à problemática ambiental, observou-se como os receptores dos diferentes acontecimentos da Rio+20 se mobilizaram no espaço virtual para expressar posicionamentos ideológicos e sociais ao redor de problemas ambientais e aspectos correlacionados. Para isso, seguiu-se a postura metodológica da antropologia digital que integra a tecnologia digital à pesquisa, e abordou-se o Facebook Rio+20 como uma ferramenta de comunicação mediada pelo computador. Longe da pretensão de analisar as redes sociais construídas através deste instrumento, o estudo situou-se diante de

um espaço público mediado pela tecnologia, conforme o conceito de Boyd (2007)⁶. O site permitiu estabelecer conexões para disseminação de ideias e informações entre atores sociais.

Estudos sobre o processo de midiatização de temas ambientais realizados por organizações da sociedade civil têm sido realizados, mas focam especialmente as gramáticas produtivas, ou seja, apenas os discursos das organizações, sem aprofundar sua repercussão nas redes sociais. Em relação a esta problemática, Gonçalves e Miguel (2012) analisam a divulgação de temas científicos nos espaços virtuais usados pelo Greenpeace e apontam que a organização não atua no sentido de promover a compreensão pública da ciência, já que a oferta é fortemente política, persuasiva e fragmentada. Com isto, limita a participação dos internautas, os quais se ocupam com o reencaminhamento de mensagens, assinaturas de petições e comentários filtrados pelo moderador, sem um fio condutor no debate. Miguel (2010) ao analisar a *homepage* do Greenpeace em um estudo exploratório pondera que a organização divulga a causa ambiental, conquista adeptos e faz alertas, mas reitera práticas próprias da mídia tradicional ao informar de modo descontextualizado e em tom sensacionalista.

Como assinala Miguel, o Greenpeace restringe a potencialidade do ciberativismo que, da ótica de Fossá e Pinto é uma

[...] esfera de debate público midiatizada onde a diversidade das intencionalidades formalizadas por meio do discurso possa representar espaços anteriormente abafados pela abrangência dos meios de comunicação de massa e pelos entraves da política institucionalizada. A discussão gerada no ciberespaço permite uma conversação horizontalizada, em que os indivíduos podem livremente discutir sobre um assunto (FOSSÁ e PINTO, 2011, texto digital)

Neste sentido, quando se coloca em questão as práticas discursivas dos internautas no espaço virtual ao se pronunciar em relação a temas ambientais, que processos de cidadania e governança deixam entrever? De que modo as características do webjornalismo (hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória e atualização contínua) são apropriadas pelas organizações da sociedade civil na produção da informação ambiental? Estas possibilidades das ferramentas virtuais determinam uma participação cívica ou marginal nos debates ambientais em circulação nas redes sociais?

⁶ O conceito refere-se “a ambientes onde as pessoas podem reunir-se publicamente através da mediação da tecnologia” (Recuero, 2009; p.42).

Pressupõe-se que as assessorias de imprensa das organizações da sociedade civil guiam-se pelos mesmos valores notícia e técnicas do campo jornalístico, aproximando-se mais da categoria de jornalismo público ou cívico, do que das lógicas correntes nas mídias comerciais. O jornalismo público ou cívico refere-se a um jornalismo que assume como responsabilidade a função de melhorar a vida pública, portanto tem compromisso com a democracia e com o fortalecimento da cultura cívica, pois se pensa como parte da sociedade e assume-se como um ator preocupado com o interesse da comunidade, que quer interferir na construção do espaço público suscitando o debate.

O debate sobre os temas públicos organiza processos de cidadania⁷ e governança voltados para as questões ambientais, gerando-se a capacidade e possibilidade dos cidadãos influenciarem as políticas públicas.

Campelo (2012, texto digital) afirma que “a visibilidade midiática foi importante no processo de transformação dos problemas ambientais em assuntos discutidos, e depois como impulsionadora para a elaboração de políticas públicas”. Para esta autora, os meios de comunicação possibilitam o desenvolvimento social e o enfrentamento da crise ambiental, já que são “informativos e formativos, sendo com isso de suma importância na construção de uma percepção ambiental complexa; na promoção de mudança de hábitos e valores; na mobilização da ação pública em torno da criação de políticas públicas socioambientais”.

Acerca da propriedade transformadora da mídia, Caldas et al. (2006) argumentam que seu papel é “fundamental na construção do imaginário popular. As informações veiculadas pela imprensa, associadas aos interesses específicos de diferentes grupos, exercem um poder real para mudanças no curso da própria história, uma vez que ‘alimenta’ a mobilização pública ou os representantes dos diferentes poderes para legitimar atos ou ações, daí sua imensa responsabilidade social”.

Entende-se que a midiaticização de informação ambiental pela sociedade civil organizada sinaliza uma interface entre comunicação ambiental e jornalismo ambiental, pois mesmo que o interesse deste estudo seja investigar o gênero informativo nos espaços

⁷ O conceito de cidadania é visto aqui como aquele desenhado por Liszt e Bredariol (2006, p.15), onde “ser cidadão é também ter acesso à decisão política, ser um possível governante, um homem político”.

mediáticos das organizações da sociedade civil, não se trata de jornalismo ambiental propriamente, pois é um processo de midiaticização interessado explicitamente em defender determinadas posições sociais em defesa do ambiental.

Com base em Bueno (2007) a comunicação e o jornalismo têm como objetivo “a circulação e troca de experiências, emoções, informações e conhecimentos. É importante perceber, no entanto, que eles têm amplitudes diferentes”. O autor assume a

Comunicação Ambiental como todo o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental, enquanto o Jornalismo Ambiental, ainda que uma instância importante da Comunicação Ambiental, tem uma restrição importante: diz respeito exclusivamente às manifestações jornalísticas (BUENO, 2007, texto digital).

Assim, a comunicação ambiental incorpora, além do jornalismo ambiental, outras atividades como folhetos, campanhas, ações espetaculares, livros, vídeos, filmes, peças institucionais, etc.. Não tem compromisso com a atualidade, periodicidade ou com um formato particular como o jornalismo. É realizada por qualquer profissional, enquanto que o jornalismo ambiental é atrelado ao papel do jornalista. Para Bueno (2007)

Podemos conceituar o Jornalismo Ambiental como o processo de captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado (BUENO, 2007, texto digital).

O processo simbólico engendrado pelos atores sociais que ocupam espaço no campo midiático para ofertar informações, caso das organizações da sociedade civil, é uma tarefa realizada pelas assessorias de imprensa, as quais se guiam por alguns valores-notícia ou critérios de noticiabilidade, assim como algumas regras que são comuns ao campo jornalístico. Entre os critérios de noticiabilidade, pode-se citar: prestígio, novidade, poder e sua representação, normalidade a anormalidade, violência, competição, rivalidade pessoal, o extraordinário, exótico, frequência, intensidade, ausência de ambiguidade, significatividade/relevância, consonância com expectativas da audiência, imprevisibilidade, continuidade, referência valores socioculturais, a expectativa do grupo de referência (ou seja, dos ativistas), expectativas da organização, etc.. Critérios de noticiabilidade são resultado de

requisitos, operações, valores, instrumentos, elementos que definem a escolha dos acontecimentos que merecem ser transformados em notícia.

Estes critérios ajudam a manufaturar a informação, enquadrá-la de modo a ser ofertada e consumida pelos receptores, agendando-os sobre a pertinência dos acontecimentos escolhidos para se tornarem notícia. Dar visibilidade a um acontecimento significa dar-lhe existência pública, tornando-o um recurso de discussão pública e um elemento de afetação dos receptores que se apropriam deste pacote de sentidos que enquadram os acontecimentos. Assim, a perturbação que as agendas midiáticas sofrem dos atores de diversos campos sociais que buscam dar visibilidade pública às suas pautas repercute sobre as agendas sociais. O fato da mídia ter o potencial de formar a opinião pública fazendo emergir temas que tomam a atenção pública impõe a responsabilidade ética inerente à seleção das agendas, seja esta realizada por jornalistas ou por gestores de organizações da sociedade civil.

3. Comunicação ambiental e cidadania

Para Dahlgren (1997), a produção de sentido é essencial para compreender processos microsociais que determinam o acesso dos cidadãos ao espaço público. Conceber o espaço público requer que se leve em conta as realidades históricas do momento, o papel desempenhado pelos meios de comunicação sobre o público, e os processos de criação de sentido que se desenvolvem na vida cotidiana, sobretudo aqueles mediados pela mídia.

A mídia tem papel determinante nas conversas sociais e nos processos mais objetivados, denominados de comunicação pública. Para Matos (2009, 26 e 27) a comunicação pública é “[...] um espaço plural para a intervenção por parte do cidadão no debate das questões de interesse coletivo”. No entanto, Esteves (2003, 45) chama atenção para o fato de que a medida que a comunicação pública fica mais dependente dos meios de comunicação, ela “tende a perder seu caráter livre e autônomo”. De qualquer modo, estas práticas possibilitam a ampliação do capital social, o qual se coloca como origem e resultado de ações comunicativas. A partir da revisão teórica realizada por Matos (2009), considera-se que o conceito de capital social abrange a cultura de confiança criada a partir da partilha de normas e valores; a percepção da interdependência entre os membros de um grupo ou entre



grupos, que gera um sentimento de solidariedade, engajamento recíproco e interreconhecimento entre os membros; a existência de vínculos sociais, de pertencimento, construídos a partir da interação e de fluxos de informação, que determinam a coesão social do grupo ou de grupos; e a existência de objetivos comuns relativos a alguma forma de compromisso cívico, coletivo.

Interdependência, confiança, vínculos e objetivos comuns são elementos intrínsecos ao conceito de capital social e estão relacionados com as interações nas redes sociais por meio de práticas comunicativas. A interrelação entre comunicação e capital social aponta para o conceito de capital comunicacional, definido por Matos (2009, 28) como “[...] o potencial intersubjetivo de intercompreensão e negociação recíproca de entendimentos e pontos de vista diante de uma situação que exija a ação coordenada para a solução de impasses e problemas.”

A construção de um capital comunicacional voltado para problemas socioambientais pode determinar, assim, o surgimento do que se pode denominar capital comunicacional socioambiental que pressupõe: o debate público em torno destes temas, a partilha de valores relativos à cidadania ambiental, a percepção da interdependência entre todas as formas de vida, a formação de laços de pertencimento entre as pessoas e entre elas e o meio, a criação de objetivos comuns para melhoria das condições socioambientais (MAZZARINO, 2012). Neste sentido, como as práticas midiáticas das organizações da sociedade civil e suas repercussões nas redes sociais podem estar apontando para a formação de capital comunicacional socioambiental?

Nesta ordem de ideias, é fundamental considerar que a efetivação do direito à informação é pressuposto para efetivação da participação popular nos processos de governança dos recursos hídricos.

Para Wolton (1995) a maior circulação de informação não significa automaticamente a efetivação de processos de comunicação, a qual pressupõe compreensão entre os envolvidos. Portanto, os processos de midiaticização empreendidos pela sociedade civil não organizada precisam ser investigados para analisar de que modo apontam para processos de governança e da efetivação do direito à informação ambiental.

Considerando que na atualidade o acesso à informação encontra-se efetivamente regulamentado por leis nacionais, resta o dever de implementá-lo, uma vez que tal direito interliga-se com o conceito de cidadania. A partir do exposto, entendemos que este direito não se constitui apenas como um dever do Estado, mas também das organizações da sociedade civil organizada, o que aponta pra efetivação da governança ambiental.

Entende-se por governança o “exercício deliberado e contínuo de desenvolvimento de práticas cujo foco analítico está na noção de poder social que media as relações entre Estado, Sociedade Civil e Mercado” (JACOBI, 2012, p. 71), onde tomadores de decisão e não tomadores de decisão são envolvidos entorno de um objetivo comum: no presente caso, a preservação dos recursos hídricos.

Para além de Jacobi tem-se que, mais do que o envolvimento de entes como o Estado, a Sociedade Civil e o Mercado, a governança ambiental pode ser definida como aquela em que a sociedade humana encontra espaços comunitários e instâncias de representação onde ela mesma possa, de forma voluntária, a partir dos conhecimentos e da informação previamente recebidos, estabelecer formas cooperativas e participativas de gestão do bem comum.

Assim, investigar as práticas ambientais de organizações da sociedade civil e suas repercussões nas redes sociais relacionando-as à discussão do direito à informação, às dimensões do capital comunicacional socioambiental, à cidadania e à governança ambiental coloca-se como uma forma de contribuição para a construção de estratégias de comunicação pública, o que refere-se a uma área de pesquisa que trata de processos culturais da sociedade contemporânea em relação à problemática ambiental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSEMBLÉIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm, acesso em 12 de junho de 2012.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito**. In: Desenvolvimento e Meio Ambiente, n. 15, p. 33-44, jan/jun. 2007. Editora UFPR. Anais... Disponível em: <http://cbja-rio2011.com.br/1016/jornalismo-ambiental-explorando-alem-do-conceito.html>. Acesso em: 15.abril.2013.



CALDAS, Graça; BEZZON, Lara Andréa Crivelaro; MIOTTO, Luciana Bernardo; OLIVEIRA, Maria José da Costa; CAMARGO, Vera Regina Toledo. **Água, Mídia e Poder: a Construção do Imaginário Popular nos Jornais da RMC.** In: XXIX Congresso Brasileiro da Comunicação, UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. Anais... Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=44649>>. Acesso em: 15.abril.2013.

CAMPELLO, Lorena de Oliveira Souza. **A contribuição do jornal Gazeta de Sergipe para a discussão da problemática ambiental entre os anos de 1972 e 1992: o papel da imprensa escrita para o desenvolvimento social.** In: Razón y Palabra, n. 80, ago/oct. 2012. Anais... Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524426019>>. Acesso em: 15.abril.2013.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

COSTA, Luciana Miranda. **A imprensa e os Desmatamentos na Amazônia: quem são as fontes do discurso jornalístico?** In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba/PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Anais... Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=36605>>. Acesso em: 15.abril.2013.

DAHLGREN, Peter. “El Espacio público y los medios”. In **Espacios públicos en imágenes.** V. Masson e D. Dayal (orgs). Barcelona: Gedisa, 1997.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia:** comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan; PINTO, Rafaela Caetano. *Movimentos Sociais e Minorias: Apontamentos do Ciberativismo do Greenpeace.* XXXIV Congresso de Ciências da Comunicação. Recife, PE. 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2959-1.pdf>>. Acessado em: 06 maio 2013

GAVIRIA M. Margarita e MAZZARINO, Jane. Análises dos discursos ambientalistas de internautas no facebook Rio + 20. Apresentado no VII Congresso Nacional da Associação Latinoamericana de estudos do discurso em Bogotá, Colômbia. Outubro, 2012.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes; MIGUEL, Katarini. *Conhecimento científico e participação social na cibercultura do Greenpeace Brasil.* **Revista FAMECOS.** Porto Alegre, v.19, n.2, p. 348-457, maio/ago. 2012.

JACOBI, Pedro. Desafios à governança e participação popular no Brasil. In RIBEIRO, Wagner Costa. (org.) **Governança da Ordem Ambiental Internacional e Inclusão Social.** SP: Annablume, 2012.

LEFF, Enrique. *Saber ambiental:* sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

LEIS, H. R.; D'AMATO, J. L. O ambientalismo como movimento vital: análise de suas dimensões históricas, ética e vivencial. In: CAVALCANTI, C. (Org). **Desenvolvimento e natureza:** estudos para uma sociedade sustentável. São Paulo: Cortez, 1995.



LOOSE, Eloísa Beling. PERUZZOLO, Adair Caetano. **Como o Meio Ambiente é tematizado no Discurso Jornalístico da Folha de S. Paulo.** In: XXXI Congresso Brasileiro de Comunicação Ambiental, Natal/RS – 2 a 6 de setembro de 2008. Anais... Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=34571>>. Acesso em: 15.abril.2013.

MATOS, Heloisa. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações.** São Paulo: Summus, 2009.

MAZZARINO, Jane M. FLORES, Vinicius dos Santos. Ofertas, marcas e a construção de vínculos com o receptor na produção jornalística sobre recursos hídricos. ALAIC, 2012. Congreso Latinoamericano de Investigadores em Comunicación. GT Estudios sobre Periodismo. **Anais...** Montevideo: maio, 2012b. Disponível em http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/ofertas_marcas_e_a_construcao_de_vinculos_com_o_receptor_na_producao_jornalistica_sobre_recursos_hidricos_jane_mazzarini_vinicius_dos_santos_flores_0.pdf Acesso em 13 ago. 2012.

MAZZARINO, Jane Marcia. **O campo jornalístico e a construção do capital comunicacional socioambiental.** RCA. Revista de Ciências Ambientais (UniLASALLE), v. 6, p. 81-94, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Rbca/article/view/419>

MELUCCI, Alberto. **O jogo do eu: a mudança de si em uma sociedade global.** Editora Feltrinelli. 2. ed. 1992.

MIGUEL, Katarini. Estratégias de Comunicação e Mobilização na Cibercultura ambientalista. **XXXIII Congresso de Ciências da Comunicação.** Caxias do Sul, RS. 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2841-1.pdf>>. Acessado em: 06 maio 2013.

MIGUEL, Katarini. **Os paradigmas da imprensa na cobertura das políticas ambientais.** In: Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Vol.35, n.1, São Paulo, Jan./June 2012. Anais... Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442012000100007&script=sci_arttext>. Acesso em: 15.abril.2013.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.(Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma.** Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

SOFFIATI, Arthur. Fundamentos filosóficos e históricos para o exercício da ecocidadania e da ecoeducação. In: LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo; LAYRARGUES, Philippe Pomier; CASTRO, Ronaldo Souza de, (orgs). **Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania.** São Paulo: Cortez, 2002.

WOLTON, D. Dominique. **As contradições do espaço público mediatizado.** Revista Comunicação e Linguagens, n. 21-22, Lisboa: Cosmos, dezembro de 1995.