

Jornalismo online e ciberativismo em blogs: o papel das novas mídias na discussão das mudanças climáticas

Autore: Rafael Santos de Oliveira

In: Diritto civile e commerciale

ONLINE JOURNALISM AND CYBERACTIVISM IN BLOGS: THE ROLE OF NEW MEDIA IN THE DISCUSSION OF CLIMATE CHANGE

GIORNALISMO ONLINE E CYBERACTIVISM IN BLOG: IL RUOLO DEI NUOVI MEDIA NELLA DISCUSSIONE DI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Rafael Santos de Oliveira¹

RESUMO

As discussões políticas e jurídicas envolvendo a proteção do meio ambiente e, em especial, acerca das mudanças climáticas são um grande desafio da contemporaneidade. Além do tradicional espaço político internacional, onde governantes discutem soluções para o problema, a internet propiciou a emergência de um ciberespaço com poder de ampliar os atores envolvidos nesse processo, em face maior facilidade de se difundir a informação, com viéses também diferenciados. Pretende-se, nesse contexto, investigar como as chamadas novas mídias enfrentam e contribuem na discussão dos problemas ambientais advindos das

mudanças climáticas, focalizando-se a atenção na contribuição dos jornais online e dos blogs. Utilizando-se da análise de conteúdo de algumas dessas mídias, demonstra-se que seu o envolvimento é crescente e vem interferindo na forma como a sociedade internacional percebe tais problemas e,consequentemente, na forma como o direito precisará regular tais desafios.

Palavras-chave: mudanças climáticas; novas mídias; jornalismo online; blogs; direito ambiental internacional;

ABSTRACT

The political and legal discussions surrounding the protection of the environment and, in particular, about climate change are a major challenge of contemporaneity. Besides the traditional international political arena, where leaders discuss solutions to the problem, the Internet enabled the emergence of cyberspace to expand the power of actors involved in this process, due to greater ease of disseminating information, also with different biases. It is intended in this context to investigate how the so-called new media and face contribute to the discussion of environmental problems arising from climate change, focusing attention on the contribution of online newspapers and blogs. Using content analysis of some of these media, it is shown that their involvement is growing and are interfering in the way society perceives such international problems and, consequently, in how the law will need to regulate such challenges.

Keywords: climate change, new media, online journalism, blogs, international environmental law;

ABSTRACT

Le discussioni politiche e giuridiche attinenti alla tutela dell'ambiente e, in particolare, sui cambiamenti climatici sono una delle principali sfide della contemporaneità. Oltre alla tradizionale politica internazionale, dove i leader discutere le soluzioni al problema, l'Internet ha permesso l'emergere del cyberspazio per espandere il potere degli attori coinvolti in questo processo, a causa di una maggiore facilità di diffusione delle informazioni, anche con inclinazioni diverse. Si intende in questo contesto, per studiare come i media cosiddetti nuovi e faccia contribuire alla discussione dei problemi ambientali derivanti dal cambiamento climatico, focalizzando l'attenzione sul contributo dei quotidiani online e blog.

Utilizzando l'analisi del contenuto di alcuni di questi mezzi di comunicazione, è dimostrato che il loro coinvolgimento è in crescita e stanno interferendo nella società modo percepisce come problemi internazionali e, di conseguenza, in che modo la legge sarà necessità di regolamentare tali sfide.

Parole chiave: cambiamento climatico, nuovi media, giornalismo online, blog, diritto internazionale dell'ambiente;

1. INTRODUÇÃO

A proteção internacional ao meio ambiente não decorre de uma simples vontade política de os Estados criarem tratados internacionais sobre a temática. Cada vez mais, a sociedade internacional passa a participar desse processo, ainda que em condição coadjuvante, exigindo a adoção de medidas efetivas e imediatas no enfrentamento de temas emergentes tal como as mudanças climáticas. Nesse processo de discussão, o acesso à informação científica e política vem ganhando um novo espaço de debates que é o espaço virtual, potencializado pelas novas tecnologias da informação e comunicação (TICs). É dentro desse contexto que se desenvolve o presente artigo, onde se investiga, de forma não exaustiva, a partir de uma abordagem hipotético-dedutiva, a forma como as chamadas novas mídias

enfrentam e contribuem na discussão sobre os problemas ambientais advindos das mudanças climáticas. A partir de uma metodologia de análise de conteúdo de algumas dessas mídias e associada a uma pesquisa bibliográfica, observa-se o crescente papel que essas novas TICs exercem na proteção dos direitos da pós-modernidade. Dessa forma, primeiramente analisa-se o contexto de emergência das novas mídias (2), passando-se por uma identificação sobre como ocorre a representação desses problemas junto aos jornais online (2.1), chegando-se a uma reflexão acerca do papel que os blogs também passaram a exercer na discussão sobre esses desafios políticos e jurídicos (2.2).

2. AS NOVAS MÍDIAS E A VIRTUALIZAÇÃO DOS DEBATES ENVOLVENDO A PROTEÇÃO INTERNACIONAL DO MEIO AMBIENTE

A emergência de novas mídias como fontes de informação provocaram mudanças na forma de se fazer jornalismo e em todos os demais modos de produção e difusão da informação (DIZARD JR., p.53-54). A Internet, em especial, propicia uma interligação entre as mais diversas mídias e isso favorece e amplia o espaço de discussão social de certos problemas. Por outro lado, o atual contexto midiático aponta para uma perda da credibilidade das mídias tradicionais e um deslocamento gradual, mas constante, do foco das atenções para as mídias online. É em face desses fatores que se justifica a necessidade de se analisar o comportamento dessas novas mídias em relação ao tema das mudanças climáticas.

Apesar de jornalismo online, os blogs e as redes sociais na Internet ainda se constituírem num campo de constante modificação e expansão, seu estudo mostra-se necessário ainda que sujeito a falhas, imperfeições ou compreensão incompleta do fenômeno. A tendência que se tem identificado até o momento é a de interpenetração dos universos compostos da mídia tradicional e da mídia online apesar da existência de um diálogo tenso e de mútua influência entre ambas.

Em face dessas constatações, também se pode afirmar que o exercício da cidadania em rede depende, por outro lado, da existência de um domínio individual para interagir com essas ferramentas de mediação que permitem, cada vez mais, o acesso a informação e também à organização e participação em acontecimentos. Por essa razão, Gustavo Cardoso sustenta que diante dessa necessidade de se dominar e adquirir as habilidades necessárias para a vivência no ciberespaço é que emerge o verdadeiro poder da mídia, poder este, conferido “por ouvir, falar e ser ouvido” (CARDOSO 2007. p. 32). Ou seja, trata-se de um poder que permite aos “cidadãos, nos seus diversos papéis, acessar o espaço simbólico produzido pelas tecnologias da mediação e, conseqüentemente, poder usá-las na construção da sua autonomia individual e coletiva: o poder da mediação” (CARDOSO 2007. p. 32).

O autor, por outro lado, reconhece que esse é um poder limitado tendo em vista que depende do contexto em que o mesmo é exercido. Assim, “embora a mídia possua o poder de influenciar (e mudar) processos políticos, econômicos e sociais e de mudar a balança do poder, esse poder lhe é igualmente negado pelo Estado, pelo mercado, pelas audiências resistentes ou proativas, pelos cidadãos e pelos consumidores” (CARDOSO 2007. p. 32). Essa negação, todavia, não lhe impede que continue a exercer o poder de influenciar, muito pelo contrário, o que se identifica é que as novas tecnologias da informação e comunicação permitirão novos caminhos para o exercício desse poder. Nesse mesmo sentido, sustenta Fritjof Capra, que um novo tipo de poder mostra-se mais adequado ao paradigma ecológico que emergiu nos últimos anos, trata-se do poder de influenciar os outros. Assim, para o autor a estrutura ideal para esse tipo de poder não é o da hierarquia mas a rede que também se afigura como a metáfora central da ecologia (CAPRA, 2006).

Ao se analisar a forma como os jornais online enfrentam a temática das mudanças climáticas percebe-se

que a grande maioria dos sites analisados reproduzem praticamente o mesmo conteúdo do jornal impresso, somente em alguns casos são feitas adaptações e inclusão de novos recursos multimídia (vídeos, fotos, etc.). Na cobertura de temas complexos, caso das mudanças climáticas, é comum o emprego de elementos de multimídia capazes de facilitar a compreensão do leitor acerca do assunto. Por isso, em vários sites é facilmente identificada a presença de ilustrações que facilitam o leitor comum a se familiarizar com a temática e, quando necessário, os jornais também estabelecem links (ligações) sobre pontos específicos do texto para outras reportagens e ou outras fontes que permitem ao leitor conhecer mais profundamente o assunto, incluindo-se aí, ligações para blogs de jornalistas ou até mesmo de outras pessoas não necessariamente com formação jornalística, mas que apresentam informações pertinentes sobre o assunto. Essa ligação entre jornais online e blogs, acaba por também justificar a escolha da análise dessas duas mídias no presente artigo.

Os resultados das buscas por notícias ligadas à temática das mudanças climáticas junto aos jornais online se mantêm coerentes com os encontrados nas mídias tradicionais, contudo, o que se destaca como um diferencial desse novo modo de fazer jornalismo é a possibilidade de interação com o público que os sites dos jornais online propiciam. Apesar de essa interação não se constituir em uma regra, pois muitos sites não permitem comentários, outros elementos buscam estimular alguma interação mediante convite ao leitor para que insira aquela notícia em seu blog, ou divulgue a outras pessoas junto às redes sociais (VARELA, 2007. p. 83.).

2.1 A representação das mudanças climáticas em jornais online

A partir da constatação de que as mídias tradicionais e as mídias online interagem e dedicam atenção crescente ao tema das mudanças climáticas, partiu-se em busca de evidências do agendamento e da seleção de informações no intuito de verificar o comportamento dessas mídias. A intenção, contudo, não foi a de realizar uma análise aprofundada no conteúdo das matérias, mas sim, identificar quantitativamente qual o espaço conferido a essa temática nos últimos anos de forma a confirmar a

hipótese de que a cobertura vem crescendo e que sofre interferência dos encontros internacionais sobre tema.

A forma escolhida para essa identificação foi a de pesquisa junto aos mecanismos de buscas existentes em cada um dos jornais selecionados para essa análise. Assim, foram escolhidos alguns jornais que permitem acesso à sua versão online sem necessidade de ser assinante do jornal impresso, além de permitirem a busca por datas e por palavras-chave. No presente artigo serão apresentadas, de forma mais detalhadas, apenas as informações de dois jornais, FolhaOnline (Brasil) e The Guardian (Inglaterra), em razão da limitação do número de laudas. As buscas foram realizadas no intuito de identificar e confirmar a hipótese de que o aumento nas notícias online também segue um padrão encontrado nos jornais tradicionais e que, a partir de 2006, o fluxo dessas informações se tornou mais constante. As palavras-chave utilizadas, portanto, foram aquecimento global e mudanças climáticas com suas traduções para o inglês.

A primeira análise recaiu num jornal brasileiro, cuja tiragem da edição impressa é representativa, assim como, o número de visitas ao site. No jornal Folha de S. Paulo, é possível consultar as informações (notícias na íntegra) sem ser assinante junto ao portal denominado “Folha Online”. A análise dos dados (figura 1) permite perceber que o fluxo de informações tem crescido consideravelmente e passado por períodos de picos de atenção, tal como se identifica com o maior número de informações no ano de 2007. Também se comprova o que se vem sustentando de que a mídia brasileira emprega muito mais comumente a expressão aquecimento global, apesar de em 2009, em face da realização da COP15 ter havido um aumento considerável na utilização da expressão mudanças climáticas que é a nomenclatura referida pelo IPCC.

Figura 1 - Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global na Folha Online (Brasil)

Fonte: <http://www.folha.uol.com.br>

Outro jornal analisado foi o The Guardian onde foi possível identificar um crescimento impressionante no número de notícias envolvendo tanto a expressão “climate change” quanto “global warming”. Dos jornais analisados é o que apresenta o maior volume de notícias com o maior índice de crescimento, conforme se observa na figura a seguir.

Figura 2 - Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no The Guardian (Inglaterra)

Fonte: <http://www.guardian.co.uk>

Outro fator de destaque é que este jornal também se utiliza de uma forma muito interessante das novas tecnologias existentes na Internet e oferece diversos recursos de interação para os seus leitores por meio da inserção de vídeos do Youtube e links para blogs de seus jornalistas, sendo que um dos jornalistas que alcançou um reconhecimento mundial pela sua prática relacionada à proteção do meio ambiente é George Monbiot (GEORGE, 2010). Dessa forma, além de ser um jornal tradicional em sua forma impressa, tem conseguido apresentar uma versão online tão atrativa e reconhecida quanto aquela e, principalmente, contar com jornalistas e espaço de atuação para eles, que permite uma qualificação na cobertura de problemas ambientais como as mudanças climáticas.

Conforme referido anteriormente, o jornalista George Monbiot, possui um blog onde ele apresenta informações relevantes e interage verdadeiramente com os seus leitores, ou seja, a análise do referido blog permite constatar o seu engajamento em responder as perguntas e comentários feitos pelos visitantes tornando efetiva a proposta de interação que esses novos recursos propiciam.

A análise quantitativa dos jornais online permite confirmar algumas hipóteses. A primeira é a de que efetivamente tem havido um aumento no volume de informações publicadas sobre o assunto e que esse fluxo de informações existe tanto na mídia tradicional quando na mídia online. Contudo, nos sites dos

jornais essa informação é associada a outros recursos de interação e de ilustração no intuito “traduzir” os elementos mais complexos dessa discussão para os mais diversos tipos de leitores.

Por outro lado, também se confirma hipótese de que há uma assimetria na forma e no grau de comprometimento das principais mídias online analisados no que tange ao espaço dedicado a essa temática. Enquanto alguns jornais tiveram crescimento expressivo e constante, outros decresceram e apresentaram um número reduzido de notícias dedicadas anualmente a essa temática (alguns jornais italianos e espanhóis comprovam essa afirmação, apesar de não terem sido analisados no presente artigo).

De qualquer forma, em praticamente todos os jornais online constata-se a utilização do recurso de compartilhamento de informações, ou seja, a criação de mecanismos para que os leitores possam repassar a informação lida com outras pessoas. Mediante tal prática, os jornais conseguem disseminar suas matérias a um número expressivo de novos leitores, bem como, conseguem penetrar em redes sociais como Facebook e em espaços como os blogs dos seus próprios leitores que consideraram importante reproduzir aquela informação.

2.2 A emergência da blogosfera climática e a contribuição dos blogs nas discussões políticas internacionais ambientais

José Luis Orihuela, ao analisar o fenômeno da emergência dos blogs, observa que “[...] a blogosfera faz parte do novo cenário midiático e complementa as funções dos meios de comunicação tradicionais ao trazer textura e ponto de vista pessoal ao modo como os temas da atualidade são abordados [...]” (2007, . p. 9-10). O autor explica, ainda, que esse fenômeno também [...] gera agendas paramidiáticas (que extrapolam a comunicação) de grande interesse para as comunidades especializadas (2007, . p. 9-10).

Diante disso, buscou-se identificar dentro desse universo alguns exemplos práticos dessa temática. A primeira medida adotada foi a de identificar o fluxo de informações relacionadas a essa temática dentro da blogosfera mediante realização de uma pesquisa acerca do número de posts existentes em blogs, utilizando-se para tanto do serviço do BlogPulse.² As figuras a seguir demonstram o fluxo no número de comentários (posts) inseridos em blogs com as expressões “mudanças climáticas”, “aquecimento global”, “climate change” e “global warming”.

As figuras 3 e 4 demonstram picos de atenção junto aos blogs que coincidem com os períodos tradicionais de maior atenção junto à mídia. No caso específico da primeira figura, dois picos são claramente identificados, o primeiro se refere ao interesse dos blogs pelos acontecimentos da COP-15 e o segundo, se encontra no final do mês de março de 2010 ocasião em que ocorreu um evento chamado “Hora do Planeta”.

Figura 3 - Blogosfera climática: número de posts em blogs contendo as expressões “mudanças climáticas” e “aquecimento global” - nov/2009-mai/2010

Fonte: <http://www.blogpulse.com/graphs/20100510144225ZwBbfFnTVV5I8LM0XPg6.png>

Figura 4 - Blogosfera climática: número de posts em blogs contendo as expressões “climate change” e “global warming” nov/2009-mai/2010

Fonte: <http://www.blogpulse.com/graphs/20100510144337Ru9LXmpCO2u8VHM1BvOW.png>

Por iniciativa da ONG WWF, a Hora do Planeta também conhecida como Earth Hour foi criada como uma forma de mobilização social sobre a importância de se enfrentar as mudanças climáticas. Assim, a campanha consistiu em convidar pessoas, empresas, órgãos governamentais, etc. a apagar as suas luzes

pelo período de uma hora no dia 27 de março de 2010 (às 20h30min/horário de Brasília) como forma de mostrar apoio ao combate ao aquecimento global.

Além da mobilização nos blogs, o movimento ganhou um destaque significativo no Twitter tendo sido um dos assuntos mais comentados entre os dias 24 e 28 de março, bem como, atraiu a atenção de diversas pessoas junto às comunidades criadas especialmente para divulgar a campanha junto ao Facebook e Orkut. Segundo dados do WWF mais de 105 países se envolveram nessa campanha tendo apoio de 4211 cidades e 56 capitais nacionais. Além disso, importantes pontos turísticos mundialmente reconhecidos também ficaram no escuro por uma hora, tais como: Cristo Redentor, Torre Eiffel, London Eye, Fontana di Trevi e Empire State, dentre outros (WWF, 2010).

Após essa identificação quantitativa partiu-se em busca de alguns blogs que pudessem representar concretamente essa preocupação difusa junto à blogosfera. O resultado para essa pesquisa apontou, em primeiro momento, para blogs bem específicos e criados justamente com o intuito de divulgar as informações de forma cuidadosamente elaboradas. São blogs elaborados por equipes de pessoas com intenção justamente de servir de formadoras de opinião. Dentre esses blogs, podem ser destacados Realclimate.org, ClimateAudit.org e Wattsupwiththat.com.

Apesar do destaque que esses blogs possuem, os mesmos são apenas uma pequena amostra dentre de um universo cada vez maior de novos blogs ligados a essa temática. Além disso, o importante nessa análise é identificar o poder de ação conjunta que os blogs possuem. Como lembra Juan Varela “o ativismo é um dos traços mais importantes da blogosfera” e, dessa forma, o seu poder não está tão somente em “números brutos, mas nas ideias que chamam a atenção. E agora, pela primeira vez, desde Gutenberg, não há necessidade de acessar um veículo de imprensa (rádio ou televisão) para se chegar à audiência” (VARELA, 2007. p. 83).

Um exemplo claro disso ocorreu em 2009 durante o Blog Action Day (BAD). Trata-se de um evento anual que reúne blogueiros de todo o mundo no intuito de postarem mensagens sobre o mesmo assunto num mesmo dia nos seus próprios blogs, com o objetivo de provocar uma discussão em torno de uma questão

de importância global. Em 2009 o Blog Action Day ocorreu no dia 15 de outubro, e teve por tema as mudanças climáticas. Em face da grandiosa participação alcançada com o Blog Action Day (BAD) o mesmo foi considerado como um dos maiores eventos instigadores de mudança social já realizada na Internet em prol de uma causa ambiental.

Além de estimular esse movimento coletivo na blogosfera, o Blog Action Day 2009 também serviu para difundir e incentivar uma prática reflexiva com relação ao problema, tendo proposto diversos tópicos de discussões acerca do tipo de ações possíveis de serem realizadas pelas pessoas para diminuir os impactos ambientais causadores das mudanças climáticas.

É também na blogosfera que o debate sobre a credibilidade das pesquisas do IPCC ganha fôlego. A divulgação não autorizada de emails trocados entre integrantes do IPCC cujo conteúdo revelava uma suposta manipulação nos dados sobre o assunto acabou esquentando o clima durante a COP-15. A descoberta ocorreu depois que os computadores da Universidade de East Anglia, no Reino Unido foram invadidos por hackers e diversos emails com documentos sobre as pesquisas climáticas foram interceptados indevidamente. Assim, esse escândalo acabou gerando uma profunda desconfiança nos relatórios produzidos pelo IPCC, sendo denominado esse episódio de “Climagate” em alusão ao caso do escândalo político “Watergate”, ocorrido na década de 1970 nos Estados Unidos que culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon (CASTELLS, 2006).

Dessa forma, diante dessa pluralidade de possíveis manifestações dentro da blogosfera, nota-se que enquanto as mídias tradicionais apresentam limitações mais complexas para lidar com o assunto e os jornais online ainda transitam para uma inovadora concepção de um fazer jornalístico diferenciado, os blogs se mostram muito mais ágeis para lidar com essas situações, até mesmo porque o processo de publicação nesses espaços não requer muitos investimentos e permite uma liberdade de expressão enormemente superior a encontrada em outras mídias. O problema, contudo, talvez esteja na ausência de um nível de credibilidade adequado que permita estabelecer uma relação direta de confronto à mídia tradicional (RECUERO, 2009. p. 113-114).

Ainda assim, o poder de interação e divulgação de novas mensagens é intenso e significativo nesse novo universo chamado blogosfera, razão pela qual os políticos, as empresas e as próprias mídias tradicionais tendem a se voltar e criar espaços próprios de existência dentro desse espaço como condição de sobrevivência aos novos tempos ocasionados pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação. Como bem observa Juan Varela, “o duelo não ocorre entre o jornalismo e os blogs, entre a imprensa tradicional e os meios sociais de comunicação, mas entre fazer que a audiência participe do meio e da mensagem ou não fazê-lo” (VARELA, 2007. p. 89). Além disso, para o referido autor, o que as novas mídias ensinam à comunicação de massa tradicional é que “ela precisa ser mais transparente, mais aberta” necessitando “exalar confiança por meio de uma conduta visível, onde tudo seja comprovado por todos. O poder suave do verdadeiro sobre a sacralização do acesso ao secreto, ao reservado a alguns poucos” (VARELA, 2007. p. 89).

3. CONCLUSAO

A exposição midiática de questões polêmicas da atualidade envolvendo as mudanças climáticas pode auxiliar a estabelecer metas diferenciadas para o seu enfrentamento. Apesar da necessidade de participação de todos os países nesse processo, alguns precisarão adotar medidas de mitigação que exigirão posturas muito mais drásticas e imediatas do que em outros. Assim, conforme lembra Hector Leis, a questão ambiental - em especial as mudanças climáticas - atingiram todos os setores da sociedade mundial. Todavia, os Estados/Nações não conseguiram melhorar a governabilidade ambiental ao mesmo tempo em que “[...] não surgiu nenhuma adequação e/ou renovação significativa das teorias sociais e políticas existentes para responder aos desafios das mudanças climáticas” (LEIS, 1998). O que se nota, portanto, é que a ideologia predominante nos países desenvolvidos e industrializados ainda “prevalece aos interesses de acordos que buscam a mitigação das mudanças climáticas no planeta” e esse tipo de atitude, certamente, por estar baseada em interesses econômicos busca se justificar “no conceito de progresso que será capaz de atenuar, relativamente, as pressões sobre o meio ambiente através do avanço tecnológico (LEIS, 1998).

Assim, a análise proposta nesse artigo, de que as novas mídias estão se envolvendo com essa temática, também revela que ela sozinha não tem como dar conta de situações de proporções gigantescas e intergeracionais como é o caso das mudanças climáticas, até mesmo porque, a mídia ainda se encontra num processo de conscientização ambiental não totalmente consolidado. De qualquer forma, já se pode identificar um forte movimento de enfrentamento e de, no mínimo, tentativa de amenização dos seus impactos graças ao agendamento surgido na esfera política, midiática e virtual que auxiliam na conscientização, ainda que gradual, da gravidade do adiamento da tomada de medidas efetivas sob o ponto de vista ambiental. Esse também passa a ser um grande desafio do operador jurídico, ou seja, reconhecer a importância de compreender as interações que as novas tecnologias da informação trazem para os fenômenos políticos e jurídicos internacionais e que muitas das (in)decisões sofrem a interferência da forma como se deu a exposição da temática junto os meios de comunicação de massa.

REFERÊNCIAS

CAPRA, Fritjof. A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução de Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Cultrix, 2006.

CARDOSO, Gustavo. A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. v. 3. Tradução de Klaus Brandini Gerhardt. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DIZARD JR., Wilson. A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação. 2 ed. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

**GEORGE Monbiot's Blog. Disponível em:
<<http://www.guardian.co.uk/environment/georgemonbiot>>
Acesso em: 2 maio.2010.**

LEIS, Héctor Ricardo. As desventuras teórico crítico do ambientalismo na sociedade globalizada. Contexto Internacional, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 349-384. jul/dez. 1998.

ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. Blogs: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. Blogs: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

WWF Brasil. Hora do planeta. Disponível em: <<http://www.wwf.org.br/informacoes/especiais/horadoplaneta>> Acesso em: 3 maio.2010.

1 Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (CPGD/UFSC/BRASIL). Bacharel em Direito e Mestre em Integração Latino-americana (Direito da Integração) pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Advogado e Professor do Curso de Direito do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) em Santa Maria e do Curso de Direito da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) Campus Cachoeira do Sul. Autor do livro "Direito Ambiental Internacional: o papel da soft law em sua efetivação"

publicado pela Editora da Unijuí, e Coordenador do livro “Direito Ambiental Contemporâneo: prevenção e precaução”, publicado pela Editora Juruá. email: rafael@unifra.br

2 BlogPulse é um sistema de detecção automática de tendências para blogs, ou seja, esse sistema permite identificar qual o percentual de ocorrências da expressão solicitada junto aos blogs. Assim, no caso da expressão climate change, o BlogPulse informa que 0,40% dos sites pesquisados possuem correspondência para essa expressão. Comparativamente, outro assunto que poderia encontrar um grande fluxo de interesse é terrorismo que, por sua vez, representa somente 0,10% de inserção nos blogs. Cf. <http://www.blogpulse.com/>

<https://www.diritto.it/jornalismo-online-e-ciberativismo-em-blogs-o-papel-das-novas-midias-na-discussao-das-mudancas-climaticas/>