

**A comunicação digital verde:  
um estudo de sites ambientalistas a  
partir do conceito de espaço  
mediador cultural**

Glauco Rodrigues Cortez<sup>1</sup>

**Resumo:** Este trabalho busca compreender a comunicação dos sites ambientalistas dentro da perspectiva teórica e metodológica do *espaço da mediação cultural*, ou seja, de um espaço de mediação que as sociedades possuem como uma forma de resolver conflitos e estabelecer consensos. O espaço de mediação cultural, ou simplesmente espaço de comunicação, é uma forma de entender o fluxo de trocas sociais, materiais e simbólicas e de estabelecer um diálogo amplo na sociedade.

**Palavras-chave:** ONG, meio ambiente, sites, comunicação, espaço

**Abstract:** This study attempts to understand the communication of environmental sites within the theoretical and methodological

---

<sup>1</sup> Glauco Cortez é professor pesquisador da PUC-Campinas, doutor em Ciências Sociais pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Unicamp, mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Desenvolve pesquisa no Grupo Comunicação e Política, dentro da linha de Pesquisa Comunicação, Poder e Contemporaneidade. É autor de “Tecnocidadania: a desterritorialização da política no mundo midiático” (p.p. 163–174) in: Comunicação e Cidadania, org: Carnicel, A. e Fantinatti, M. CMU/Unicamp, Campinas, 2008; “Alzira Espíndola, Peça-me” (p.p. 86-88) in: Noite Passada Um Disco Salvou Minha Vida: 70 álbuns para uma ilha Deserta, org: Alexandre Petillo. Geração Editorial, São Paulo, 2005 e “Impurezas da Razão Jornalística” (p.p. 99-105) in: Novo Pacto da Ciência II, org. Greco, Milton e Medina, Cremilda. ECA/USP/CNPq, São Paulo, 1993.

perspective of the space of cultural mediation, which is a space of mediation that the societies have as a way of resolving conflicts and establishing consensus. The space of cultural mediation, or just, communication space, is a way to understand the flow of social, material and symbolic exchanges and to provide a broad dialogue in society.

**Keywords:** ONG, environment, sites, communication, space

### **Espaços de comunicação**

A questão ambiental está se tornando mais intensa e presente na vida da população. E isso acontece por diversos motivos, seja por conscientização, experiências ou diretamente pelo enfrentamento dos problemas gerados pela negligência em relação ao meio ambiente. Para reverter o quadro de degradação ambiental global, os desafios são enormes para a população e para as diversas organizações não-governamentais (ONGs)<sup>2</sup> que se esforçam para que a sociedade altere o rumo civilizador que tem trazido tanto dano ao equilíbrio do ecossistema terrestre. O entendimento do espaço mediador, tratado

---

<sup>2</sup> A definição ou enquadramento da ONG (Organização Não-Governamental) como Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) não é relevante para a pesquisa. Nesse sentido, utilizamos o termo ONG.

neste artigo, visa dar uma contribuição à atuação comunicacional das ONGs, mas insere um olhar bastante particular ao problema, visto que se fundamenta em uma inusual compreensão da realidade da comunicação e do jornalismo.

Essa compreensão pode trazer alguma dificuldade em um primeiro momento porque é necessário se distanciar de conceitos e teorias que há décadas estão presentes em nossa sociedade. Um exemplo que ilustra bem essa mudança de modelo está no próprio sinônimo comumente dado à mídia. Essas construções sociais (jornais, revistas, emissoras de rádio, televisão, portais de Internet e outros) são compreendidas, tanto no senso comum como na produção científica, como *veículos de comunicação*. A noção de espaço mediador, de certa forma, rompe com esse princípio e concebe a mídia menos como veículo e mais como *espaço de comunicação*<sup>3</sup>. O termo veículo, dentro dessa nova perspectiva, perde força e valor porque impede uma compreensão mais ampla do problema, visto

que tende a restringir o pensamento ao aspecto mais infra-estrutural e instrumental da mídia.

A melhor compreensão desse deslocamento de conceitos passa necessariamente por uma discussão sobre o espaço. Para Milton Santos (2002), o espaço pode ser definido como um híbrido de objetos e ações. Ele afirma que “de um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra a sua dinâmica e se transforma” (SANTOS, 2002, p. 63). Essa primeira concepção já elimina o equívoco de entender o espaço em sua dimensão física e estática no tempo. Nesse sentido, pode-se estabelecer uma primeira noção dos espaços de comunicação, que aqui denominaremos de espaços mediadores culturais<sup>4</sup>. Eles são processos de ações comunicativas e de movimentação de sentidos que se transformam na dinâmica temporal e de troca das ações humanas.

---

<sup>3</sup> Este artigo não trabalha com a questão do espaço virtual e do webjornalismo presente em estudiosos da Internet e da cibercultura. Isso poderá ser feito em um momento posterior. Neste trabalho buscamos um entendimento do espaço a partir concepções das ciências sociais. Para uma compreensão mais ampla sobre o assunto, ver: CORTEZ, Glauco Rodrigues. “O Espaço da Comunicação: por uma teoria da mediação social”. Tese de Doutorado. IFCH/Unicamp, Campinas, 2005.

---

<sup>4</sup> O artigo também não trabalha diretamente com os Estudos Culturais. Não há, portanto, neste momento, um diálogo com os autores dessa corrente. A noção de espaço mediador cultural é apropriada para compreender a amplitude do processo da mediação que abarca não só questões que poderiam ser entendidas como sociais, mas também questões políticas, religiosas, ambientais, artísticas etc.

Para Milton Santos, o espaço existe e se impõe “através das condições que ele oferece para a produção, para a circulação, para a residência, para a comunicação, para o exercício da política, para o exercício das crenças, para o lazer e como condição do ‘bem viver’” (SANTOS, 2002, p. 55). O autor, que pensa o espaço geográfico de uma forma ampla, afirma que o valor do espaço não é independente das ações que ele é suscetível de acolher. “O espaço geográfico deve ser considerado como algo que participa igualmente da condição social e do físico, um híbrido” (SANTOS, 2002, p. 86). Para Rodrigues (1998), o espaço se compõe como um substrato material da vida diária. Não há separação entre aspectos naturais e sociais. “Nossa preocupação é com o espaço geográfico que podemos considerar, no seu sentido mais geral, como o espaço da atividade humana”. (RODRIGUES, 1998;14/15).

O entendimento do espaço - especificamente o espaço mediador cultural - e sua relação com a sociedade civil organizada, como é proposto neste artigo, é uma tentativa de compreender melhor a dinâmica comunicacional e a sua relação entre os objetos, a produção material e simbólica, reprodução e utilização de novos espaços, assim como o processo de ação

específica dos grupos definidos como agentes sociais, atores do processo político e cultural.

Para Boaventura Sousa Santos, tanto o pensamento clássico quanto o moderno privilegiaram as metáforas temporais. “A metáfora fundadora do pensamento moderno é a idéia de progresso e dela decorrem aquelas em que assentam as ciências sociais, nomeadamente a metáfora do desenvolvimento” (SANTOS, 1991). Dentro dessa formação moderna, acrescenta Harvey, as teorias sociais privilegiam o tempo em suas formulações.

Elas em geral supõem ou a existência de alguma ordem espacial preexistente na qual operam processos temporais, ou que as barreiras espaciais foram reduzidas a tal ponto que tornaram o espaço um aspecto contingente, em vez de fundamental, da ação humana(...)A teoria social sempre teve como foco processos de mudança social, de modernização e de revolução (técnica, social, política). O progresso é um objeto teórico, e o tempo histórico, sua dimensão primária (HARVEY, 1998; 190).

Ao questionar a predominância da metáfora temporal no pensamento moderno a partir da questão ambiental, Rodrigues também diz que é preciso não separar o tempo do espaço produzido socialmente. “Para compreender a complexidade da dinâmica da produção social do espaço não

podemos esquecer o tempo histórico e a natureza”.(RODRIGUES,1998; 64).

A partir desses conhecimentos, é possível dizer que o espaço mediador é constituinte e gerado na sociedade para que ela possa se organizar e ter procedimentos e práticas que construam o tempo e o espaço no convívio social e na vida cotidiana. Obviamente, todos os grupos de indivíduos precisam de um espaço de interação para que realmente existam como grupo. Desde as mais antigas associações coletivas de seres humanos até as associações de bairros atuais precisam de um espaço de diálogo, sociabilidade e organização da existência coletiva. E isso não é um projeto estabelecido deliberadamente pelo grupo, mas algo constituinte, visto que o fato de estar junto já implica na manifestação de um espaço.

Na atualidade, a coletividade se organiza em associações civis, partidos, religiões, sindicatos, organizações não-governamentais etc. Todos precisam de um espaço específico para concretização das relações e definições das finalidades do grupo. Esse espaço pode ser o salão da igreja, a sede do partido, a casa de um dos membros do grupo etc, mas esse é um espaço de mediação cultural próprio para as discussões que interessam e que motivam a

formação do grupo social. Por isso, pode-se dizer que é um *espaço de mediação restrito* ou específico.

No momento em que o grupo define suas formas de mobilização e estabelece consensos sobre como atuar na sociedade, ele necessita entrar e dialogar em um espaço de mediação mais amplo, o que implica conflitos de interesses e de pensamentos. Esse é o espaço que todos os grupos sociais necessitam para expressar suas opiniões, defender suas idéias, verdades e ideologias. E é esse o espaço que aqui se denomina de *espaço da mediação*. Portanto, não é um espaço neutro ou acolhedor e muito menos igualitário. É um campo de luta razoavelmente civilizado, um espaço de obstáculos, conquistas, impedimentos e controles. É nesse sentido que o espaço torna-se espaço de mediação, ou seja, no momento em que se constitui como um espaço capaz de ordenar ou aglutinar as compreensões do mundo, ainda que com distorções, omissões, deturpações e manipulações ideológicas. A capacidade de aglutinar e acolher apostos, dissonantes e desiguais lhe dá uma dimensão de instituição capaz de reivindicar para si uma amplitude cultural, no sentido de ser um organizador das forças que transformam o processo cultural.

### **A institucionalização do espaço mediador privado**

É possível localizar historicamente o momento em que o espaço mediador cultural é capturado pelo processo social formador dos chamados “veículos de comunicação”. Ele se dá no processo de desenvolvimento e ascensão da Modernidade e é desencadeado no movimento de formação da esfera pública burguesa.

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como uma esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (HABERMAS, 1984, p. 42).

A substância material da esfera pública burguesa se manifesta de uma forma bem efetiva na indústria gráfica, que se desenvolve concomitantemente com a ascensão da classe burguesa e com o desenvolvimento tecnológico, urbano e social advindos dessas transformações históricas. Mas essa indústria não pode ser entendida como um processo desencadeado estritamente pelas questões econômicas.

O desenvolvimento da imprensa se deve à dinâmica de expansão e diversificação de iniciativas produtivas e intelectuais individuais e grupais, que faz os contornos das feições da vida urbana, advindo do crescimento das cidades, do comércio, da produção de mercadorias, das interligações entre localidades culturalmente distintas. Os fatos e interpretações gerados neste ambiente heterogêneo e em movimento passam a ser referentes cada vez mais necessários à integração e organicidade deste ambiente, à orientação de um número crescente de indivíduos oriundos de ordens tradicionais fechadas, que agora fazem e sofrem os influxos desse novo processo social (RIBEIRO, 2004, 116/7).

Essas transformações dos séculos XVII e XVIII estabelecem uma nova paisagem urbana, pois participam da expansão das cidades e do crescente fluxo de mercadorias e pessoas. Williams (1961), ao analisar a Inglaterra desse período, conceitua três grandes revoluções interligadas: a democrática (novas formações políticas e parlamentares), a cultural (expansão da indústria gráfica) e a educacional (massificação da alfabetização). Dentro desse processo revolucionário e de expansão capitalista, a imprensa se formou e se transformou ao longo dos séculos. Essa transformação ocorreu em forma de deslocamento de sua posição, antes aguerrida e ideológica, para uma posição mais hegemônica e mediadora. Esse deslocamento pode ser compreendido a

partir da análise de Ribeiro (2004), sobre o processo de institucionalização da imprensa.

Ela (a imprensa) deixa de ser exclusivamente um instrumento de ação política, tornando-se uma instituição com critérios e procedimentos próprios de estruturação, funcionamento e manifestação pública. Torna-se mais um agente no cenário expressivo do meio urbano com finalidades referenciais e identitárias próprias de uma instituição pública (RIBEIRO, 2004, 359).

Portanto, entende-se aqui que todas as mídias e os denominados “veículos de comunicação” podem ser entendidos como espaços mediadores potenciais e que muitos buscam se portar como tal para ganhar legitimidade, ainda que sejam carregados de ideologias próprias do grupo social que representa. Essa ocupação do espaço mediador ocorre na modernidade porque a comunicação é um processo que dinamiza o espaço de forma a direcionar e reconceituar as ações e os objetos. Ela pode ser definida como o elemento capaz de fazer a hibridação de ações e objetos e, por isso, constituir-se como espaço.

No mundo excessivamente tecnológico e artificial experimentado na atualidade, essa compreensão faz com que as grandes estruturas midiáticas possam ser definidas como tecnatores, um conceito importante que busca compreender a mídia

como um complexo organizacional e comunicacional capaz de ser um duplo sobreposto sobre diversos matizes que aparentemente deveriam se opor. Ela é paradoxalmente e concomitantemente: lugar e veículo, real e simbólico, espaço e ator. Daí porque esse deslocamento da compreensão da mídia é importante para as organizações não-governamentais ambientalistas. Ele implica em uma redefinição de toda a ação comunicacional de atores políticos.

No espaço técnico da mediação cultural, os partidos políticos e organizações da sociedade civil são mais frágeis e incapazes quanto mais dependem do sujeito real, do líder, ou quando mais imaginarem que o espaço técnico se comporta apenas como uma extensão do homem. O espaço técnico é um autômato do homem. Nesse novo ambiente técnico, a constituição tecnojurídica ganha o seu valor máximo de expressão e se transmuta em ator. Não basta ser uma organização, ser um corpo coletivo, ser um corpo jurídico; é preciso ser também espaço; espaço de diálogo entre tecnosujeitos, ou melhor, entre os próprios espaços mediadores culturais (CORTEZ, 2005, p. 171).

O entendimento da mídia na sociedade como um poder, comumente definido como quarto poder, passa a ser relativizado na compreensão espacial. Ao conceituá-la como poder, a mídia fica limitada ao campo da ação e não se explica a complexidade da sociedade e do espaço cultural em que ela se

realiza. Isso não significa expurgar toda a carga ideológica presente nos meios de comunicação, mas justamente entender esse aspecto de uma forma mais relacional dentro da sociedade. Esse poder da comunicação não se limita apenas ao poder político, mas também aos poderes institucional, cultural, financeiro e comercial que compõem todo o processo de comunicação da sociedade. O poder da mídia se manifesta menos no sentido tradicional como agente (sujeito), e mais como mediador, um poder produtor de espaços. Esses espaços que podem ser institucionais, culturais, econômicos, afetivos etc. Não basta reconhecer esses poderes e processos na mídia, mas reconhecê-los como constituintes dos espaços mediadores.

Nesse sentido, um entendimento muito comum em relação à comunicação (e oposto ao espacial) é o de imaginar que a mídia seja capaz de se manifestar pura e isenta de interferências (sejam comerciais, capitalistas ou ideológicas). Quando se critica a mídia pelos excessos comerciais, ideológicos ou econômicos, pressupõe-se que seja possível existir um ideal de mídia livre desses contingenciamentos. Esse entendimento filosófico tem como pano de fundo o *veículo*, ou seja, um processo físico de emissão, transmissão e recepção e, portanto,

capaz de ser livre de manchas ideológicas. Por mais que se entenda a mídia, por exemplo, como uma produção social, a noção de veículo limita a compreensão porque implica sempre em um processo técnico de transmissão da informação capaz de admitir a pureza. O mais radical dessa compreensão é que toda a análise crítica da mídia, a partir de tais pressupostos, seja ela marxista ou de outra matriz, torna-se inócua porque trabalha sobre um plano idealizado de comunicação. Em outros termos, cientificamente pouco ou quase nada adianta desvelar a mídia em sua ideologia, em sua alma comercial, em sua manipulação ou em sua omissão, pois essa é parte de sua natureza. Isso não implica em uma resignação, em ceticismo. É preciso inverter a questão e buscar saber a complexidade de sua força, ou seja: como a mídia consegue se estabelecer como espaço mediador mesmo deixando escapar essa sua natureza impura?

Essas diferenças ou mudanças de rumo podem ser estudadas com o arcabouço do espaço mediador, que é caracterizado como um ambiente múltiplo e polissêmico, produzido por ações humanas coletivas em lugares e tempos determinados. A mídia, como espaço mediador, precisa ser capaz de ganhar certa institucionalização por parte da sociedade. Isso significa dizer, de forma

conceitual, que ela busca ser reconhecida pelo coletivo como importante, que tem credibilidade para receber as diversas e antagônicas visões da própria sociedade e seja capaz de administrar conflitos e construir entendimentos. O espaço mediador anseia pela hegemonia e isso traz grande complexidade para a análise.

Vale ressaltar que, obviamente, não existe uma relação de construção do espaço em que se possa dizer, por exemplo, que “essa mídia é” ou que “aquela não é” espaço mediador. As ações e os espaços não são momentos históricos puros; eles carregam impurezas que podem determinar a sua maior ou menor capacidade de se constituir como espaço mediador. Essa é a sintonia fina e complexa das relações humanas presentes no ambiente cultural e histórico das sociedades. Um espaço mediador hoje pode não ser o mesmo daqui a um, dez ou cem anos. Ele está em um contínuo processo de transformação temporal e espacial. Isso não significa dizer que ele seja universal, evolucionista ou natural. Ele é um espaço intrínseco ao conceito de sociedade, como entendemos hoje, mas nada impede que possa existir uma sociedade em que não haja espaços mediadores. Nas sociedades totalitárias, por exemplo, os espaços mediadores são desinstitucionalizados e só

ocorrem de forma bastante limitada e na clandestinidade. Portanto, o formato, a consistência e o entendimento do espaço mediador são radicalmente diferentes em épocas distintas, ainda que em uma mesma civilização, o que elimina qualquer idéia de progresso ou evolução.

Apesar de o espaço mediador não entender, como já foi dito, a comunicação como um poder no sentido veicular tradicional, o aspecto político é integrante porque caracteriza um ambiente organizador e aglutinador das ações da comunidade. Ao almejar a compreensão do mundo e a administração dessa compreensão por meio do diálogo, conflito e comunicação, o espaço mediador necessita de uma multiplicidade temática para se constituir. Para esta análise, que aborda sites produzidos por organizações não-governamentais ambientalistas, isso se torna uma dificuldade, visto que como o próprio nome indica, esses sites trabalham com uma temática específica (meio ambiente) e representam um grupo social restrito. Ou seja: por ser um ator político engajado em uma causa social, as ongs ambientalistas tenderiam (e essa é uma hipótese) a utilizar o espaço de comunicação como um veículo de poder, ou seja, um meio que busca exercer persuasão e influência social sobre o tema

específico que trabalha, seja proteção animal, vegetal, conservação florestal, reflorestamento, conscientização etc.

O entendimento do espaço mediador cultural não implica em negação da atuação tradicional e das características corporativas e ideológicas dos grupos sociais. Se isso acontecer, esses grupos se descaracterizam e se transformam em grupos essencialmente mediadores. É necessário compreender o paradoxo instaurado pelo ambiente técnico, que é o de estar em dois espaços ao mesmo tempo e com configurações independentes: uma que atua, outra que media, mas que não se misturam e não se separam. Esse aspecto é um pouco a essência dos tecnoatores (CORTEZ, 2005).

### **Análise e conclusão**

Os dez sites ambientalistas analisados<sup>5</sup>, pré-selecionados a partir de uma lista de 242 sites do Estado de São Paulo, estão entre os mais bem estruturados tanto na forma como no conteúdo dentro da macrorregião de Campinas. São eles:

<sup>5</sup> Os sites [www.iha.org.br](http://www.iha.org.br), [www.mataciliar.org.br](http://www.mataciliar.org.br), [www.projetomucky.com.br](http://www.projetomucky.com.br), [www.procarnivoros.org.br](http://www.procarnivoros.org.br), [www.aipa.org.br](http://www.aipa.org.br), [www.coati.cjb.net](http://www.coati.cjb.net), [www.jaguatibaia.org.br](http://www.jaguatibaia.org.br), [www.barcoescola.org.br](http://www.barcoescola.org.br), [www.ambiental-e.com.br](http://www.ambiental-e.com.br), e [www.muda.org.br](http://www.muda.org.br) foram acessados durante o ano de 2007. Vários acessos em Agosto, 2007.

[www.iha.org.br](http://www.iha.org.br), do Instituto Hidrológico Ambiental (IHA), de Rio Claro; [www.mataciliar.org.br](http://www.mataciliar.org.br), da Associação Mata Ciliar (AMC); [www.projetomucky.com.br](http://www.projetomucky.com.br), da Associação Mucky de Proteção aos Primatas, de Jundiá; [www.procarnivoros.org.br](http://www.procarnivoros.org.br), da Associação para a Conservação dos Carnívoros Neotropicais - Procarnívoros, de Atibaia; [www.aipa.org.br](http://www.aipa.org.br), da Associação Ituana de Proteção Ambiental (Aipa), de Itu; [www.coati.cjb.net](http://www.coati.cjb.net), do Centro de Orientação Ambiental Terra Integrada (Coati), de Jundiá; [www.jaguatibaia.org.br](http://www.jaguatibaia.org.br), da Jaguatibaia - Associação de Proteção Ambiental, de Campinas; [www.barcoescola.org.br](http://www.barcoescola.org.br), da Associação Barco Escola da Natureza (Ben), de Americana; [www.ambiental-e.com.br](http://www.ambiental-e.com.br), do Instituto de Gestão Ambiental (Ingá), de Campinas e [www.muda.org.br](http://www.muda.org.br), do Movimento Unificado de Defesa Ambiental (Muda), de Jaboticabal.

Os sites apresentam grandes diferenças com relação à utilização da Internet como um espaço de mediação. Para fazer essa diferenciação entre eles, tem-se algumas categorias de análise que indicam a capacidade mediadora. Praticamente há nos sites três níveis de produção do espaço com relação à capacidade e amplitude para ser

um espaço mediador multitemático e pluralista. A maioria encontra-se no nível de produção mais restrito, ou seja, a mídia das ONGs ambientais está a serviço e focada na divulgação de ações da própria entidade. É o caso de alguns sites como o site [www.iha.org.br](http://www.iha.org.br), em que a informação do site está restrita à própria divulgação da ONG. Já o [www.mataciliar.org.br](http://www.mataciliar.org.br) busca estabelecer uma distinção entre o texto opinativo e o informativo. Essa divisão é importante no processo de institucionalização da imprensa e constituição de um espaço mediador cultural, mas as notícias do site estão focadas nas próprias atividades da associação. O site [www.projetomucky.com.br](http://www.projetomucky.com.br) possui textos com características jornalísticas, mas somente de assuntos ou notícias sobre a própria associação. O [www.aipa.org.br](http://www.aipa.org.br) e [www.coati.cjb.net](http://www.coati.cjb.net) têm uma posição bastante centrada nas atividades fins, ou seja, serve para mostrar e divulgar suas atividades. Nessa situação também está o site [www.jaguatibaia.org.br](http://www.jaguatibaia.org.br), que apresentou uma possibilidade informativa mais abrangente, mas sem dinâmica de atualização. Uma das características mais importantes do espaço mediador é justamente o de se reconstruir e se reformular constantemente, visto que isso permite a circulação e a troca mais intensa de conteúdos.

No segundo nível, o site dá maior enfoque para notícias ambientais em geral, ou seja, ele torna-se um espaço de notícias de diferentes aspectos do meio ambiente. É o caso do site [www.procarnivoros.org.br](http://www.procarnivoros.org.br) que não restringe as notícias às ações da própria instituição e nem fica limitado ao tema dos carnívoros. Pode-se encontrar notícias sobre acordos climáticos, poluição urbana, derretimento de geleiras e outros. O site [www.ambiental-e.com.br](http://www.ambiental-e.com.br) também tem uma pauta diversificada dentro da área ambiental, mas mantém uma informação especializada, ou seja, é um importante banco de dados e tem a vantagem do profissionalismo e das parcerias com empresas que atuam na área ambiental.

No terceiro nível - e mais próximo do entendimento do espaço mediador - estão os sites que, além das notícias ambientais amplas, começam a aglutinar notícias que não estão diretamente ligadas às questões do meio ambiente, mantêm dinâmica jornalística de publicação, possibilitam o acesso do público leigo a questões ambientais e têm compreensão da diferença entre opinião e informação. Isso, no entanto, não descaracteriza a organização não-governamental como ator social mas, ao contrário, amplia o espectro de discussão e debate sobre as questões que realmente

interessam à entidade. A diferença é que em vez de se ter um espaço fechado (restrito ao meio ambiente), tem-se um espaço aberto que permite a entrada de novos fluxos de ações e objetos.

Os que mais se aproximam dessa qualificação são os sites [www.barcoescola.org.br](http://www.barcoescola.org.br) e [www.muda.org.br](http://www.muda.org.br). Eles têm maior conhecimento da imprensa e de sua prática, seja pela presença de profissionais com formação específica ou porque a organização ambiental entendeu a comunicação via Internet como um dos projetos da entidade. O site [www.barcoescola.org.br](http://www.barcoescola.org.br) é um dos mais informativos e dinâmicos analisados. As notícias na página inicial é o grande destaque do site. Elas abrangem reportagens nacionais e internacionais sobre meio ambiente, mas não se limitam às questões específicas de preservação e conservação. Há uma variedade de notícias como, por exemplo, o número de mortes em enchentes no estado de São Paulo, campanha de doação de sangue realizada pela entidade, saneamento básico e outros.

No site [www.muda.org.br](http://www.muda.org.br) todo o conhecimento histórico e cultural da comunicação e o entendimento das possibilidades do meio, no caso a Internet, parecem ter possibilitado à entidade um

avanzado projeto de comunicação. O site é o que demonstra maior capacidade para se desvincular exclusivamente da temática ambiental e possibilitar a comunicação de uma forma multifacetária, multitemática e polissêmica. Esse processo, aparentemente contraditório, fala diretamente a pessoas que, a priori, estão fora do círculo que se preocupa ou têm conhecimento sobre a problemática ambiental. Esse é um processo que se mostra como um paradoxo, mas é fundamental para se entender o espaço mediador cultural. Para se atingir um objetivo, ainda que seja uma construção utópica, é necessário se desprender da segmentação temática e ideológica e construir um amplo diálogo sobre a própria temática que se anseia ver mais bem compreendida pela sociedade.

## Bibliografia

CORTEZ, G.R. **O Pensamento Negado**. São Paulo. Dissertação de mestrado, ECA/USP, 1996.

\_\_\_\_\_. *Impurezas da razão jornalística*. In: MEDINA, C. e GRECO, M. (org.) **O Discurso Fragmentalista da Ciência**. São Paulo, ECA/USP/CNPq, 1993.

\_\_\_\_\_. **O Espaço da Comunicação: por uma teoria do espaço mediador social**.

Campinas. Tese de Doutorado. IFCH/Unicamp, 2005.

FERREIRA, Leila. **A Questão Ambiental: sustentabilidade e políticas públicas no Brasil**. São Paulo, Boitempo, 1998.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1984.

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna**. Loyola, São Paulo, 1992.

RIBEIRO, Lavina Maderia. **Imprensa e Espaço Público – A Institucionalização do Jornalismo no Brasil 1808-1960**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2004, 384p.

\_\_\_\_\_. “*Teoria do Espaço Público em Jürgen Habermas*” in: **Ensaio sobre Comunicação, Cultura e Sociedade – Debates Contemporâneos**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2004b, 364p.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Produção e Consumo do e no Espaço**. São Paulo, Hucitec, 1998.

SÁ, Domingos Bernardo. “*Conceitos e Reflexões Jurídicas*”, in: GONÇALVES, Hebe Signorini (org). **Organizações Não-Governamentais: solução ou problema?** São Paulo. Estação Liberdade, 1996.

SANTOS, Boaventura Sousa. *Uma cartografia simbólica das representações sociais*. In: **Revista Espaço e Debates**, número 33, 1991.

SANTOS, Milton. “*A normalidade da crise*”. **Folha de S. Paulo**, 26/09/99. Mais!, p.5.

\_\_\_\_\_. **Por Uma Economia Política da Cidade**. Hucitec, São Paulo, 1994.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. Edusp, SP, 2002.

\_\_\_\_\_. **Território e Sociedade: entrevista com Milton Santos**. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2001.